

PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA
DISTRITO CENTRO

Córdoba Capital



Plan de
**Gestión Turística de
Córdoba Capital**

Retiración de tapa

PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA

DISTRITO CENTRO

Córdoba Capital





MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA

Intendente

Dr. Daniel Passerini

Secretario de Gobierno

Sr. Rodrigo Fernández

**SUBSECRETARÍA DE TURISMO DE LA
CIUDAD DE CÓRDOBA**

Subsecretario de Turismo

Cr. Marcelo Valdomero

Directora de Planificación y Calidad Turística

Lic. Consuelo Álvarez

Director de Desarrollo y Promoción Turística

Sr. Mario Armida

**Subdirectora de Secretaría Privada, Protocolo y
Ceremonial**

Téc. Natalia Motta

Subdirectora de Productos Turísticos

Lic. Blanca Peralta

EQUIPO TÉCNICO DEL PLAN

Coordinación General

Cr. Marcelo Valdomero

Lic. Consuelo Álvarez

**Equipo Técnico de Sistematización y Formulación
del Plan**

Lic. Ariel Bustos

Lic. Alejandro Lastra

Lic. Luciana Pacha

Lic. Giselle Piazza

Coordinación de Logística

Téc. Natalia Motta

Mgtr. Andrea Terzaga

Corrección

Daniel Santos

MODERADORES EN ENCUENTROS DE TRABAJO

Subsecretaría de Turismo

Lic. Ariel Bustos

Lic. Valeria Flores Perazzone

Universidad Blas Pascal

Lic. Alejandro Lastra

Lic. Luciana Pacha

Lic. Giselle Piazza

Al. María Celeste Álvez

Al. Giuliana Zoe Ceballos

Al. Victoria Gilly

Al. Alejandra Inés Guaccione

Al. Melisa Martínez

Al. Morena De La Cruz

Al. Delfina Falco

Al. Candela Abril Gavilán Oviedo

Al. Camilo Agustín Heinz

Al. Sofía Breda

INDICE

01.

1. EL CENTRO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA	9
1.1 Cifras del turismo en el Centro	10
1.2 Territorio con trayectoria	12
1.3 Atractivos destacados.....	14
1.4 La mayor de las plazas y el Cabildo de la contrarrevolución	16
1.5 Maravillas de Córdoba	18
1.6 Al Norte y al Sur	26
1.7 Supermanzana de la Intendencia	28
1.8 De Molinos, rieles y ruedas	32

02.

2. MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO	35
2.1 Enfoque teórico y diseño estructural del Plan de Gestión Turística Distrito Centro	35
2.2 Diseño y estructura del Plan de Gestión Turística Distrito Centro	36
2.3 Metodología de trabajo	36
2.4 Ejes trabajados	38
2.5 Síntesis del proceso participativo	40

03.

3. DIAGNÓSTICO Y VISIÓN TURÍSTICA	43
3.1 Diagnóstico participativo	43
3.2 Árbol de problemas	48
3.3 Visión Distrito Centro Córdoba Capital	50

04.

4. DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO	53
4.1 Índice de programas y proyectos	54
4.2 Cuadro de programas, proyectos, acciones, metas e Indicadores	56

05.

5. BIBLIOGRAFÍA	67
------------------------------	-----------

06.

6. ANEXOS	71
------------------------	-----------

INTRODUCCIÓN



El Plan de Gestión Turística del Distrito Centro es una herramienta importante para orientar la planificación y el desarrollo del turismo en el área urbana con mayor flujo turístico de la ciudad hacia el año 2030.

Se enmarca en el Plan de Gestión Turística de Córdoba Capital, en la Ley Provincial de Regionalización Turística N°10312/15, en el Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2030 de la Provincia de Córdoba y en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la República Argentina.

Estos antecedentes no sólo pugnan por el desarrollo de un turismo sostenible, competitivo y de calidad en el destino sino también por la gestión articulada entre sus actores y un ordenamiento territorial y urbano con criterios de sustentabilidad, accesibilidad, inclusión e innovación.

Se adopta así el modelo de gestión de Destino Turístico Inteligente (DTI) como estrategia de fortalecimiento y consolidación de la actividad con productos y experiencias turísticas innovadoras para los visitantes, contribuyendo a la generación de economía y de empleo, y mejorando la calidad de vida de los vecinos.

En territorios como la ciudad de Córdoba, con uno de los ejidos urbanos más amplios del continente, una buena planificación plantea la concreción de planes distritales que faciliten la gestión del turismo desde una perspectiva local y específica.

A través de encuentros de trabajo realizados entre junio y julio de 2025, representantes locales de los sectores público, privado, académico y comunitario vinculados al turismo, fueron construyendo los fundamentos del Plan Distrital, atravesado en toda su extensión por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 que ya estaban presentes en el Plan y en la Gestión Turística de la ciudad.

El plan barrial no sólo valida una visión turística específica del distrito hacia el 2030 sino que identifica problemáticas y, por ende, oportunidades para mejorar y potenciar el desarrollo turístico sostenible y comunitario de la jurisdicción, trazar las líneas de acción para revalorizar zonas estratégicas distribuyendo los flujos de turistas, favorecer la vinculación interbarrial e interregional, mejorar la calidad de vida de sus habitantes y preservar sus atractivos turísticos.

01.



EL CENTRO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

Con la trayectoria histórica más antigua de la ciudad, es un distrito pleno de identidad, tradición, patrimonios culturales, comercios, hoteles y lugar de encuentro de muchos vecinos que arriban desde sus barrios para transitar sus peatonales en busca de algún producto o servicio.

Es también un área por la que transitan estudiantes, turistas y trabajadores de las múltiples instituciones públicas y privadas que tienen sede en su territorio.

Según el Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda del 2022, este distrito tiene una superficie de 2,9 km² y habitan alrededor de 38.079 personas. Sus límites aproximados están marcados por el río Suquía (Norte y Este), el Bv. San Juan-Illia (Sur) y el arroyo La Cañada junto a un tramo de la calle Arturo M. Bas (Oeste).

Teniendo en cuenta que la ciudad de Córdoba es la más poblada de la provincia homónima y alrededor del 39% de la población provincial vive en ella, el número de residentes del Distrito Centro lo ubicaría comparativamente en el rango poblacional a municipios como Bell Ville (37.995 habitantes) y Cruz del Eje (37.001 habitantes) en la Provincia de Córdoba; Rawson, la Capital de la Provincia de Chubut (38.652 hab.); Termas de Río Hondo, Santiago del Estero (38.870 hab.); San Martín de los Andes, Neuquén (37.381 hab.) o Villa Gesell, provincia de Bs. As. (37.463 hab.). Todos datos de población al 2022.

A nivel internacional, su cantidad de pobladores se podría equiparar a municipios como la ciudad-estado de Mónaco: 38.367 hab. (IMSEE 2023); y la ciudad balnearia de Atlantic City, Estados Unidos: 38.417 hab. (censo 2020).

La mayoría de sus habitantes se ubican en el rango etario de lo que podría considerarse una población económicamente activa. La población joven (18 a 29 años) ocupa un 38% del total poblacional seguida muy de cerca por adultos jóvenes (30 a 54 años) con un tercio de la población (33%). Las mujeres (55%) superan en porcentaje a los varones (45%).

El Distrito Centro es histórico por naturaleza. Por sus calles transitaron los cordobeses desde 1577, cuando se realizó el trazado de sus manzanas y calles. Es también un área cultural, comercial y turística.

1.1 CIFRAS DEL TURISMO EN EL CENTRO

Dentro de su territorio se localiza el 43% de la oferta de alojamiento registrado de la ciudad, con un total de 56 establecimientos hoteleros distribuidos en las siguientes modalidades:

Modalidades de alojamiento	Cantidad
Albergue / Hostel	9
Apart Hotel	3
Colonias / Mutuales / Deporte	5
Hospedaje	2
Hostal	1
Hotel	21
No Categorizados / Otros	14
Residencial	1
Total	56

En esta zona también se encuentra la mayor diversidad de modalidades y categorías de alojamiento si se compara con otros sectores de la ciudad. En conjunto ponen a disposición de turistas y viajeros 1.864 habitaciones con un total de 4.498 plazas.

La mitad de los albergues / hostels se ubican aquí, al igual que la mayoría de «alojamientos para deportistas / colonias».

Un informe de oferta turística del 2023 realizado por el Observatorio Turístico de Córdoba, muestra que el Distrito Centro cuenta con 4 agencias de turismo receptivo; 4 rentadoras de autos; 12 tiendas de artesanías y regionales; 9 casas de cambio; 13 centros culturales/multiespacios; 25 centros de compras entre galerías comerciales y shopping malls; 31 edificios de interés histórico; 8 locales de entretenimiento; 3 instituciones de español para extranjeros; 252 establecimientos gastronómicos; 26 espacios para el segmento MICE; 10 mercados y/o ferias; 19 museos; 5 establecimientos de shows/música en vivo; 14 plazas/paseos/parques; 10 teatros; 26 templos religiosos; 1 terminal de transporte y 7 puntos públicos de wi-fi gratuito que, sumado a los 56 establecimientos hoteleros o de alojamiento antes mencionados, suman un total de 535 unidades de oferta relacionadas con el turismo. Esto equivale aproximadamente al 38% de la oferta turística de la ciudad.

Cabe resaltar que la totalidad de las casas de cambio relevadas en las zonas turísticas de la ciudad se ubican en el Centro.

Asimismo, este distrito concentra el 67% de las agencias de turismo receptivo; el 64% de la oferta de galerías comerciales y shoppings malls; la mayoría de los museos; un tercio de la oferta de teatros; la mitad de infraestructura para reuniones y el 52% de templos religiosos.

Por otro lado, 3 de cada 10 establecimientos gastronómicos relevados se ubican en esta zona.

En cuanto a las prácticas sustentables de los alojamientos ubicados en el distrito, un relevamiento de la oferta de alojamiento del Observatorio Turístico actualizado a diciembre de 2024 destaca que el 42% de los alojamientos realiza alguna práctica sustentable, sobresaliendo la separación de residuos (43%) o la reducción de papel o uso de papel reciclado (40%). El 14% de los alojamientos posee alguna certificación verde.

Por otro lado, el 55 % cuenta con alguna condición de accesibilidad.

Tipo de accesibilidad y cantidad de establecimientos que lo ofrecen

Habitación accesible	26
Sanitario accesible	22
Rampas	19
Admisión de perro guía	23
Estacionamiento reservado	12
Sillas de ruedas	14
Indicaciones en Braille	6
Lenguaje de señas	3

Con respecto a los servicios tradicionales, el informe mencionado revela que el 45% de los alojamientos posee estacionamiento propio, el 40% cuenta con instalaciones para eventos o reuniones, el 28% dispone de bar/cafetería aunque el 67% ofrece desayuno. Sólo un 14% cuenta con piscina, pero el 90% dispone de wi-fi. Aproximadamente un 34% acepta mascotas y un 62% cuenta con personal bilingüe, sobre todo en manejo de lengua inglesa (62%).

1.2 TERRITORIO CON TRAYECTORIA

La zona donde se ubica el Distrito Centro estaba identificada a mediados del siglo XVI como parte de la «región de los Comechingones» que abarcaba las serranías cordobesas y sanluiseñas, además de los valles interserranos. La palabra «**comechingón**», según el investigador Aníbal Montes, derivaría de «Camichingon» donde «cami» aludiría a «serranía», «chín» a «pueblos» y «gon» sería un sufijo de pluralidad, con lo cual la acepción indicaría «**serranía con muchos pueblos**».

Esto ayudaría a entender la diversidad de culturas que habitaban el suelo cordobés, sobre todo en su zona serrana, y la necesidad de los colonizadores españoles de encontrar denominaciones comunes o simples para referirse a estos pueblos heterogéneos. El actual territorio del centro cordobés formaba parte del valle de «Quisquitipa» que estaba atravesado por el río Suquía. «Suquía», a su vez, era un asentamiento indígena localizado unas siete leguas río abajo de la ciudad, del cual habrían tomado referencia los conquistadores para referirse al río que luego bautizaron «San Juan» y posteriormente conocido como «Primero».

En torno al río, donde luego se asentarían las manzanas fundacionales de la urbe, se disponían los pueblos indígenas liderados por los caciques «Chilizna Charaua» y «Cantacara Charaua», según el Dr. Rodolfo De Ferrari Rueda en su libro «Historia de Córdoba» de 1968. A este último cacique se lo

recuerda en la zona del Mercado Norte, donde un pasaje lleva su nombre.

Estas aldeas agrícolas subsistían combinando la agricultura con la caza y la recolección. Luego de fundada la ciudad en 1573 y construido el fuerte militar sobre las barrancas del río (hoy riberas en barrio Yapeyú), comenzaron las acciones contra los nativos para la ocupación de su territorio que gozaba de las mejores condiciones para sustentar a la naciente urbe.

Los conflictos se extendieron por varios años hasta que finalmente se logró el asentamiento colonial definitivo en 1577 con el trazado del ejido urbano en el actual Distrito Centro.

Los registros históricos señalan que en el año 1575 se produjeron enfrentamientos entre los indígenas comandados por el cacique Sitón contra los soldados españoles liderados por el capitán Tristán de Tejeda, venciendo éste último y consagrando el triunfo realista en la zona a ocupar dos años después.

Las actas del Cabildo dan cuenta que en 1591 se comisionó al Procurador de la ciudad, Hernán Mejía Miraval, a presentarse ante el Rey para solicitar permiso para introducir seis mil negros esclavos para el servicio de los vecinos de Córdoba debido a la alta mortandad de indígenas.

Los mismos registros aseguran que en la última década del siglo XVI habitaban la ciudad unos 40 vecinos aproximadamente y que había 60 viviendas

de barro y paja. Para ser reconocido como «vecino» se debía contar con tierras, tener una encomienda (conjunto de indígenas que a través de su servicio personal debían cumplir con el pago del tributo exigido por la corona, gravamen que percibía el encomendero a cambio de brindarle protección y evangelización), una vivienda urbana habitada y poder defender militarmente la ciudad. Estos requisitos solían cumplirlos los conquistadores más destacados.

Desde estos primeros tiempos, Córdoba comenzó a integrarse al mercado interno colonial, articulado

principalmente en torno al centro minero de Potosí. La producción cordobesa de textiles, harina, sebo, ganado mular, entre otras, circulaba por las rutas comerciales. Con el paso de los años, su ubicación estratégica para la conexión del Potosí con el puerto de Buenos Aires y con Chile a través de Mendoza, fue transformando la urbe en la más destacada al sur del Virreinato del Perú.

Esta importancia se fue reflejando en el progreso material de sus construcciones principales, sus calles y servicios.



1.3 ATRACTIVOS DESTACADOS

El legado histórico persiste en zonas con perfiles identitarios bien definidos dentro del distrito, logrando una armonía entre pasado y presente. Estas singularidades determinaron la creación de tradicionales circuitos turísticos, con mayor fuerza a partir del Mundial de Fútbol de 1978, y más recientemente con la celebración del Bicentenario de la Revolución de Mayo, o con la salida de la pandemia de COVID-19, a través de la delimitación de las Supermanzanas y la inauguración de nuevos espacios con potencialidad turística.

Una «supermanzana» es una superficie que agrupa manzanas tradicionales de un sector urbano priorizando el bienestar de los vecinos y visitantes a través de una transformación espacial sostenible (ambiental, social y económicamente).

La peatonalización de la zona o la reducción del tránsito vehicular, su velocidad y su contaminación sonora son condiciones propias de estas áreas. Esto contribuye a la creación de superficies para el encuentro social, el esparcimiento, el bienestar colectivo, la gestión eficiente de los recursos y los desechos, además del fomento del turismo, la preservación del patrimonio cultural y el incremento de la biodiversidad y la belleza paisajística.

El Distrito Centro concentra tres de las cuatro supermanzanas creadas a partir de 2021: la Supermanzana Centro Histórico, Supermanzana Mercado Norte y Supermanzana de la Intendencia. Cada una concentra un importante legado histórico y cultural que interactúa con las heterogéneas actividades locales.



1.4 LA MAYOR DE LAS PLAZAS Y EL CABILDO DE LA CONTRARREVOLUCIÓN

Si de antigüedad se trata, la plaza Mayor, hoy **plaza San Martín**, es la más antigua de la ciudad (1577). Formaba parte de un Centro Cívico conformado además por las Casas Capitulares o Cabildo y la Iglesia Matriz.

Las Leyes de Indias recomendaban que la plaza fuera rectangular ocupando preferentemente una manzana y media del ejido. En el caso de Córdoba, ocupó solo una manzana. Era un centro comercial, social y cívico donde transcurría el quehacer diario y extraordinario de la población.

Las corridas de toros, los desfiles militares, las procesiones religiosas fueron parte de sus fechas destacadas, y a fines del siglo XVIII alojó una fuente pública que integró el sistema de aguas corrientes promovido por el Marqués de Sobre Monte.

Su estética y funciones se mantuvieron hasta mediados del siglo XIX cuando comenzó su transformación de la mano de la organización del país en una nación democráticamente constituida.

Calles y jardines internos, bancos, luminarias, árboles de distintas especies y hasta un cenador fueron equipando el espacio interior y amoldando su diseño a los gustos europeos de las ciudades decimonónicas. Los festejos por el Centenario de la Revolución de Mayo y de la Independencia argentina motivaron la creación de estatuaria conmemorativa en las grandes capitales.

En ese contexto, la plaza alojaría la escultura ecuestre

del General José de San Martín, inaugurada en 1916, que otorgaría el nombre definitivo a este punto cero de la ciudad. Aquí también se dispone la placa conmemorativa de la primera venta de esclavizados africanos acontecida en la ciudad el 27 de abril de 1588. Dicho sitio de memoria invita a reflexionar sobre la denominada «trata atlántica» y la contribución de africanos y afrodescendientes a la construcción de la identidad nacional. El 27 de abril es el «Día de la Cultura Afrocordobesa».

Frente a este pulmón céntrico se localiza el **Cabildo Histórico**, ícono de las ciudades coloniales americanas. El Cabildo de Córdoba es un referente del paisaje cultural del Distrito Centro como lo es también para las ciudades de San Salvador de Jujuy, Luján, Salta, Buenos Aires e inclusive para el poblado de Purmamarca, en la Quebrada de Humahuaca, donde las imágenes de sus cabildos suelen integrar las típicas postales turísticas.

Este emblemático monumento cordobés comenzó como una precaria construcción de adobe (1588) que alojaba a los «cabildantes», un conjunto de vecinos que velaban por el bien común ejerciendo funciones de justicia, administración, policía, abastecimiento y organización general de la ciudad y zonas rurales.

Con el paso del tiempo el edificio fue recibiendo mejoras. La más importante desde 1775, cuando el ingeniero Juan Manuel López presentó los planos de lo edificado hasta el momento y el plan de



construcción definitiva por encargo del gobernador Rafael Núñez, marqués de Sobre Monte. Se definió su recova de 15 arcos, se construyó la escalera de mármol que conduce al primer piso, una capilla, se lo dotó de cisterna de agua, entre otras obras que fueron delineando la imagen colonial de sus patios.

Un hecho histórico de trascendencia aconteció con el Cabildo de Córdoba en 1810. Mientras el cabildo de Buenos Aires se convertía en protagonista de la gesta revolucionaria de Mayo con la formación del primer gobierno patrio denominado Primera Junta, los cabildantes cordobeses desconocían dicha Junta y encabezaban el primer foco de resistencia. Al frente de la afrenta se encontraban el héroe de las invasiones inglesas y exvirrey, Santiago de Liniers, y el gobernador de Córdoba, Juan Gutiérrez de la Concha. El levantamiento fue pronto sofocado y los contrarrevolucionarios, ejecutados.

En 1824, ya extintos los Cabildos como instituciones de gobierno colonial, comenzó a utilizarse como sede de la gobernación provincial y prisión pública. A partir de 1870 se asentó en el sitio la Legislatura Provincial hasta su traslado al edificio de la calle Rivera Indarte esquina Dean Funes en 1889. En esta época se realizaron nuevas reformas y agregados que delinearon su imagen definitiva.

Finalmente, en 1906 se instaló en el sitio la Jefatura de Policía que se trasladó a su edificio actual en 1989. Durante la última Dictadura Militar funcionó en un sector anexo al antiguo Cabildo el «D2», un centro clandestino de torturas, hoy convertido en el Museo de la Memoria.

Desde 1990, el Cabildo aloja oficinas del área de Cultura del Municipio, el Museo de la Ciudad, una oficina de información turística y diversas salas de exposición temporaria, además de las oficinas de la Editorial Municipal y la Biblioteca Arturo Capdevila.

1.5 MARAVILLAS DE CÓRDOBA

El Distrito Centro conserva también tres de las «Siete Maravillas Culturales de Córdoba» elegidas en 2008: la Catedral, la Manzana Jesuítica y la canalización de La Cañada.

En 1581, el Cabildo (institución gubernamental urbana de la Colonia) ordenó la construcción de la iglesia matriz (hoy **Catedral**) y solicitó a los vecinos colaborar con algún indígena o peón para trabajar en las obras.

Por entonces, la incipiente ciudad no contaba con profesionales arquitectos entre sus habitantes y algunos cabildantes asumieron ese rol, entre ellos el capitán Nicolao de Dios. Se trataría de una iglesia austera con muros de adobe y techos de paja que para la década de 1620 ya se encontraría habitada.

El 22 de octubre de 1677, durante los cánticos del Salve Regina, se cayeron sus techos sepultando bajo los escombros al cura párroco Adrián Cornejo y al sacristán Juan de Cáceres. Esto se dio en un momento donde las tratativas para el traslado de la sede catedralicia desde Santiago del Estero a Córdoba ya estaban avanzadas, lo que motivó la colaboración de los vecinos con donaciones y nuevos impuestos del Cabildo para reunir fondos para la reedificación. Los trabajos avanzaron lentamente, pero en 1723 la falla de los pilares que sostenían las techumbres causó el derrumbe de buena parte del templo.

Las obras se reiniciaron en 1729 de la mano del

arquitecto jesuita Andrea Bianchi, quien dirigió la obra hasta 1739. De su autoría es la fachada inspirada en los arcos de triunfo romanos con tres arcos de medio punto (el central de mayor altura) y un frontis triangular por encima, diseño característico de casi toda la arquitectura de Bianchi en América.

La mano de obra de indígenas de mita y de esclavizados africanos y afrodescendientes fue levantando cada uno de los muros. Según el jesuita Dalmacio Sobrón, Bianchi habría diseñado también la actual cúpula barroca cuya construcción quedaría a cargo del franciscano Fray Vicente Muñoz desde 1740 hasta 1754, año en que ya se encontraba terminada. Sólo restarían las torres que se fueron construyendo en las décadas siguientes. El obispo Fray José Antonio de San Alberto fue el encargado de consagrar el templo el 14 de diciembre de 1784.

Nuevos trabajos de decoración interna se llevaron a cabo con motivo de los festejos del Centenario de la Revolución de Mayo entre 1912 y 1914, ornato dirigido por el pintor argentino Emilio Caraffa al frente de un equipo de pintores y artesanos de origen local y europeo.

A pocas cuadras de allí, otra obra de gran magnitud acompañaría el desarrollo de la ciudad: **la Manzana Jesuítica**, cuyo legado material e inmaterial fue reconocido por la UNESCO como Patrimonio Mundial en diciembre del 2000 junto a las Estancias Jesuíticas dispuestas en territorio de la provincia de Córdoba.



Luego de la instalación de los Jesuitas en la ciudad en 1599, comenzó la construcción de su convento y una capilla. Hacia el final de la primera década del siglo XVII, el Padre Diego de Torres emprendió la organización del centro administrativo de la Provincia Jesuítica del Paraguay en Córdoba, y también se fueron levantando el Noviciado y el Colegio Máximo para la formación de los futuros sacerdotes de la Orden.

Por escasez de recursos, algunas cátedras fueron trasladadas a Santiago de Chile y gracias a las gestiones y apoyo del obispo Fernando de Trejo y Sanabria, dichas disciplinas regresaron a Córdoba y se refundó la casa de altos estudios como Universidad de Córdoba del Tucumán en 1613, siendo la más antigua del actual territorio argentino.

Ya no sólo estaría destinada a la formación de religiosos sino también a los laicos de las familias tradicionales de la ciudad. Las clases de Latinidad, Artes y Teología comenzaron en 1614. Se agrupaban en dos facultades, Artes y Teología, que a partir de 1622 estuvieron autorizadas por el Rey a otorgar los títulos de bachiller, licenciado y maestro en Filosofía o Artes, y bachiller, licenciado y doctor en Teología.

De estos doctorados surgiría el apodo “La Docta” para denominar a la ciudad de Córdoba. El latín era la lengua utilizada por docentes y alumnos en la formalidad del cursado y al tratarse de una universidad de una comunidad religiosa, se prestaba

atención a la formación del espíritu y las prácticas piadosas. Los alumnos de las familias distinguidas se formaban para luego integrar la administración colonial, civil o eclesiástica.

Las austeras aulas de adobe con techos de tiranería del siglo XVII fueron reemplazadas en la tercera década del siglo XVIII por muros de piedra y cal, y techos abovedados de ladrillo. Esencialmente es la actual planta baja del antiguo rectorado en la calle Trejo donde funciona el Museo Histórico de la UNC.

En 1767, el rey Carlos III ordenó la expulsión de la Compañía de Jesús de sus territorios, y la administración de la universidad quedó a cargo de la Orden Franciscana. Durante esta gestión se creó la cátedra de Instituta (1791) sentando las bases de la futura facultad de Leyes. En 1808, la conducción de la casa de altos estudios fue encargada al clero secular y el Dean Gregorio Funes fue designado rector.

Nuevos cambios acontecerían en 1820, cuando el Brigadier General Juan Bautista Bustos, a cargo de la gobernación de Córdoba, ordenara el traspaso de la universidad al ámbito provincial. En 1856, a propuesta del gobernador Alejo Carmen Guzmán, la universidad pasará a la esfera nacional luego de haber sido aceptado dicho ofrecimiento por el presidente Urquiza y aprobado por ley.

Nuevas disciplinas y carreras se fueron incorporando a fines del siglo XIX. En este ámbito histórico funcionó también la Facultad de Medicina y la Facultad de

Derecho. En el centro del patio se inauguró en 1903 el monumento al obispo Fray Fernando de Trejo y Sanabria, obra del escultor Víctor de Pol, y en el año 2000 se instaló la placa conmemorativa de patrimonio mundial.

La Reforma Universitaria de 1918, emblema de lucha por una educación inclusiva, situada y de calidad, con repercusiones en toda Hispanoamérica, tuvo como uno de sus escenarios destacados este lugar emblemático y, por ello, en 2025 se inauguró una sala museal que recupera aquellos hechos trascendentales de la historia de Córdoba.

Hacia el norte de este espacio se ubica el templo de San Ignacio, más conocido como la **iglesia de la Compañía de Jesús**. Su construcción se habría

iniciado hacia 1638 una vez arribados los fondos donados por Manuel Cabrera, nieto del fundador de la ciudad, con el único objetivo de construir el templo; y su finalización sería 1674, tomando como referencia la conclusión de las torres en aquel año.

Su diseño se adjudica al jesuita Bartolomé Cardeñosa con base en un tratado de arquitectura del francés Philibert de l'Orme denominado «Nouvelles Inventions pour bien bastir et a petits frais», es decir, «nuevos inventos para construir bien y a bajo costo». Además de Cardeñosa, el jesuita belga Philippe Lemaire participó en la construcción del templo, sobre todo en bóvedas y cúpula, con maderas que hizo traer de la selva paranaense.

Se proyectó una iglesia de una sola nave, con planta





de cruz latina, con gruesos muros de piedra y techumbre de madera. Entre los brazos del crucero y las torres de la fachada se levantaron dos capillas conocidas como «de Naturales» (norte) y «de Españoles» (sur), respectivamente, donde se procuraba el perfeccionamiento espiritual de los habitantes y la evangelización de nativos, esclavizados africanos, afrodescendientes y mestizos. Luego de la expulsión de los Jesuitas en 1767, una parte de la techumbre y muros de la capilla de los Naturales se derrumbó y fue reconstruida a fines del siglo XIX.

Desde entonces, está consagrada a Nuestra Señora de Lourdes. Por su parte, la capilla de los Españoles se transformó en el «Salón de Grados» de la universidad luego de la nacionalización de dicha casa de estudios en 1856.

Su interior se destaca por una gran riqueza ornamental, sobre todo en techos, púlpito y retablo mayor que datan de tiempos coloniales. A partir de 1871 se hicieron nuevas reformas que fueron conformando la imagen actual.

A escasos metros de esta iglesia, en la esquina de calles Obispo Trejo y Caseros, se ubica el Museo Fray

José Antonio de San Alberto, cuyo ámbito físico fue originalmente sede de un internado de la Universidad de Córdoba conocido como el **Real Convictorio de Nuestra Señora de Monserrat**.

La necesidad de residencia u hospedaje que tenían muchos estudiantes que arribaban a estudiar a Córdoba desde diversos puntos del virreinato, determinó que el presbítero Ignacio Duarte Quirós donara parte de sus propiedades a la Compañía de Jesús para cumplir con tal fin.

La antigua casa de los Duarte, hoy museo San Alberto, convento de las Carmelitas Terciarias Argentinas, hogar de huérfanas y colegio Santa Teresa de Jesús, se transformó así en el Convictorio de Monserrat. La escritura del traspaso se firmó en 1687 y la aprobación definitiva para su funcionamiento se dio en 1693.

Se realizaron las reformas necesarias a la propiedad y los primeros internos comenzaron su vida en el convictorio con rigurosas actividades y horarios, similar a una vida conventual. A principios del siglo XVIII se realizaron nuevas obras y reformas en el edificio organizándolo en torno a cuatro patios con galerías. Además de los aposentos había capilla, sacristía, refectorio (comedor), portería, oficinas y sótanos. En 1764 se instaló aquí una imprenta traída desde Europa que obtuvo el permiso para funcionar al año siguiente de parte del virrey del Perú, Manuel de Amat y Junient.

Bajo la dirección del padre impresor Pablo Karer se

habrían impreso cinco obras en el Convictorio, labor interrumpida por la expulsión de la Orden en 1767. En 2025 se halló una de esas publicaciones en la biblioteca del convento durante trabajos de conservación preventiva. Se desconocía su existencia por lo que el hallazgo fue celebrado por la comunidad en su conjunto. Se tenía conocimiento de otros ejemplares conservados en España y Estados Unidos, pero no había noticias de alguno que permaneciera en Córdoba. Data de 1766 y se titula «Vida de Nuestra Señora representada en quince meditaciones» del sacerdote jesuita Juan Antonio de Oviedo.

En 1780, el obispo de Córdoba, Fray José Antonio de San Alberto Campos y Julián, propuso trasladar el convictorio al segundo y tercer patio de la Universidad, sitio donde se ubica actualmente el Colegio Monserrat, y las antiguas instalaciones pasarían a integrar la primera escuela de mujeres de todo el virreinato del Río de la Plata, institución que quedó oficialmente inaugurada en 1782.

En su nueva ubicación mantuvo la organización que había tenido desde sus inicios hasta que en 1862 fue nacionalizado, pasó a depender de la Universidad Nacional de Córdoba y adquirió la estructura de un colegio secundario. Su edificio tuvo una reforma destacada entre 1926 y 1927 de la mano del arquitecto Jaime Roca y su equipo, que le dieron su imagen actual. En 1997 se transformó en un colegio mixto y en el año 2000 se creó su propio museo con motivo de la



declaratoria de Patrimonio de la Humanidad.

Allí se exhibe una importante colección de máquinas de Física, Química y Astronomía de origen europeo adquiridas en el siglo XIX, entre otras herramientas didácticas. También hay una importante colección de arte distribuida entre los antiguos claustros del edificio histórico.

Todas estas construcciones fueron víctimas alguna vez de las inundaciones causadas por los desbordes de un pequeño curso de agua que atraviesa la ciudad de sur a norte y desemboca en el río Suquia: el arroyo

La Cañada.

El actual nivel del suelo del Distrito Centro se levanta más de un metro por encima del que pisaron los primeros pobladores de la Córdoba de la Nueva Andalucía. Algunos testimonios materiales nos hablan de este pasado como, por ejemplo, el piso del antiguo refectorio jesuítico que hoy podemos observar a través de las ventanas arqueológicas dispuestas en la peatonal Duarte Quirós en torno al Colegio Nacional de Monserrat; el piso del Salón de Profundis en la Manzana Franciscana o el piso original de las antiguas celdas del Cabildo.

El levantamiento del nivel del suelo se debió fundamentalmente a la necesidad de evitar el ingreso del agua a las construcciones cada vez que una fuerte tormenta causaba el crecimiento del cauce del arroyo.

Hubo varios intentos para mitigar el problema siendo

el más conocido el famoso «calicanto», un grueso muro de cal y canto rodado que serviría de contención para reducir el poderoso embate de las aguas con las consiguientes pérdidas humanas y materiales. Si bien cumplió parte de su cometido, no fue suficiente y por ello, a partir de 1939 comenzó a plantearse la canalización del arroyo.

El 4 de julio de 1944 comenzaron las obras que fueron inauguradas en 1948. Comprendieron 2.500 metros de canal desde la desembocadura hacia el sur; cuatro décadas después se canalizaron 700 metros más (1983-1991) y finalmente entre 1991 y 1999 se completaron 3.800 metros más. Del viejo calicanto sólo se conservó un pequeño tramo en la esquina de calles Belgrano y Bv. San Juan, en la plazoleta Carlos Gardel, gracias a la solicitud del artista Miguel Ángel Budini.

La Cañada se convirtió en una vía rápida para los automovilistas y un paseo obligado para vecinos y turistas. El atractivo principal lo constituye el paisaje integrado por el canal y sus puentes de estilo neorrománico además de las famosas «tipas» que forman una bóveda natural sobre el arroyo.

En el primer tramo se colocaron 375 tipas traídas desde Tucumán. Esta especie arbórea, oriunda del noroeste argentino y Bolivia, se caracteriza por su rápido crecimiento, sombra y espectacular floración amarilla que acontece entre noviembre y diciembre.

1.6 AL NORTE Y AL SUR

Estos límites del distrito los mojonan dos importantes centros mercantiles. El Mercado Norte y el Mercado Sud. Este último es el más antiguo de la ciudad. Sus orígenes se remontan a 1858, cuando la Comisión de Obras Públicas discutió el proyecto presentado por el Sr. Juan Manuel López para la construcción de un mercado. Tendría 100 metros de frente y 72,72 metros de fondo.

Aprobada la propuesta, comenzaron las obras ese mismo año en un sector de la manzana franciscana donde se ubicaban los corrales del convento. El mercado consistía en una plaza central rodeada por locales comerciales. Contaba con cuatro ingresos, uno en cada lado de su planta rectangular, y existía una plaza contigua para carga y descarga de productos. Con el paso de los años se agregaron puestos de venta externos.



Luego de varios intentos por construir un nuevo recinto en 1913, 1916, 1924 y 1928, finalmente en 1936 se diseñó el actual inmueble, ocupando un terreno mucho menor al de la plaza original. Su inauguración se produjo tres años después.

La construcción del Mercado Norte, por su parte, comenzó en 1859 y se extendió hasta 1870. Al igual que su homólogo austral, se trataba de una plaza rodeada de puestos conocida como Plaza Marchena. Los locales se ubicaban en una galería con arcos y toldos que protegían los productos. En el terreno contiguo, otra plaza servía para carga y descarga de mercaderías.

Entre 1912 y 1925 surgieron varios proyectos para reemplazar al antiguo mercado, pero entre 1927 y

1928 se realizó la construcción del actual edificio. El diseño estuvo a cargo de los arquitectos Hortal y Godoy, quienes le imprimieron un estilo predominantemente neomanerista, mientras que la construcción fue dirigida por los ingenieros Frías y Díaz Lescano, quienes lograron transmitir funcionalidad y estilo a las nuevas instalaciones.

Nuevas viviendas y comercios se fueron asentando en sus alrededores conformando un polo comercial y de servicios. Esto perfiló una idiosincrasia propia en la zona que reflejaba también la esencia del ser cordobés con su humor, su tonada característica y sus rasgos mestizos tanto en su sangre como en su cultura.

La música, la danza, las apuestas, los juegos de mesa, las andanzas nocturnas y la gastronomía popular fueron también moneda corriente en el sector donde tenían sede famosos cafés, bares, parrillas y «boliches».

La zona era conocida como «La Segunda» debido a la presencia de la seccional Nº 2 de la policía. El tango, por entonces música propia de arrabal, sonaba en el bar Victoria (Alvear esquina Libertad) considerado la catedral de este género en la ciudad junto al bar de Ciriaco Ortiz en calle Alvear al 700, y atraía las visitas de destacados músicos y cantores como Cristino Tapia, José María «Cabeza Colorada» Llanes y un tal Carlos Gardel, que en sus visitas a «La Docta» recorría gustoso las calles de La Segunda.



Este sector del distrito mantiene aún su huella distintiva y cumple la premisa del turismo cultural que postula que visitar los mercados permite a los viajeros conocer más profundamente la cultura local. El mercado fue declarado Monumento Histórico Provincial en 1972 y desde el 2003 aloja en un entepiso al CPC Centro (Centro de Participación Comunal), donde los vecinos pueden realizar diversas gestiones administrativas vinculadas a impuestos y servicios públicos; y participar de propuestas culturales.

1.7 SUPERMANZANA DE LA INTENDENCIA

A orillas de La Cañada, en una zona destacada del distrito, convergen varios sitios que ostentan cualidades intrínsecas que los distinguen de otros lugares cercanos. El sector es conocido como la Supermanzana de la Intendencia, por ubicarse allí el

Palacio Municipal 6 de Julio.



Esta edificación es uno de los mayores exponentes del «Brutalismo» en Argentina, un estilo arquitectónico que surgió en Europa en la década de 1950 y cuya denominación deriva del francés «béton brut», es decir, «hormigón crudo», que es justamente el material protagonista en esta construcción además de las formas geométricas masivas, una estructura expuesta y un enfoque en la funcionalidad por sobre la ornamentación. Por lo tanto, es una expresión racional y moderna.

En 1953, el intendente Manuel Martín Federico llamó a concurso nacional de anteproyectos para su construcción resultando ganador el estudio de arquitectos SEBRA. La construcción comenzó en 1954 pero se vio demorada durante los años de la dictadura militar, y se inauguró en 1961.

Se distinguen dos cuerpos: un bloque vertical de ocho niveles para los empleados, y un cuerpo horizontal destinado a los funcionarios. Ambas estructuras se asientan sobre una explanada sobreelevada y se integran a los espacios abiertos circundantes. Fue declarado Monumento Histórico Nacional en 2019.

A escasos metros, otro palacio llama la atención: «Tribunales I». En estos terrenos había tenido lugar en 1871 la Exposición Nacional de Córdoba impulsada por Domingo Faustino Sarmiento con el objetivo de mostrar el potencial agrícola, industrial y comercial de Argentina y fomentar su desarrollo a través de la educación, la ciencia y la técnica. Sentó las bases para el surgimiento de la agroindustria en el país.

En 1925, el gobernador Ramón Cárcano llamó a concurso de anteproyectos para construir allí la sede del **Palacio de Justicia** de la Provincia de Córdoba. La ganadora fue la propuesta de los arquitectos José A. Hortal y Salvador A. Godoy, que postulaba una edificación de estilo neoclásico, corriente muy utilizada para exaltar los poderes del Estado.

Las obras iniciaron en 1927 y fueron terminadas en 1936. Un bajorrelieve en la fachada, obra del escultor



Troiano Troiani, indica la función del edificio con la representación de la Justicia, el Derecho y La Ley.

Por este sector se accede al imponente Salón de los Pasos Perdidos, de triple altura y cubierto por una bóveda de cañón casetonada, que aloja la urna con los restos del Dr. Dalmacio Vélez Sársfield, creador del Código Civil Argentino. El palacio fue declarado Monumento Histórico Nacional en 1989 y la tumba fue declarada Sepulcro Histórico Nacional en 1982.

Los espacios verdes alledaños son ideales para contemplar la belleza de las edificaciones. Se destaca el **Paseo Sobre Monte** cuyos orígenes se remontan a 1786. Por entonces, el gobernador Rafael Núñez Marqués de Sobre Monte hizo excavar allí un estanque para distribuir el agua «metódicamente a las quintas» del sector, establecer un paseo público y «humedecer el ambiente en un clima tan seco», según reza la memoria de 1797.

Fue inaugurado en 1791 y cada dos años, en el mes de mayo, debía hacerse la limpieza del fondo por tratarse

del momento del año donde menos agua se necesitaba para el riego. A su alrededor se plantaron álamos traídos de Chile y sauces llorones, y comenzó a ser conocido como el «Paseo de la Alameda».

El agua llegaba desde el río Suquía a través de una acequia, y desde el estanque se distribuía al centro de la ciudad por medio de cañerías subterráneas de barro cocido. Había dos fuentes públicas, una en la intersección de las actuales Av. Vélez Sarsfield y calle Caseros y otra en la Plaza Mayor (hoy San Martín). El convento de las Hermanas Carmelitas de Santa Teresa de Jesús, el convictorio de Monserrat y el monasterio San José de Carmelitas Descalzas eran algunas de las propiedades que gozaban de agua corriente gracias a este sistema.

En las actas del Cabildo de aquel tiempo consta que solo la Villa Imperial de Potosí, la ciudad de La Plata (Charcas) y Chile contaban con este adelanto, por lo tanto, la ciudad de Córdoba habría tenido el primer sistema de aguas corrientes del actual territorio

argentino.

En 1886, en el centro del lago se ubicó un «cenador» o glorieta de estilo griego que solía alojar a la banda de música de la provincia que amenizaba los paseos en bote. La construcción del Palacio de Justicia determinó algunas mejoras en el paseo y la posterior construcción del Palacio Municipal (que ocupó una parte del antiguo estanque) marcó su transformación definitiva. La reforma estuvo a cargo del arquitecto Carlos David quien drenó el estanque y convirtió el sitio en un espacio verde.

La **plaza Italia** es otro de los espacios públicos destacados de este núcleo. Fue diseñada por el secretario de obras públicas de la ciudad, arquitecto Miguel Ángel Roca, en 1980 e inaugurada dos años después.

Posee planta triangular y en cada ángulo se ubican montículos sobre los que se yerguen fuentes que vuelcan sus aguas a un estanque central a través de cinco acequias. Es un homenaje al sistema hídrico provincial caracterizado por cinco ríos principales y la laguna de Ansenusa.

A pesar de haber sido concebida como «la plaza de las Aguas de Córdoba», por un pedido del cónsul de Italia, cambió su nombre por el actual rindiendo tributo a la gran colectividad italiana en Córdoba, y acentuándose este reconocimiento con el bajorrelieve alusivo a la Loba Capitolina o Luperca con Rómulo y Remo que rememora la leyenda de la fundación de Roma. Se

ubica en la fuente sur de la plaza y es obra del escultor Marcelo Hepp.

La plaza Italia pretendía alojar estacionamiento subterráneo pero su reducida superficie determinó que dicha función se concretase en la **Plaza de la Intendencia-Héroes de Malvinas**, a pocos metros de allí. Fue inaugurada en 1983 y proyectada por el arquitecto Miguel Ángel Roca para resaltar los palacios circundantes y alojar 500 vehículos en cada uno de los dos niveles subterráneos de cochera.

En el ángulo sudeste se inauguró un monumento que conmemora a los caídos en la guerra de Malvinas, obra del escultor Marcelo Hepp. En el centro de la plaza se ubicaba una fuente de agua que luego fue reemplazada por una estructura piramidal vidriada que supo alojar la Central de Semáforos Inteligentes y Control de Tránsito de la ciudad.



1.8 DE MOLINOS, RIELES Y RUEDAS

Hacia el Este del distrito la presencia de las Terminales de Ómnibus, la Estación del Ferrocarril General Bartolomé Mitre, la Casa de Gobierno de la Provincia y la Legislatura Provincial perfilan un nuevo sector que recoge historias de industria, producción y transporte.

Sobre la margen derecha del río Suquía en la intersección con Av. Olmos aún se observan los restos del antiguo Molino Córdoba de la empresa **Molinos Río de la Plata**. Se trataba de un molino harinero construido cerca de 1920 y que funcionó hasta finales de la década de 1980. En su época de esplendor, la producción harinera salía directamente al puerto a través de las vías férreas que pasan por el costado del molino.

Quedan en pie el edificio principal en ladrillo visto que alojaba el sector productivo de la empresa y el parque de silos, ubicado al oeste del predio. En 1998 fueron demolidos ocho silos.

Al otro lado de la Av. Olmos, en 2019, fue inaugurada la nueva sede de la **Legislatura Provincial**. El diseño estuvo a cargo del estudio de arquitectos Morini y Asociados. Su arquitectura busca la abstracción y logra esconder la escala real del edificio a través de una fachada exterior compuesta de parasoles de aluminio extruido que transmiten una sensación de liviandad y movimiento.

Tras esa piel se encuentra la estructura de hormigón armado de cuatro niveles administrativos con

sistema de aislamiento acústico. En el centro de la edificación se localiza el recinto legislativo que es el corazón del lugar.

En el mismo predio se levanta el **Centro Cívico del Bicentenario**, inaugurado en diciembre de 2011, y constituido por una torre prismática de 45 metros de altura y un cuerpo horizontal de tipo topográfico.

El prisma posee una rotación de 20 grados a los 16 metros de altura lo que produce un interesante juego de luces y sombras. Las perforaciones romboidales en su estructura exterior o parasolado le otorgaron el mote popular de “El Panal”. En su interior funcionan dependencias de la administración pública provincial. El cuerpo bajo aloja un centro de convenciones y la vivienda oficial del gobernador.

Frente al “Panal” se encuentra una escultura ecuestre del Brigadier General Juan Bautista Bustos, obra del artista Marcelo Hepp, y también existe un retoño de la **higuera histórica de doña Paula Albarracín**, bajo la cual realizaba sus tejidos y su hijo Domingo Faustino Sarmiento la acompañaba realizando sus lecturas desde el año 1801.

La planta aún subsiste en el patio principal del Museo Casa Natal de Sarmiento en la ciudad de San Juan. Desde 1938 el museo cuenta con un programa para entregar retoños a escuelas e instituciones culturales de todo el mundo.

En la misma ribera del río Suquía se ubica la **Estación Ferroviaria Bartolomé Mitre** cuyo edificio actual fue

inaugurado en 1922 como parte del Ferrocarril Central Argentino. Su diseño pertenece al arquitecto J. W. Brown y las obras comenzaron en 1909. Posee una superficie cubierta de 4000 metros cuadrados.

Al momento de su inauguración contaba con 16 baños, salas de equipaje, salas de espera, telégrafo, jefatura, primeros auxilios y oficinas. En la planta alta se emplazaron los sanitarios y las oficinas mientras que en un tercer nivel oculto en la fachada se ubicaba la vivienda del jefe de la terminal ferroviaria. Sus muros son de cemento armado sobre armazón de acero y las puertas son de cedro. Toda su arquitectura responde al estilo neoclásico. En 1946 la estación pasó a formar parte del ferrocarril Mitre. Actualmente funciona el ramal a Villa María y Retiro.

La **Terminal de Ómnibus Córdoba** o Terminal 1 es otro de los sitios destacados en la zona. Fue diseñada por los arquitectos Fontán, Fandino, Egea, Meriles y Valle Luque e inaugurada en 1971. Desde allí parten principalmente los transportes de larga distancia y algunos servicios de media distancia provincial. Posee cuatro niveles en los que aloja las plataformas, servicios de restaurantes y cafeterías, supermercado, farmacia, cajeros automáticos, boleterías, servicios de encomiendas, oficina de información turística, entre otros.

Actualmente forma un conjunto con la Terminal 2, también conocida como Terminal de Ómnibus del Bicentenario, inaugurada en 2011, que ocupa los

terrenos del antiguo Molino Centenario construido en 1919, por entonces propiedad de la empresa José Minetti y Cía.

Casi como un hito fronterizo de distritos turísticos de la ciudad, se ubica el nudo vial Mitre donde puede apreciarse la escultura de 12 metros de altura denominada «El Hombre Urbano». Fue inaugurada en 1999 y es obra del artista cordobés Antonio Seguí. Está realizada en acero pintado. Junto a «La Mujer Urbana» en el nudo vial 14 y «Los Niños Urbanos» ubicados en el parque del aeropuerto conforman la serie «La Familia Urbana». Según su autor, «**El Hombre Urbano** corre hacia el futuro dejando atrás el siglo con sus grandes descubrimientos, con la tecnología, con las computadoras, con los aviones, el ferrocarril, las industrias, los automóviles, y entra corriendo al tercer milenio».



02.



MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

2.1 ENFOQUE TEÓRICO Y DISEÑO ESTRUCTURAL DEL PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA DISTRITO CENTRO

El Plan de Gestión Turística de Córdoba Capital subraya la importancia de la planificación estratégica participativa y sostenible en turismo. Esta premisa no sólo pretende fomentar un enfoque integral articulado y más horizontal entre los diferentes actores del destino sino también atender de manera focalizada las necesidades y oportunidades en materia turística en diversas zonas del ejido urbano bajo los principios de inclusión, accesibilidad, innovación, sustentabilidad y gobernanza.

Los planes barriales o distritales se enmarcan en estas directrices procurando mayor compromiso de los ciudadanos y actores del turismo con las problemáticas locales, la búsqueda de oportunidades de mejora o solución a través del esfuerzo conjunto, las relaciones interinstitucionales, el refuerzo de la identidad local y la apropiación simbólica del patrimonio turístico, su preservación y uso sostenible. Este enfoque multidimensional persigue también el

desarrollo turístico inteligente de un distrito, integrando tecnologías innovadoras, el uso eficiente de los datos en la toma de decisiones y la optimización de procesos de gestión turística, experiencia del visitante, calidad de los productos y calidad de vida de la comunidad.

En este tránsito hacia el progreso futuro se entrelazan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados en la Agenda 2030 de la ONU, un ambicioso compromiso en la lucha contra la pobreza, el desempleo, la desigualdad y el cambio climático.

El turismo, tan sensible a las variables climáticas y sanitarias; y tan potente en cuanto a la creación de empleo y las mejoras de las condiciones de vida de un destino, debe asumir un rol destacado en el cuidado del ambiente y el crecimiento económico inclusivo y sostenible de un distrito.

La zonificación en ciudades tan extensas como Córdoba, plantea una gran oportunidad para la gestión turística inteligente y eficiente produciendo efectos positivos significativos y duraderos que se trasladan, a su vez, a las potenciales áreas turísticas identificadas dentro de un mismo distrito o barrio.

2.2 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA DISTRITO CENTRO

El Plan de Gestión Turística Distrito Centro, coordinado por la Subsecretaría de Turismo de la Municipalidad de Córdoba conjuntamente con la Universidad Blas Pascal fue un proceso técnico participativo que congregó a representantes de ámbitos académicos; empresariales; institucionales públicos, privados y mixtos; artísticos; turísticos de distinto rubro; vecinales; religiosos; culturales; gastronómicos; entre muchos otros, para la creación de una herramienta de gestión turística distrital para los próximos años.

Es un instrumento abierto que permitirá el constante enriquecimiento de sus programas y proyectos a través de nuevas propuestas que posiblemente surgirán del propio proceso de desarrollo turístico del destino y derivados de sus oportunidades de crecimiento y mejora.

De manera práctica, pretende ordenar y orientar las intenciones, esfuerzos y planificaciones de la comunidad turística receptora brindando un marco teórico e institucional a sus proyectos y ofreciendo un formato común para las propuestas comunitarias.

Para arribar a este resultado, se realizaron actividades previas en la que se analizaron fuentes primarias y secundarias referidas al pretendido desarrollo turístico del distrito. Tal es el caso del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de la Provincia de Córdoba 2030, el Plan de Gestión Turística de Córdoba Capital (PGT) 2030, el Plan Estratégico de ADEC 2024-2025,

los trabajos específicos realizados para el casco histórico de la Asociación Córdoba Nuestra, como el relevamiento de sitios con potencial turístico, el plan de recuperación del área central y el proyecto “Distrito Centro Histórico”, así como también las normativas y ordenanzas municipales que recaen sobre el ordenamiento territorial y patrimonial del distrito.

Por otra parte, dos instancias de trabajo con referentes del sector en el ámbito del Distrito Centro permitieron establecer un diagnóstico turístico local y proyecciones futuras de la actividad en torno a una visión compartida y el desarrollo de proyectos derivados de un mapa de oportunidades.

2.3 METODOLOGÍA DE TRABAJO

Se llevaron a cabo dos encuentros organizados en mesas de trabajo de acuerdo con la cantidad de participantes y las dimensiones o ejes estratégicos a trabajar.

Las mesas tenían facilitadores dispuestos por la Universidad Blas Pascal y la Subsecretaría de Turismo que colaboraban con el cumplimiento de las actividades planteadas y del tiempo estipulado para su realización.

El primer encuentro fue desarrollado en las instalaciones del Hotel Sussex. Las actividades tenían

por objetivo reconocer de manera conjunta las fortalezas, debilidades, oportunidades y desafíos de este distrito como espacio turístico, y construir una visión compartida de su desarrollo a futuro, que combinase el respeto por su valor patrimonial urbano, con criterios de sostenibilidad, innovación, inclusión y calidad.

El diagnóstico se encaró de manera colaborativa en 10 mesas y en torno a cinco ejes estratégicos: Gobernanza, Sostenibilidad, Innovación, Calidad y tecnología, Inclusión y accesibilidad, y Promoción y marketing.

Cada uno fue abordado a partir del intercambio de experiencias, diagnósticos situados y propuestas concretas, dando lugar a una mirada integral. Participaron representantes del sector turístico, de organizaciones de la sociedad civil, así como actores vinculados a la gestión patrimonial, la cultura, el comercio, la academia y la comunidad local.

En el segundo encuentro se tuvieron como objetivos puntuales dar a conocer el diagnóstico y revalidar la visión compartida que surgió de la primera instancia. Se llevó adelante la validación de la zonificación del distrito y concluyó con el diseño de posibles propuestas dando respuesta a las problemáticas o ideas fuerzas surgidas de cada eje estratégico trabajado en el diagnóstico. La convocatoria de los sectores fue similar al primer taller. Este encuentro se realizó en el emblemático Museo del Banco de

Córdoba “Arq. Francisco Tamburini”.

Respecto de la metodología empleada para esa instancia, se comenzó con la actividad referida a la zonificación, basada en enfoques internacionales que permitieron tener una mirada integral de la propuesta para la división turística del distrito. Se utilizó un QR, donde los participantes pudieron responder una encuesta con resultados en el momento. En lo que respecta a la revalidación de la visión compartida, se utilizó el mismo formato, donde los participantes pudieron opinar sobre la versión preliminar de la misma.

En un segundo momento se continuó con la presentación de resultados del diagnóstico del primer taller, donde se reflejaron por eje temático las ideas fuerza que habían surgido. La actividad dispuesta en torno a estos resultados fue que los participantes generasen propuestas y líneas de acción concretas para las diferentes problemáticas o ideas fuerza emergidas del diagnóstico.

2.4 EJES TRABAJADOS

En consonancia con el Plan de Gestión Turística de Córdoba Capital, los ejes trabajados en el Plan de Gestión Turística Distrito Centro son:

Gobernanza

La gobernanza involucra las relaciones entre diversos actores en el proceso de decidir, ejecutar y evaluar asuntos de interés público como el turismo. Un modelo de desarrollo turístico que considere al desarrollo económico, la equidad social y la preservación ambiental en su gestión, involucra la participación y consulta de diversas partes interesadas constituidas por actores públicos, privados y de la sociedad civil.

Se trata de enmarcar la gestión del turismo en un proceso decisional participativo, es decir, el conjunto de acciones e interacciones entre actores que permite decidir entre distintas alternativas de solución a un problema colectivo que propicie la resolución de conflictos y establezca objetivos que conduzcan al desarrollo turístico en el marco de la sostenibilidad.

Sostenibilidad

Fomenta el uso responsable de los recursos, la protección ambiental y la preservación del patrimonio cultural, asegurando beneficios a largo plazo. En este caso, se traduce en una gestión sostenible de los territorios turísticos que busque reducir los impactos

sociales y ambientales negativos y promueva el crecimiento económico y el bienestar de las comunidades locales.

El turismo puede contribuir al desarrollo sostenible de los destinos, generando sinergias, consolidando redes que permitan la creación de valor de forma conjunta, que mejoren la empleabilidad inclusiva, contrarresten la desigualdad de oportunidades turísticas entre áreas de un mismo distrito y fomenten el progreso a través de políticas de innovación, cooperación e integración de la comunidad residente, los habitantes temporarios (comerciantes, trabajadores de diversos rubros) y los turistas.

Asimismo, el turismo puede convertirse en agente de preservación patrimonial generando actividades de valoración del legado histórico-cultural y natural y promoviendo la inversión en conservación de los atractivos turísticos.

Innovación, calidad y tecnología

La innovación turística optimiza la gestión turística y mejora la experiencia del visitante a través de soluciones digitales que incrementan la competitividad del destino. Es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del

sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística o sostenibilidad.

La innovación turística puede aplicarse, por ejemplo, a destinos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios.

La calidad implica debatir acerca de la importancia de instalar una cultura de la mejora continua en la actividad turística, partiendo de acciones de concientización destinadas a los distintos actores del sector (comunidad local, prestadores de servicios relacionados directa e indirectamente al turismo, sector público, privado, académico, entre otros), establecimiento de estándares de calidad y análisis sobre las necesidades de capacitación y formación, como estrategias destinadas a impulsar la gestión de la calidad para el fortalecimiento de la competitividad de los destinos.

En muchos de estos procesos, el involucramiento de tecnología a través de aplicaciones, procesos de análisis, organización de la información, entre otros usos, contribuye a la innovación y calidad de los productos, servicios, procedimientos, análisis y operaciones decisorias.

Inclusión y accesibilidad

Garantiza que todas las personas puedan acceder y disfrutar del turismo, con una oferta adaptada a diferentes públicos. La accesibilidad física debe estar acompañada de accesibilidad intelectual, es decir, que los productos y servicios turísticos sean pensados de acuerdo con el perfil del público destinatario y sus necesidades particulares.

En una sociedad global como la actual, la tecnología puede tornarse una herramienta facilitadora de inclusión lo que demanda también una formación continua.

Promoción y marketing

La promoción de un destino turístico es clave y fundamental, dado que es la acción que proporciona a los posibles turistas toda la información acerca del territorio y sus principales características incluyendo los atractivos, infraestructura, equipamiento y servicios.

El marketing, por su parte, incluye también estrategias para mejorar la experiencia del turista, responder a sus necesidades, cuidar la imagen del destino e impulsar el consumo de servicios desde el trabajo planificado, colaborativo y coordinado. De esta manera, no sólo busca generar interés en los viajeros sino transformar esa atención en reservas o compras.

2.5 SÍNTESIS DEL PROCESO PARTICIPATIVO

El proceso de participación en números



03.



DIAGNÓSTICO Y VISION TURÍSTICA

3.1 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

La identificación de diversos conflictos y oportunidades ha permitido abordar el **diagnóstico** turístico del territorio desde una perspectiva integral y multidimensional. Durante este proceso, la sistematización de problemáticas y potencialidades específicas fue realizada horizontalmente entre actores públicos, privados, comunitarios y académicos para converger en una visión compartida hacia el futuro cercano.

Esta base diagnóstica constituye un insumo fundamental para avanzar hacia una planificación estratégica efectiva, con legitimidad social y transformadora.

Se reconoce al distrito como un espacio de alto valor patrimonial, cultural e identitario, con potencial para proyectarse como el corazón turístico, social y económico de la ciudad, pero precisa fortalecer la **gobernanza participativa** y mixta a través espacios de articulación entre el sector público, privado, académico y la comunidad, mediante entes mixtos o

mesas de cogestión, que prioricen la participación ciudadana en la toma de decisiones y garanticen transparencia y corresponsabilidad.

Se resaltan las oportunidades para trabajar coordinadamente y mejorar las infraestructuras y los equipamientos en las zonas turísticas, en cuanto a señalización, circulación urbana, estacionamiento, iluminación e higiene, poniendo en valor el espacio urbano.

Por otro lado, ampliar los horarios de apertura de los atractivos turísticos, instar a los profesionales del turismo a la capacitación continua, y fomentar una cultura de la calidad, la sustentabilidad y el trabajo colaborativo son desafíos para todos los actores del sistema turístico del distrito.

En cuanto a **sostenibilidad urbana y turística**, se ponderan los avances en calidad urbana gracias al mantenimiento y puesta en valor de plazas, espacios públicos y algunos sitios patrimoniales, pero también se subraya la necesidad de avanzar en la implementación de estrategias ambientales integrales, con énfasis en la gestión de residuos, el uso eficiente del espacio público, el fortalecimiento

institucional del IPA (Instituto de Protección Ambiental y Animal) y el fomento de prácticas sostenibles en el sector privado, mediante incentivos y regulaciones claras además del estímulo a participar de certificaciones verdes.

También se plantea el desafío de reforzar la identidad histórica del distrito, ampliar la superficie arbolada o verde, y potenciar el uso de sistemas de transporte o movilidad sustentable.

Con respecto a **innovación, tecnología y calidad**, los participantes de las instancias de trabajo destacaron el desarrollo de propuestas innovadoras como los recorridos 360 de «Ciudad Digital», las paradas con wi-fi libre, la existencia de algunas actividades inmersivas, la incorporación de códigos QR, audioguías y podcasts a la oferta turística, pero también plantearon la necesidad de incrementar estas tecnologías o recursos digitales, y aunar esfuerzos para desarrollar soluciones digitales que integren las prestaciones turísticas. Plataformas interactivas, mapas digitales, pasaportes virtuales y otros recursos tecnológicos podrían hacer grandes contribuciones en este sentido sumado a la actualización constante de contenidos y el vínculo con startups e instituciones académicas.

En los debates se remarcó que muchos actores culturales y prestadores turísticos aún no han incorporado herramientas digitales para la gestión, promoción o reserva de servicios, a pesar de que

estas tecnologías vienen creciendo a pasos agigantados en todo el mundo.

En cuanto a la **calidad**, destacaron que la experiencia turística en el distrito es variable. Existen museos, visitas guiadas y propuestas de alto nivel, pero también se observa la necesidad de mayor mantenimiento del espacio urbano, control de la oferta informal y mejoras en infraestructura básica como baños públicos, iluminación nocturna, etc. El recurso humano necesita mayor formación específica en atención al visitante, patrimonio cultural, hospitalidad e idiomas.

Al momento de trabajar el eje de **accesibilidad e inclusión**, se ponderó que existieran espacios y propuestas accesibles en el sector turístico del distrito como hoteles, actividades recreativas, visitas guiadas en lengua de señas, idioma extranjero y audioguías, aunque escasas en comparación con la magnitud de servicios ofrecidos.

Las ideas fuerza que emergieron tendieron a acentuar la necesidad de un diseño consciente del espacio, con mayor incorporación de rampas, semáforos accesibles, nombre de calles y atractivos en Braille, señalética con pictogramas, lengua de señas y mapas hápticos. Además de capacitación de los recursos humanos en trato adecuado a personas con discapacidad y mayor difusión de los servicios accesibles que existan.

Asimismo, garantizar accesibilidad sensorial y



cognitiva en los servicios, fomentar la formación continua del sector público y privado en turismo accesible y lenguas extranjeras, e impulsar alianzas con áreas competentes del municipio y la provincia para diseñar un programa integral de accesibilidad, marcaría un sendero virtuoso en esta significativa dimensión.

En lo relativo a **promoción y marketing**, el trabajo colaborativo de las mesas destacó el perfil único e identitario que posee el Distrito Centro como destino turístico, con su valor histórico y patrimonial, pero alertó sobre su promoción como parte del conjunto de la ciudad y no desde la especificidad de su territorio y potencialidades. Además, se mencionó el desconocimiento de muchos actores locales acerca de la riqueza patrimonial del barrio y de la oferta turístico-cultural que posee.

Fortalecer el desarrollo de una estrategia de promoción diferenciada del distrito, segmentada de acuerdo con una zonificación y tipos de públicos, que revalorice el patrimonio material e inmaterial,

fortalezca los vínculos con las instituciones educativas y culturales, y aproveche herramientas como influencers, eventos temáticos y espectáculos para atraer nuevos segmentos, tendría un alto impacto.

Promover el turismo de cercanía en los barrios y mejorar la coordinación entre los actores que gestionan los atractivos turísticos son acciones a trabajar para robustecer la promoción del distrito.

La **zonificación** funcional y estratégica de la jurisdicción es una línea programática clave para el desarrollo turístico. Basándose en criterios patrimoniales, turísticos, culturales, comerciales y de movilidad, la división zonal sugerida facilitará la identificación de subdistritos con identidad propia (histórica, gastronómica, cultural, entre otras), permitiendo planificar acciones específicas por área, distribuir inversiones de manera equitativa y desarrollar circuitos temáticos adaptados a distintos perfiles de visitantes.

3.2 ÁRBOL DE PROBLEMAS



3.3 VISIÓN TURÍSTICA DISTRITO CENTRO

El **Distrito Centro** se posiciona como un espacio patrimonial de alto valor cultural e identitario, donde la riqueza arquitectónica, la historia y la vida urbana se integran con una oferta turística diversa. Es un territorio estratégico que articula la experiencia del visitante con el andar de la comunidad local y que se proyecta como la principal puerta de entrada a los atractivos turísticos de la ciudad y de otras áreas turísticas.



04.



DISEÑO ESTRATÉGICO Y OPERATIVO

Con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico del Centro de la ciudad de Córdoba de manera sostenible, accesible, inclusiva y responsable, a partir de la visión consensuada oportunamente por los actores del sector, se presenta el diseño estratégico-operativo del Plan de Gestión Turística Distrito Centro, el cual se estructura en este capítulo en dos secciones:

4.1 Índice de programas y proyectos. Contiene el código y nombre de cada uno de los ejes, programas y proyectos. Son 5 Ejes, 9 Programas y 18 Proyectos.

4.2 Cuadro de programas, proyectos, acciones, metas e indicadores. Contiene la descripción de cada eje junto con los programas y proyectos asociados y sus acciones. Contiene además las metas, indicadores y verificables correspondientes a cada acción, además de los ODS con los que cada programa se relaciona y los niveles de prioridad.

4.1 ÍNDICE DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

1. GOBERNANZA

1.1. Programa de gestión turística integrada, articulada y cooperativa.

1.1.1. Proyecto: Creación de una mesa de trabajo coordinadora y multisectorial que favorezca la gestión turística eficiente, sostenible y calificada.

1.2. Programa de seguridad turística

1.2.1. Proyecto: Distrito seguro a través de una estrategia coordinada y articulada de seguridad.

1.3. Programa de formación continua del sector.

1.3.1. Proyecto: Fortalecimiento de la cadena de valor de los productos y servicios turísticos.

1.4. Programa de zonificación turística del distrito.

1.4.1. Proyecto: Delimitación de zonas turísticas dentro del distrito para diversificar la experiencia turística y distribuir de manera más equitativa los beneficios y desafíos del turismo urbano.



2. SOSTENIBILIDAD

2.1. Programa de sostenibilidad ambiental.

2.1.1. Proyecto: Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (RSU) en espacios turísticos.

2.2. Programa de Preservación del Patrimonio Cultural y el Ambiente Humano.

2.2.1. Proyecto: Revalorización del Patrimonio Urbano.

2.2.2. Proyecto: Promoción de prácticas sostenibles en relación con el ambiente urbano por parte del sector privado.

2.2.3. Proyecto: Capacitación en Sostenibilidad Turística.

3. INNOVACIÓN, CALIDAD Y TECNOLOGÍA

3.1. Programa de Innovación, Calidad y Tecnología.

3.1.1. Proyecto: Sistema de Información Turística Integrado.

3.1.2. Proyecto: Renovación de Circuitos Turísticos.

4. ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN

4.1. Programa de Accesibilidad e inclusión turística.

4.1.1. Proyecto: Mejora de la Infraestructura y Servicios Inclusivos.

4.1.2. Proyecto: Capacitación y Sensibilización en Accesibilidad.

4.1.3. Proyecto: Alianzas Estratégicas y Gobernanza.

5. PROMOCIÓN Y MARKETING

5.1. Programa de Promoción y Marketing para el Distrito Centro.

5.1.1. Proyecto: “Anfitriones Turísticos Distrito Centro”.

5.1.2. Proyecto: Posicionamiento del Destino.



5.1.3. Proyecto: Innovación en la Oferta Turística.



5.1.4. Proyecto: Comunicación estratégica y articulada.

5.1.5. Proyecto: Símbolo Barrial.


4.2 CUADRO DE PROYECTOS, PROGRAMAS Y ACCIONES

1. GOBERNANZA					
<p>La gobernanza turística es el pilar de una gestión del turismo eficaz y equitativa. Se basa en un proceso colaborativo donde los sectores público, privado y la sociedad civil trabajan juntos para tomar decisiones cruciales. Este modelo inclusivo busca un desarrollo sostenible, asegurando que el crecimiento económico beneficie a todos, respete las comunidades locales y proteja el medio ambiente. Al fomentar la participación de todas las partes interesadas, la gobernanza turística permite identificar soluciones óptimas a desafíos colectivos, mitigar conflictos y garantizar una distribución justa de los beneficios generados por la actividad turística.</p>					
PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
<p>1.1 Gestión turística integrada, articulada y cooperativa.</p> <p>Objetivo: Promover una gobernanza colaborativa entre los sectores público, privado y la sociedad civil para coordinar políticas turísticas, legislación específica y cooperación interinstitucional en pos de garantizar la sostenibilidad de la actividad turística en el distrito.</p> <p>ODS</p> 	<p>1.1.1 Creación de una mesa de trabajo coordinadora y multisectorial que favorezca la gestión turística eficiente, sostenible y calificada.</p> <p>CORTO PLAZO</p>	<p>1.1.1.1 Conformación de un equipo facilitador para la creación de un Ente Mixto, Junta o Cabildo de Turismo que involucre áreas municipales clave para el desarrollo turístico, asociaciones hoteleras, gastronómicas, comerciales, culturales, artísticas, artesanales, profesionales de turismo y otras.</p> <p>1.1.1.2 Desarrollar un plan de acción a corto, mediano y largo plazo, para la sostenibilidad de las acciones y la implementación del plan distrital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una estructura de funcionamiento efectivo con objetivos y metas, asignación de responsabilidades y funciones, elaboración de una planificación para la puesta en marcha. • Concretar un cronograma de actividades, tiempo de realización de las mismas, responsables, recursos necesarios y resultados esperados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de reuniones de la mesa coordinadora. • Reglamento o estatuto. • Cantidad de acciones concretadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acta de constitución, actas de reuniones y acuerdos. • Reglamento aprobado • Informes de las acciones.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
<p>1.2 Seguridad Turística.</p> <p>Objetivo: Fortalecer la seguridad en el Distrito Centro y particularmente en las áreas de mayor conflictividad.</p> <p>ODS</p> 	<p>1.2.1 Distrito seguro a través de una estrategia coordinada y articulada de seguridad.</p> <p>MEDIANO PLAZO</p>	<p>1.2.1.1 Promover acciones preventivas y operativas en seguridad derivadas de mesas de trabajo coordinadas con organizaciones de seguridad, tales como: instalación de cámaras en puntos estratégicos; incremento de la presencia policial en zonas conflictivas; mejora del alumbrado público; incorporación de serenos y alarmas vecinales; delimitación de espacios de estacionamiento seguros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de hechos delictivos y percepción positiva de seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de reuniones de coordinación con las organizaciones de seguridad de la ciudad y/o la provincia. • Número de cámaras instaladas • Cronograma de patrullajes • Cantidad de luminarias que se reemplazan y nuevas instaladas en lugares necesarios. • Hechos delictivos concretados y evitados • Número de reuniones informativas y de seguimiento con la policía. • Encuestas de satisfacción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes policiales, inspecciones, minutas de reuniones, encuestas de percepción, registros del sistema de alarmas y serenazgo.
<p>1.3 Formación continua del sector.</p> <p>Objetivo: Fomentar la excelencia y calidad de los servicios a través de la capacitación de los profesionales en turismo y personal con oficios y profesiones afines para potenciar la competitividad del destino.</p> <p>ODS</p> 	<p>1.3.1 Fortalecimiento de la cadena de valor de los productos y servicios turísticos.</p> <p>CORTO PLAZO</p>	<p>1.3.1.1 Organizar propuestas de cursos, talleres y capacitaciones a través de alianzas con instituciones académicas y organismos especializados; determinar instancias de actualización y control de credenciales, y generar incentivos para la formación continua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el número de actores capacitados, credenciales habilitadas y niveles de satisfacción del turista en atención. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de capacitaciones brindadas, certificados emitidos o credenciales entregadas, además de las encuestas de satisfacción respondidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes de seguimiento e informes mensuales o anuales de capacitaciones concretadas.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
<p>1.4 Zonificación Turística del Distrito.</p> <p>Objetivo: Ordenar el uso del espacio, preservar el patrimonio cultural y mejorar la gestión de los flujos turísticos.</p> <p>ODS</p> 	<p>1.4.1 Delimitación de zonas turísticas dentro del distrito para diversificar la experiencia turística y distribuir de manera más equitativa los beneficios y desafíos del turismo urbano.</p> 	<p>1.4.1.1 Ordenamiento territorial a través de la mesa de trabajo conjunto público-privado (proyecto 1.1.1 de este plan) para delimitar acciones de puesta en valor, promoción turística, cartelería, entre otras; y fortalecer los procedimientos de fiscalización y control de establecimientos turísticos y guías de turismo en las zonas delimitadas en pos de la excelencia y calidad de productos y servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aliviar la presión sobre los sectores más visitados, preservar sus patrimonios culturales, activar zonas con potencial turístico, favorecer la profesionalización constante y formalización del sector, y mejorar la calidad de los servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de reuniones de la mesa de trabajo para trabajar en la zonificación y sus proyectos. • Proyectos concretados. • Fiscalizaciones realizadas. • Niveles de satisfacción de turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actas o minutas de reuniones de la mesa de trabajo. • Memorias mensuales o anuales de acciones o proyectos realizados en las zonas turísticas. • Registros e informes de fiscalización (cumplimientos e infracciones). • Estadísticas derivadas de las encuestas de satisfacción de los turistas.

2. SOSTENIBILIDAD					
PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
<p>2.1 Sostenibilidad Ambiental.</p> <p>Objetivo: mitigar el impacto negativo de las actividades urbanas y turísticas, promoviendo un desarrollo que equilibre el crecimiento económico con la protección del ambiente.</p> <p>ODS</p> 	<p>2.1.1 Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (RSU) en espacios turísticos.</p> 	<p>2.1.1.1 Desarrollo de estrategias de concientización ambiental para turistas y anfitriones turísticos, trabajo conjunto con IPA (Instituto de Protección Ambiental y Animal) para desarrollo de líneas específicas de recolección de envases PET en establecimientos turísticos; ubicación estratégica de contenedores en zonas turísticas; refuerzo de recolección en temporadas altas; difusión de planes de gestión de residuos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir la contaminación visual y ambiental en el espacio turístico, fomentar buenas prácticas ambientales en turistas y anfitriones turísticos (seleccionar, reducir, reciclar, reutilizar los desperdicios) e integrar a los recuperadores urbanos al sistema para mejorar la calidad del entorno, la organización del sistema de recolección y la imagen del destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de actividades que incluyeron estrategias de concientización ambiental. • Nivel de satisfacción de residentes y visitantes a través de encuestas. • Kilogramos de PET recolectados en establecimientos turísticos. • Cantidad de contenedores reubicados en zonas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memorias o reportes con las acciones de concientización ambiental (en visitas guiadas, en OIT, en charlas de concientización para anfitriones turísticos, etc). • Informes de encuestas de satisfacción. • Mapa de ubicación de contenedores. • Informes de IPA respecto a la cantidad de residuos recolectados en el distrito (aumento o disminución).

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
<p>2.2 Preservación del Patrimonio Cultural y el Ambiente Humano.</p> <p>Objetivo: Gestionar de manera sostenible del territorio, sus recursos y entornos con foco en la conservación patrimonial y ambiental para mejorar la calidad de vida, reforzar la identidad local, y fortalecer la imagen del destino a largo plazo.</p> <p>ODS</p> 	<p>2.2.1 Revalorización del Patrimonio Urbano.</p> <p>LARGO PLAZO</p>	<p>2.2.1.1 Promover la incorporación de nuevos patrimonios de interés municipal a los registros municipales con la consiguiente planificación para su correcta conservación, respetando sus valores históricos, artísticos o culturales y generando soluciones creativas para la convivencia con las actividades de la sociedad moderna, e involucrando asimismo a la comunidad y otros actores en su cuidado y difusión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir a preservar los valores patrimoniales, sociales y ambientales de diversos recursos turísticos del distrito. Contribuir a eficientizar los canales de gestión para la recuperación de edificios antiguos en desuso. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de inmuebles históricos y patrimonios intangibles incorporados a los registros oficiales. Cantidad de gestiones realizadas para la recuperación de edificios antiguos (incluyendo observaciones y actualizaciones a las ordenanzas existentes). Número de reuniones con actores locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Declaratorias, decretos y ordenanzas promulgadas para la conservación de nuevos patrimonios culturales urbanos. Actas de reuniones realizadas. Proyectos de actualización o de nuevas ordenanzas de utilización y conservación de bienes históricos disponibles en el Consejo Deliberante.
	<p>2.2.2 Promoción de prácticas sostenibles en relación al ambiente urbano por parte del sector privado.</p> <p>CORTO PLAZO</p>	<p>2.2.2.1 Diseño e implementación de un plan de capacitación en prácticas sostenibles que incluya mecanismos de incentivos y premios y la visibilización de casos locales de éxito.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar una cultura de responsabilidad compartida. Reconocer y premiar a iniciativas privadas con criterios de sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de empresas o emprendimientos participantes. Cantidad de incentivos o premios otorgados. Grado de visibilidad de las iniciativas. 	<ul style="list-style-type: none"> Listado de empresas premiadas. Registro de incentivos. Material de comunicación y difusión circulante.
	<p>2.2.3 Capacitación en Sostenibilidad Turística.</p> <p>CORTO PLAZO</p>	<p>2.2.3.1 Diseñar e implementar programas de formación específicos en gestión patrimonial y turismo responsable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer una perspectiva de sostenibilidad en el sector. Revalorizar los espacios urbanos a través de su conocimiento y difusión. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de instancias de capacitación ofrecidas y cantidad de participantes. Número de propuestas sostenibles surgidas a partir de las capacitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Listados de asistencia. Materiales producidos como resultado de los cursos. Certificados de capacitación emitidos.

3. INNOVACIÓN, CALIDAD Y TECNOLOGÍA

La innovación es clave para optimizar la gestión turística y enriquecer la experiencia del visitante. La integración de soluciones digitales incrementa la competitividad del destino y ofrece beneficios tangibles e intangibles tanto a los operadores turísticos como a la comunidad local.

Paralelamente, la calidad es un pilar fundamental que exige una cultura de mejora continua, estableciendo estándares claros y evaluando constantemente las necesidades de formación.

En todos estos procesos, la tecnología juega un papel crucial, impulsando la innovación y elevando la calidad de los productos, servicios y la toma de decisiones operativas.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
<p>3.1 Innovación, Calidad y Tecnología.</p> <p>Objetivo: aumentar la competitividad del sector turístico del Distrito impulsando la implementación de estándares de calidad y la adopción de tecnologías digitales en todas las acciones del sector.</p> <p>ODS</p> 	<p>3.1.1 Sistema de Información Turística Integrado.</p> <p>CORTO PLAZO</p>	<p>3.1.1.1 Desarrollar e implementar soluciones tecnológicas (apps, mapas interactivos, QR, podcasts, etc.) en alianza con startups locales para la creación de una biblioteca/sistema digital de información y gestión turística coordinado y actualizado a fin de mejorar la experiencia del turista y del vecino anfitrión/informante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Centralizar y sistematizar la información turística. Optimizar la comunicación del destino. Mejorar la experiencia del visitante. Establecer alianzas estratégicas y diversificar a los beneficiarios del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de descargas de aplicaciones. Porcentaje de aumento en el uso de herramientas digitales. Número de alianzas con startups. Número de aplicaciones y recursos digitales creados. 	<ul style="list-style-type: none"> Reportes de uso de las plataformas digitales. Documentos que certifiquen los acuerdos firmados con startups. Informes de frecuencia de actualización de contenidos. Informes de satisfacción del visitante.
	<p>3.1.2 Renovación de Circuitos Turísticos.</p> <p>MEDIANO PLAZO</p>	<p>3.1.2.1 Promover la incorporación de pases virtuales, recursos digitales interactivos y modalidades de movilidad sustentable (bicicletas, monopatines eléctricos) a recorridos turísticos existentes y futuros públicos y/o privados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Animar a las organizaciones turísticas a modernizar la oferta de circuitos turísticos para promover una experiencia más interactiva y saludable, reducir el impacto ambiental y fomentar la visita a distintos atractivos culturales y patrimoniales. 	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de incremento en el uso de movilidad sustentable. Número de usuarios de pasaportes virtuales brindados por instituciones públicas o empresas privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Reportes de alquiler o uso de medios de transporte sostenible. Estadísticas de uso de la herramienta de los pasaportes virtuales.




4. ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN

La premisa del turismo accesible es asegurar el derecho universal al ocio y disfrute de experiencias turísticas. Ello implica desarrollar una oferta diversificada que integre a visitantes con movilidad reducida o requerimientos especiales, proporcionándoles la infraestructura y servicios necesarios para su plena integración social.

El concepto de accesibilidad trasciende la barrera física para abarcar la dimensión intelectual, exigiendo que los productos y servicios turísticos se conceptualicen en función del perfil del público objetivo.



La tecnología, en este marco, funge como un facilitador crucial de la inclusión, si bien su implementación exitosa requiere una capacitación continua del personal del sector.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
4.1 Accesibilidad e Inclusión Turística. Objetivo: Promover una cultura de equidad e inclusión en el sector turístico, asegurando la participación activa de todas las personas, con especial atención a los grupos en situación de vulnerabilidad.	4.1.1 Mejora de la Infraestructura y Servicios Inclusivos. 	4.1.1.1 Diagnóstico y sugerencias de mejora en el diseño, infraestructura y equipamiento urbano (ej. veredas, iluminación, rampas, etc) tanto en la vía pública como en los establecimientos turísticos de gestión pública o privada para conocer los sitios accesibles y fomentar la inclusión en aquellos que deban desarrollarla.	<ul style="list-style-type: none"> • Superar las barreras de accesibilidad a través de la mejora en la infraestructura urbana de áreas clave y el aumento de la oferta de servicios turísticos accesibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de espacios accesibles y/o accesibilizados (ej. veredas en buen estado, iluminación, rampas, museos y sitios turísticos con guías o audioguías en idiomas y lengua de señas, etc). • Cantidad de prestadores que se sumen al programa de incentivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informes de diagnóstico de infraestructura • Listado de establecimientos relevados. • Registro de incentivos otorgados. • Registro de lugares accesibles
		4.1.1.2 Programa de incentivos para prestadores turísticos en orden a fortalecer el sector turístico, especialmente pequeños y medianos emprendimientos, para que mejoren sus instalaciones y servicios, haciéndolos más inclusivos y accesibles.	<ul style="list-style-type: none"> • Promover las inversiones en accesibilidad (rampas, baños adaptados, etc.), tecnología y capacitación, y en el fortalecimiento de la oferta turística en general mediante convocatorias y apoyo financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de proyectos presentados en las convocatorias y ganadores o beneficiarios. • Capital invertido. • Proyectos concretados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros de proyectos presentados y seleccionados. • ANR (Aportes No Reintegrables) otorgados. • Informes de accesibilidad de la Secretaría de Políticas Sociales y Desarrollo Humano.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
ODS 	4.1.2 Capacitación y Sensibilización en Accesibilidad 	4.1.2.1 Implementación de programas de capacitación para personal de turismo, transporte, servicios complementarios, comercio, etc., y desarrollo de información turística en formatos accesibles.	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la formación en atención a personas con discapacidad fomentando el respeto, la equidad y la inclusión en el disfrute de las actividades turísticas y la información ofrecida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas capacitadas (sector público y privado). • Cantidad de materiales informativos en formatos accesibles producidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Listas de asistencia a las capacitaciones e informes de seguimiento de las actividades. • Materiales en formato físico o digital producidos para formación o información.
	4.1.3 Alianzas Estratégicas y Gobernanza 	4.1.3.1 Favorecer la concreción de alianzas entre organismos municipales, provinciales y de gestión privada o mixta para garantizar accesibilidad e inclusión turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr una gestión coordinada en materia de accesibilidad para garantizar un enfoque integral de la problemática, sobre todo en infraestructura y formación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de alianzas estratégicas logradas. • Cantidad de espacios adaptados física, digital y/o intelectualmente. • Recursos accesibles generados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios interinstitucionales firmados • Actas de reuniones. • Plan de trabajo del programa.




5. PROMOCIÓN Y MARKETING

La promoción es fundamental para cualquier destino turístico. Su función principal es informar a los visitantes potenciales sobre el territorio, sus atractivos, infraestructura y servicios disponibles. Por su parte, el marketing turístico es una estrategia de promoción más amplia y planificada. Va más allá de la simple difusión de información; utiliza estrategias coordinadas y colaborativas para mejorar la experiencia del turista, responder a sus necesidades específicas, gestionar la imagen del destino e impulsar el consumo de servicios, transformando el interés inicial de los viajeros en reservas y compras concretas.

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
5.1 Promoción y Marketing para el Distrito Centro. Objetivo: Fortalecer la promoción y comercialización del Distrito Centro para posicionarla estratégicamente a nivel provincial, nacional e internacional de acuerdo a una segmentación de mercado.	5.1.1 “Anfitriones Turísticos Distrito Centro”. 	5.1.1.1 Formar a vecinos y trabajadores del sector en el rol de Anfitriones Turísticos del Distrito, promoviendo el conocimiento de su historia, cultura y atractivos.	<ul style="list-style-type: none"> Promover una cultura de anfitrión turística para fortalecer el rol de los actores locales como promotores del destino. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de personas capacitadas. Encuestas de satisfacción del visitante. 	<ul style="list-style-type: none"> Listados de asistencia a capacitaciones e informes estadísticos de los talleres realizados y su impacto en el distrito. Informes de satisfacción.
	5.1.2 Posicionamiento del Destino. 	5.1.2.1 Potenciación de las cualidades identitarias y turísticas distintivas de cada zona del distrito (según zonificación propuesta en Programa 1.4) dentro de una estrategia de promoción unificada y eficaz que permita vincular la oferta local con los distintos mercados.	<ul style="list-style-type: none"> Posicionar el Distrito Centro como destino turístico urbano resaltando su diversidad en la oferta existente e incrementando su visibilidad a nivel provincial, nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de crecimiento en visitas internacionales. Cantidad de campañas de promoción realizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Informes estadísticos de turismo internacional en barrio y sus zonas turísticas. Reportes de campañas de marketing.

ODS



PROGRAMAS	PROYECTOS	ACCIONES	METAS	INDICADORES	VERIFICABLES
	5.1.3 Innovación en la Oferta Turística. 	5.1.3.1 Jerarquización de productos y servicios turísticos a través de la inclusión de herramientas digitales, eventos y atractivos nocturnos; y su difusión en espacios y servicios públicos como transporte urbano, paradas inteligentes, terminales de transporte, páginas y aplicaciones oficiales.	<ul style="list-style-type: none"> Generar propuestas turísticas innovadoras y atractivas, que enriquezcan la experiencia del visitante/residente y fomenten su circulación entre las diversas zonas turísticas del distrito. 	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de nuevos productos turísticos desarrollados. Número de eventos temáticos realizados. Número de espacios y servicios públicos empleados en la difusión. 	<ul style="list-style-type: none"> Memoria anual con inventario de productos turísticos, calendario y fotografías de eventos, y reportes de afluencia de público.
	5.1.4 Comunicación estratégica y articulada. 	5.1.4.1 Creación de una agenda conjunta de actividades e información con ampliación horaria de los atractivos turísticos y promoción a través de medios digitales.	<ul style="list-style-type: none"> Articular y generar vínculos sólidos entre los actores del sector para mejorar la experiencia del turista con horarios flexibles en los atractivos y promoción a través de influencers reconocidos y canales de difusión específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de campañas con influencers. Porcentaje de establecimientos con horarios extendidos. Número de reuniones con los actores locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Contenido publicado por influencers y alcance de los mismos en cuanto a llegada de turistas en informes estadísticos. Archivos con horarios de apertura de museos y atractivos. Actas de reuniones de la mesa de gestión. Memoria anual de comunicación.
	5.1.5 Símbolo Barrial 	5.1.5.1 Diseño y adopción de una bandera y/o escudo oficial que represente la identidad histórica, social y cultural del barrio Centro.	<ul style="list-style-type: none"> Estimular el sentido de pertenencia y el orgullo barrial. Promover el conocimiento y difusión del patrimonio local. Integrar el escudo barrial como elemento de promoción turística. Consolidar herramientas de identidad visual y comunicacional para el barrio. 	<ul style="list-style-type: none"> Número de inscriptos a la convocatoria pública. Cantidad de propuestas recibidas y preseleccionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Propuestas finalistas Escudo resultante Documentación, emblemas, gráfica impresos o confeccionados con el escudo y/o bandera.

05.



BIBLIOGRAFÍA

COMISIÓN NACIONAL DE MONUMENTOS, DE LUGARES Y DE BIENES HISTÓRICOS. (2019). Monumentos Históricos Nacionales de la República Argentina. Provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología. Presidencia de la Nación. Buenos Aires.

CREMONINI, Gustavo; **SILVERMAN,** Daniel Enrique. (2016). Brevis vita typographica: la imprenta jesuita del Colegio de Monserrat en Córdoba, Argentina. En: **PROGRESSUS** Rivista di Storia Scrittura e Società. Anno III, n. 2, dicembre 2016. Università di Siena.

DE FERRARI RUEDA, Rodolfo. (1964). Historia de Córdoba. Tomo I. Biffignandi Ediciones. Córdoba, Argentina.

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). Documentos Estadísticos – Edición Bicentenario Año 2016. Gobierno de la Provincia de Córdoba. Argentina.

MONTES, Aníbal.

(1950). Nomenclador cordobense de toponimia autóctona: primera parte. En: Anales de Arqueología y Etnología, Año 1950, Tomo 11, p. 33-80.

(1956). Nomenclador cordobense de toponimia autóctona: segunda parte. En: Anales de Arqueología y Etnología, Año 1956, Tomo 12, p. 75-114.

MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA. (2025). Plan de Gestión Turística de Córdoba Capital. Córdoba, Argentina.

OBSERVATORIO TURÍSTICO.

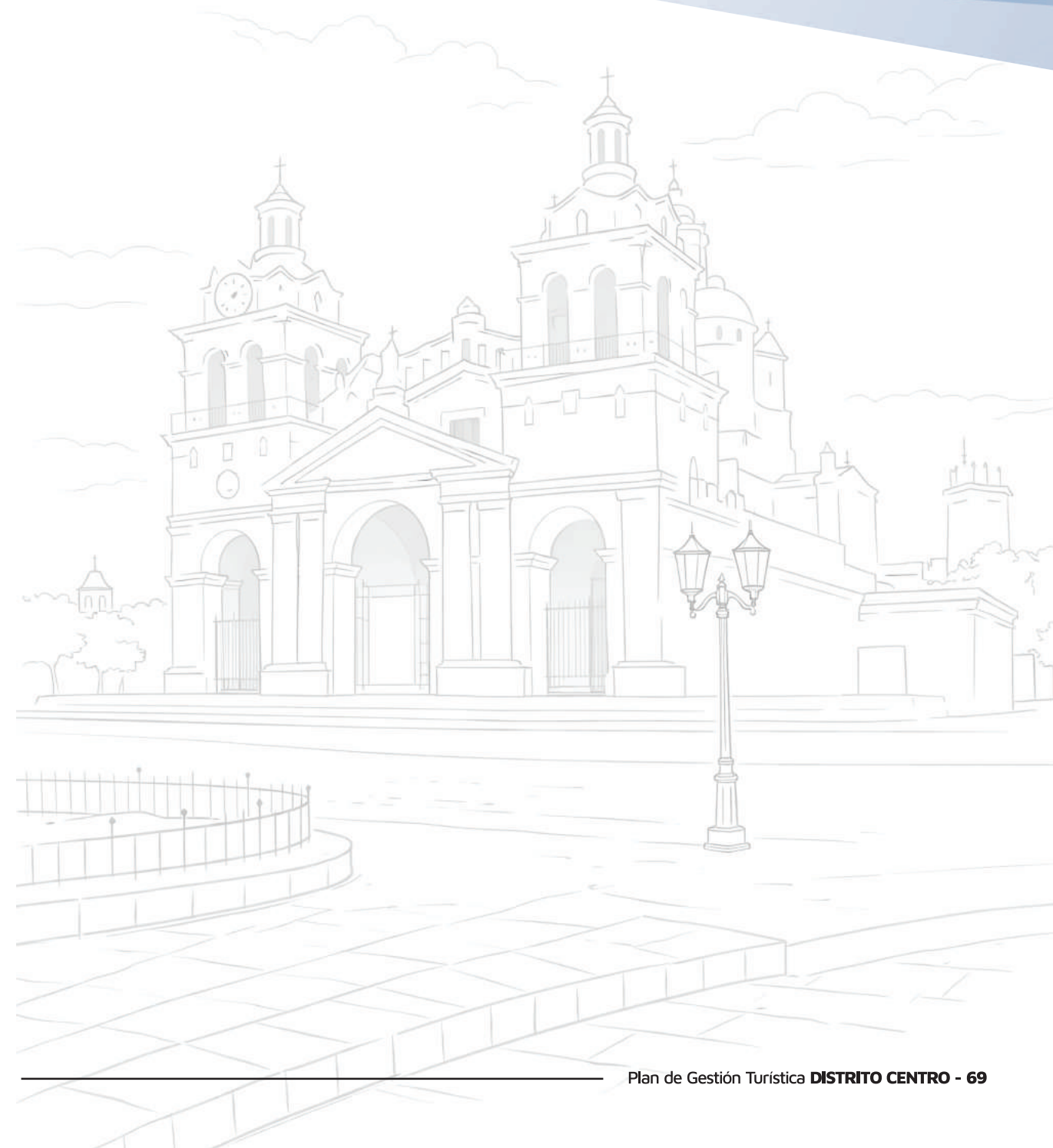
(2025). Oferta de alojamiento de la ciudad de Córdoba Año 2025. Subsecretaría de Turismo. Municipalidad de Córdoba. Argentina.

(2023). Oferta turística de la ciudad de Córdoba Año 2023. Subsecretaría de Turismo. Municipalidad de Córdoba. Argentina.

ORDENANZA Nº 11190. Protege y pone en valor los bienes y lugares del patrimonio construido en la Ciudad de acuerdo con el orden público que estos poseen, como así también la identificación y delimitación de áreas con valores urbanísticos y ambientales a proteger y/o rehabilitar ("Protección del Patrimonio Arquitectónico Urbanístico y de Áreas de Valor Cultural de la Ciudad de Córdoba). Sancionada: 26-12-2006. Promulgada: 16-01-2007. Boletín Municipal: 2709 Página: 3

PAGE, Carlos. (1989). La ciudad de Córdoba y sus mercados. En: DANA 27 Documentos de arquitectura nacional y americana Nº 27 1989. Instituto Argentino de Investigaciones en Historia de la Arquitectura y del Urbanismo.

PHILP, Marta. (2018). Itinerarios: recorridos por la historia de Córdoba / Marta Philp; Ayelén Ceballos; Consuelo Navarro; compilado por Marta Philp; Ayelén Ceballos; Consuelo Navarro; ilustrado por Juan Delfini. - 1a ed. - Córdoba: Editorial de la UNC; Córdoba: Escuela de Historia FFyH-UNC y Ministerio de Educación, Gobierno de la Provincia de Córdoba.



06.



ANEXOS

PARTICIPANTES PRIMER ENCUENTRO DE TRABAJO

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
1	Aguirre	Martín	Artista callejero
2	Aguirre Moyano	Martina Belen	Guía profesional de turismo
3	Alarcón	Marcela Alejandra	Asociación Civil Mesa Afro Córdoba
4	Alarcón	Jorge	Cementerio San Jerónimo
5	Albelo	Anabella	Hotel Everest
6	Albelo	Néstor	Hotel Everest
7	Alfonso	Corina	NH Panorama & NH Urbano
8	Álvarez Moncada	Marta	Servicio de Guías de Turismo de Córdoba A.C.
9	Álvarez Saavedra	Matías	Asociación Civil Córdoba Nuestra
10	Aphesteguy	Carolina	Subdirectora CPC Mercado
11	Aspiazú	Fabiola	Guía profesional de turismo
12	Baquero Lazcano	Cristian	Asoc. Argentina de Ceremonial y Protocolo (ASARP)
13	Beltramino	Alicia	Museo Juan de Tejeda
14	Borzalino	Ana Raquel	El Oso Ecoaventuras de Carlos Paz
15	Bosaz	Karina	Guía de Turismo
16	Brondo	Luciana	Asociación de guías de Córdoba/MUCI
17	Brunas	Guillermo	Director Guardia Urbana
18	Bruno	Eduardo	Solar de Tejeda.Morfeta.Fritanga

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
19	Cabrera	Rubén	Bamba Viajes Integrales
20	Canavesio	Sebastián	Banco Macro SA
21	Cardozo	Pablo	Hotel Ritz SAS
22	Carretero	Rodrigo	En Camino Paseos
23	Castañón	Milton	Checa
24	Castro	María Soledad	Área de Arqueología- Policía de Cba
25	Castro	Ana Carolina	Club Atlético Talleres
26	Charriette	Eduardo	Sala 12 teatro / Casa de tango
27	Ciklic	Julián	Nativo Viajes
28	Cortinovis	Romina	Dirección General de Discapacidad Municipalidad de Córdoba
29	Cuscuna	Laura	Banco
30	De Elejalde	Julieta	UBP
31	Díaz	María del Carmen	Solar de Tejeda. Morfeta. Fritanga.
32	Enria	Danilo Ezequiel	Checa Cervecería
33	Enria	Daniela	Checa
34	Férix Terzaga	Cecilia	Museo Cristóbal de Aguilar, Teatro del Lib.Gral. San Martín
35	Fernández	Esteban Ariel	Universidad Nacional de Villa María
36	Fernández	Marcela	Museo Histórico Sobre Monte - Agencia Cba Cultura
37	Ferraro	María Soledad	Municipalidad de Córdoba
38	Fons	Julio	Comuna Villa Los Aromos
39	Fueyo	Claudio Martín	Centro Vecinal Barrio Centro
40	Funes	Estanislao	City Bus
41	Funes	Gastón	City Bus
42	Gallardo	Cristian	Ente Fiscalización y Control de Córdoba
43	García Mortizantti	Franca Itati	Museo del Colegio Nacional de Monserrat
44	Garrido	Juan Ignacio	Secretaría de Gobierno de la Municipalidad de Córdoba
45	Gómez	Cristian David	Cámara de Comercio de Córdoba

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
46	Greco	Carlota	Cámara de Comercio de Córdoba
47	Guerra	Aldo Sergio	Colegio Nacional de Monserrat (UNC)
48	Hayas	Yanina	Dirección General de Discapacidad
49	Herrera	Franco Gastón	Asociación de Guías de Córdoba
50	Hormaeche	Ezequiel	Municipalidad de Córdoba
51	La Terza	Alicia	Municipalidad de Córdoba- Secretaría de Educación
52	Luna	Silvia Gladys	Ente Municipal de Fiscalización y Control
53	Marín	Anabel	Mariano Moreno -Direc. Técnica Sector hotelero gastronómico.
54	Marrama	Mariana	Rutur Viajes
55	Mercado	Raúl Daniel	Universidad Blas Pascal
56	Mesa	Juan Pablo	Facultad de Turismo y Ambiente - UPC
57	Mosqueda	Nilda	Municipalidad de Córdoba
58	Naretto	César	Rutur Viajes
59	Navarro	Raúl Gastón	Guía independiente
60	Nieto	Eduardo	Músicos de la calle
61	Olmedo	Raúl Daniel	Ente de Fiscalización y Control
62	Palacio	Gloria Irene	Servicio de guías de Córdoba Asociación Civil
63	Paredes	Lucila	Bamba Viajes Integrales
64	Planas	Agustina	Hotel Virreinato
65	Ponce Márquez	María Florencia	Ente Municipal de Fiscalización y Control
66	Premat	César Agustín	Guía Profesional de Turismo
67	Rodríguez	Ramiro	Asociación Civil Córdoba Nuestra
68	Rodríguez	Gastón	Servicio de Guías de Turismo
69	Rojo	Andrés	Catedral de Córdoba
70	Ruiz	Cristian	
71	Salcedo Burdet	Andrea	Cementerios Municipales
72	Sánchez	María Fernanda	Ente Municipal de Fiscalización y Control

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
73	Santini	Marina Belén	Centro Vecinal del Centro
74	Sarmiento	Micaela	Ente Municipal de Fiscalización y Control
75	Rodríguez	María Gabriela	Córdoba Acelera
76	Sibilla	Sabrina Paola	Bamba Viajes Integrales
77	Soto	Nancy Mabel	Comuna Villa Los Aromos
78	Tuschi	Jorge	Director CPC Mercado
79	Uboldi	Roxana	Políticas Vecinales
80	Uribe	Alfonso	Área de Arqueología Agencia Córdoba Cultura
81	Vargas Stanchich	Leonel	Ente Municipal de Fiscalización y Control
82	Villalva	Ezequiel	Ente de Fiscalización y Control Municipalidad de Córdoba
83	Wojcik	Sandra Lorena	UBP

PARTICIPANTES SEGUNDO ENCUENTRO DE TRABAJO

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
1	Aguirre	Martín	Dirección de Artistas Callejeros de la Municipalidad
2	Albelo	Néstor	Hotel Everest
3	Albelo	Anabella	Hotel Everest
4	Almaraz	Carlos	Instituto Superior Mariano Moreno
5	Álvarez Moncada	Marta	Servicio de Guías de Turismo de Córdoba A.C.
6	Baquero Lazcano	Cristian	Asociación Argentina de Ceremonial y Protocolo ASARP
7	Biarnés	Gonzalo	Academia Nacional de Ciencias
8	Bosaz	Karina	Guía de turismo
9	Boujon	Alexis	Gulliver Digital Passport

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
10	Cardozo	Pablo	Lola Ritz Residencia Universitaria
11	Castro	María Soledad	Área de Arqueología- Policía de Córdoba
12	Charrette	Eduardo	Casa de Tango. Escuela de Tango Centro Cultural Sala 12 Teatro
13	Ciklic	Julián	Nativo Viajes
14	Conde	Matías	Localiza Rent a car
15	Díaz	Carlos Alberto	Tanger Regalos
16	Férix Terzaga	Cecilia	Museo Cristóbal de Aguilar, Teatro del Ldor. Gral. San Martín
17	Fernández	Esteban Ariel	Universidad Nac. de Villa María y Observatorio Urbano Córdoba
18	Fons	Julio	Comuna Villa Los Aromos
19	Gallardo	Cristian	EMFyC
20	Garrido	Juan Ignacio	Secretaría de Gobierno
21	Goldberg	Lucas	Aldea Hostel Córdoba
22	Gómez	Cristian David	Cámara de Comercio de Córdoba
23	Gómez Arroyo	Josefina	Ente Municipal de Fiscalización y Control
24	Gutiérrez	Sebastián	Córdoba Acelera
25	Herrera	Karina	Secretaría de Políticas Sociales
26	Irazábal	Daniela	Secretaría de Políticas Sociales y Desarrollo Humano
27	Jaimovich	Leandro	Hertz Argentina
28	Maldonado	Ana Laura	Secretaría de Políticas Sociales
29	Mameli	Analía	Aldea Hostel Córdoba
30	Meloni	Katya	Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Prov. de Córdoba
31	Miranda	Jon Esteban	Localiza Rent a Car
32	Mosqueda	Nilda	Municipalidad de Córdoba
33	NATALI	GUILLERMO	Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Prov. de Córdoba
34	Pincheira	Aida	Centro Cultural UNC Paseo Córdoba de la Nueva Andalucía
35	Reusa	Gabriel	Utuco
36	Ricciuto	Carla Sandra	Universidad Nacional de Córdoba - Subsecretaría de Cultura

Nº	APELLIDO	NOMBRE	REPRESENTA A
37	Santini	Marina Belén	Municipalidad de Córdoba y centro vecinal del centro
38	Saravia	Verónica	Subsecretaría de Turismo
39	Sorrentino	Pedro	Centro Cultural UNC
40	Sosa	Sabrina Paola	Bamba Viajes Integrales
41	Suárez	Claudia Alejandra	MUCI Museo de la Ciudad
42	Taborda	Gabriela	Siglo 21 y consultoría propia
43	Turcatti	Gabriela	AHT Córdoba
44	Uboldi	Roxana	Secretaría de Fortalecimiento Vecinal y Deporte
45	Uribe	Alfonso Manuel	Agencia Córdoba Cultura
46	Villalva	Ezequiel	Ente Municipal de Fiscalización y Control
47	Víctor	Esteban	Centro Vecinal Centro
48	Vicente	Franco	Centro Vecinal Centro
49	Cabrera	Rubén	Agencia
50	Fiorani	Héctor	Asociación Córdoba Nuestra
51	Soto	Nancy	Comuna Los Aromos
52	Levi	Osvaldo	Bancor
53	Castañeira	Laura	Bancor
54	Ferreyra	Roberto	Subsecretaría de Turismo
55	Lastra	Alejandro	UBP

PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA
DISTRITO CENTRO
Córdoba Capital

