

TURISMO CULTURAL EN VIAJE DE GRUPO ORGANIZADO. MEDINA AZAHARA / MADINAT AL-ZAHRA COMO REFERENTE¹

Manuel de la Calle Vaquero y María García Hernández

Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

El viaje en grupo organizado, ya sea impulsado por las agencias de viaje o por otro tipo de entidades, constituye una fórmula básica del turismo cultural. Sin embargo, se trata de un tipo de viaje bastante poco conocido, cuyos rasgos quedan subsumidos dentro de las características generales del visitante que acude a los recursos y destinos de dominante cultural. En este artículo se presenta la metodología y resultados parciales de un estudio sobre los visitantes del Conjunto Arqueológico de Medina Azahara / Madinat al-Zahra (Córdoba), en concreto a los aspectos referidos a este tipo de viaje (dinámica, composición, distribución temporal, etc.). A partir de la experiencia obtenida en este y otros trabajos, se propone una nueva forma de estructurar los contenidos referidos a la forma de organización del viaje de posible aplicación en los estudios sobre los visitantes en óptica local.

Palabras clave: turismo cultural, segmentación de visitantes, grupos organizados, conjuntos arqueológicos, Medina Azahara.

Fecha de recepción: 27 de mayo de 2008

Fecha de aceptación: 23 de octubre de 2008

Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid. Ciudad Universitaria. 28040 MADRID (España). E-mail: mcalleva@ghis.ucm.es, mgarciah@ghis.ucm.es

¹ Dentro del proyecto «*Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales*». Ministerio de Educación y Ciencia. Plan Nacional de I+D+I. Referencia: SEJ2006-10898/GEOG. Dpto. de Geografía Humana (UCM) Años 2006-2008.

Los datos que figuran en este texto provienen del *Estudio de Público del Conjunto Arqueológico de Madinat al-Zahra*, proyecto dirigido por el Dr. M. A. Troitiño Vinuesa por encargo de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía (2006-2008). Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid.

Cultural tourism and package tours: the referent of Medina Azahara/ Madinat Al-Zahra**ABSTRACT**

The organized tourist group, whether driven by travel agencies or other entities, constitutes a basic formula of cultural tourism. However, this is a kind of travel rather little known, whose traits are subsumed within the general characteristics of the visitor who comes to cultural resources and destinations. This article presents the methodology and partial results of a study on visitor to the Archaeological Site of Medina Azahara / Madinat al-Zahra (Cordoba), in particular matters relating to this type of tourist travel (dynamics, composition, timing, etc.). Based on the experience gained in this and other projects, proposes a new way of structuring content relating to the organizational form of travel in order to be used in local market studies.

Key words: cultural tourism, visitor segmentation, group travel, archaeological sites, Medina Azahara.

1. PRESENTACIÓN. LOS VIAJES CULTURALES EN GRUPO ORGANIZADO

Desde que Thomas Cook inventara las primeras fórmulas de turismo organizado a mediados del siglo XIX, el viaje en grupo ha sido uno de los componentes más significativos del turismo cultural. Aunque existen antecedentes notables, en España el viaje en grupo organizado comienza su expansión en pleno apogeo del turismo de masas. Es la época de las excursiones y circuitos en autobús, de los turistas extranjeros que empiezan a redescubrir las tierras de España y de los propios españoles que incluso se lanzan fuera de nuestras fronteras. La figura de los guías locales es clave, en tanto que ostentan por ley el monopolio de los servicios de información al turista en viaje colectivo en materia de patrimonio histórico. En las ciudades de mayor trayectoria turística (Granada, Toledo, Córdoba...) el imaginario popular local sigue asociando turismo con viaje en grupo organizado. Esta asociación se mantiene incluso en la actualidad, entre otros factores debido a la elevada visibilidad de esta forma de viaje (autobuses, grupos de personas con guía concentrados sobre determinados espacios...). Es más, la persistencia de estrechas relaciones entre los operadores externos de esta fórmula (touroperadores, empresas de autocares...) con determinados intereses locales (guías turísticos, tiendas de recuerdos, restaurantes de grandes dimensiones...) determina que en muchas ocasiones se confunda la salud del turismo local con la coyuntura del viaje en grupo.

En función de la naturaleza de la entidad impulsora del viaje, cabe diferenciar dos situaciones: de una parte los grupos comerciales o grupos de agencia; y de otra, los grupos no comerciales o grupos institucionales y asociativos, buena parte de los cuales se integran dentro del ámbito del turismo social. Los primeros derivan de la acción de los touroperadores —agencias de viajes, en tanto que se corresponden con grupos montados a partir de la adquisición individualizada de un paquete turístico en una agencia minorista. Cada turista compra un paquete previamente ensamblado por un touroperador; el grupo se

monta a partir de cada una de estas compras. El segundo tipo corresponde a los grupos no comerciales, conformados por la acción de un conjunto amplio de entidades que impulsan el viaje sin una finalidad estrictamente comercial. Dentro de estas entidades destaca el peso de las instituciones educativas (colegios, institutos, universidades y otros centros de formación), que recurren al viaje como fórmula de aprendizaje *in situ*. Más allá de los grupos escolares, la gama de entidades que utilizan el viaje colectivo es amplísima (tercera edad, asociaciones de amigos del patrimonio, entidades vecinales, etc.), así como las motivaciones de viaje que aducen son tremendamente heterogéneas (salir de casa, pasar un tiempo con personas de tipo similar, ampliar horizontes vitales, etc.).

El viaje en grupo organizado se diferencia nítidamente del viaje independiente (solo, en pareja, en familia, con amigos...). Más allá del tamaño del grupo de viaje, ajustado desde hace décadas al tamaño de un autobús (también microbuses en la actualidad), se trata de un viaje mucho más planificado. En el caso de los grupos de agencia, la organización operativa del viaje corresponde a la propia agencia, con el concurso de los operadores locales con los que trabaja en cada destino. En cambio, los grupos de carácter no comercial en muchas ocasiones montan el viaje por su cuenta. Para ello efectúan reservas directas con los prestatarios locales de los servicios turísticos (restaurantes, hoteles, etc.). En España los viajes educativos están eximidos de contratar guías locales para la explicación de la ciudad, si dicha explicación la realiza personal docente. En líneas generales, los viajes de organización operativa a cargo de las entidades impulsoras del desplazamiento (colegios, asociaciones...) son viajes cortos, de tipo excursión o pequeños circuitos por lugares conocidos. Cuando estas condiciones no se dan, las propias entidades impulsoras del viaje recurren de principio al auxilio de las agencias de viaje, generalmente agencias especializadas o departamentos específicos de grandes touroperadores. En líneas generales, se recurre a los operadores especializados cuando el viaje presenta condiciones más difíciles de montaje, generalmente circuitos de elevada duración, que incluyen desplazamientos a grandes distancias físicas y/o culturales o simplemente la utilización adicional del avión.

A pesar de la importancia constatada del viaje cultural en grupo organizado, apenas existen datos sobre esta fórmula de viaje. A nivel general, las encuestas del Instituto de Estudios Turísticos permiten determinar el número de viajes de motivación cultural principal para los turistas españoles (Familitur) y extranjeros que visitan España (Frontur). Incluso permiten cuantificar el peso de las prácticas culturales en el conjunto de los desplazamientos turísticos, con independencia del motivo principal del viaje. Sin embargo, las preguntas sobre forma de organización del viaje se limitan a conocer si dicho viaje se realiza en forma de paquete turístico, a partir de reservas sueltas en agencias de viajes, con reservas directas al proveedor de los servicios o sin ningún tipo de reserva previa. A partir de estos datos, no se puede inferir si se trata de un viaje individual o un viaje en grupo. Más preocupante resulta el desconocimiento del fenómeno a nivel local, en especial en aquellos destinos con fuerte presencia del visitante en viaje colectivo. En Sevilla, la encuesta del Observatorio Turístico 2006 indaga sobre la forma de organización del viaje diferenciando entre viajes totalmente organizados por agencia (22,3%), viajes con reservas sueltas por agencia de alojamiento (5,2%) y/o transporte (2,7%), viajes organizados por asociaciones (6,2%), viajes organizados por la propia empresa (9,1%), y viajes organizados de forma independiente (54,7%). De forma paralela, en los observatorios de Córdoba y Granada

se obtiene información sobre la composición del grupo de viaje (pareja, familia...), los factores que influyeron en la elección del destino (recomendación del agente de viajes, Internet, asociaciones...), el medio de transporte, etc. En todo caso el viaje organizado en grupo queda subsumido dentro de la afluencia global de visitantes, muy influenciada por las características del viaje independiente en función de la mayor presencia de éste y/o de su mayor facilidad para ser encuestados.

La ausencia de datos estadísticos oficiales apenas queda compensada con los estudios puntuales sobre afluencia y perfil de los visitantes elaborados durante los últimos años. En Toledo (Molina, Martín-Consuegra, Esteban y Díaz, 2007), se pregunta sobre la utilización de intermediarios en el viaje. A partir de esta y otras variables se avanza una segmentación del mercado local que diferencia entre «turistas independientes» (40,9% de los visitantes), «jóvenes excursionistas» (37,9%) y «visitantes organizados» (21,2%), mayoritariamente excursionistas y en viaje con operadores turísticos. En Ronda (Bote, Álvarez, González y Nieto, 2003) se manejan dos niveles de profundidad: en primer lugar, se indaga sobre la forma de organizar el viaje, distinguiendo entre «viajes en grupo y organizados», «viajes no en grupo y organizados», y «viajes no en grupo y no organizados»; y en segundo lugar, en caso de tratarse de viajes en grupo y organizados, se indaga sobre el tipo de grupo (agencia de viajes, empresa donde se trabaja, colegio-escuela, IMSERSO, asociación de tercera edad, asociación cultural y otros tipos). Los datos obtenidos señalan que únicamente el 4,4% de los turistas visitaban la ciudad en grupo organizado, en su mayoría agencia de viajes (53,2%). Dentro de los excursionistas, este porcentaje era más alto (10,7%) y la distribución por tipo de grupo mucho más heterogénea, con mayor presencia de grupos impulsados por entidades educativas (18%), asociaciones de la tercera edad (10%)... además de las agencias de viaje (17%). Mucho más diluido queda el viaje en grupo organizado en los estudios realizados en Salamanca con motivo de la Capitalidad Europea de la Cultura (Herrero, Sanz, Bedate, Devesa y Barrio, 2004) así como en los informes sobre los visitantes al Museo del Prado auspiciados por el Instituto de Estudios Turísticos.

La experiencia acumulada por el Grupo de Investigación en cuyo marco se desarrolla este trabajo (<http://www.ucm.es/info/geoturis/>), con estudios sobre visitantes en lugares como la Alhambra de Granada, Aranjuez, Ávila y Salamanca, aconseja una aproximación metodológica en dos niveles sucesivos (Troitiño, García y Calle, 2006): de una parte, un análisis de la afluencia de visitantes a partir de los registros disponibles, en especial aquellos registros que diferencien viajeros individuales de visitas en grupos; de otra, sendas encuestas a estos dos tipos de visitantes, con un cuestionario más reducido a los visitantes en grupo organizado en función de las condiciones de estancia y movilidad de dichos grupos. Mediante esta segmentación previa se evita que el viaje en grupo organizado quede subsumido dentro de las características globales de la afluencia de visitantes. Este sistema se ha aplicado con éxito en Ávila (Troitiño, Calle y García, 2002) y es la base para el *Estudio de Público de Madinat al-Zahra* (2008), cuyas aportaciones se presentan en los epígrafes siguientes.

2. MADINAT AL-ZAHRA COMO CASO DE ESTUDIO. METODOLOGÍA DE TRABAJO Y CONTEXTO TURÍSTICO DE REFERENCIA

Situada en las proximidades de la ciudad de Córdoba, Madinat al-Zahra (Medina Azahara) fue fundada en el segundo cuarto del siglo X por Abd al-Rahman al-Nasir (Abd al-Rahman III), primer califa de al-Andalus. Esta fundación se inscribe en una larga práctica asentada en el mundo islámico oriental que vinculaba la dignidad califal con la creación de grandes núcleos urbanos muy próximos a las antiguas ciudades (Vallejo, 2004). Su máximo periodo de esplendor dura sólo cuarenta años, de hecho en el 981 Almanzor se instala con la corte y los servicios administrativos en Madinat al-Zahira², nueva ciudad que funda al este de Córdoba. Apartada del centro de actividad política, Madinat al-Zahra irá languideciendo hasta que su rastro se pierde y se inicie su recuperación, como recinto arqueológico, a principios del siglo XX. En su organización general, la ciudad se asienta sobre una serie de grandes terrazas escalonadas, en la zona de contacto de las estribaciones meridionales de Sierra Morena con la vega del Guadalquivir. Los niveles superiores corresponden al Alcázar, donde coexisten espacios de carácter oficial, vinculados con las funciones de gobierno y representación (Salón de Abd al-Rahman III...), con estancias de carácter privado cuya función primordial es la residencial (Vivienda de la Alberca, Casa de Ya`far...). En la medina, situada en la plataforma inferior y nítidamente separada del Alcázar, se ubican complejos residenciales, grandes talleres, zocos, la ceca y la mezquita aljama, hasta el momento el único edificio de la zona excavado. El núcleo del yacimiento es declarado Monumento Histórico-Nacional mediante Real Orden de 12 de julio de 1923. Más recientemente esta declaración es sustituida por la de Bien de Interés Cultural con la categoría de Zona Arqueológica (decretos 46/1996 y 195/2003 de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía), que abarca una extensión mucho más considerable. De forma complementaria, el Conjunto cuenta con un Plan Especial de Protección cuya aprobación definitiva data de 1998.

Esta importancia patrimonial se traduce en un notable atractivo turístico en el contexto de Córdoba, ciudad que constituye uno de los principales referentes del turismo cultural de nuestro país. De acuerdo con los datos del Registro de Visitas, durante el año 2007 visitaron el Conjunto Arqueológico un total de 195.452 personas. El Observatorio Turístico de Córdoba estima en unos 1,22 millones la afluencia de visitantes a la ciudad, por lo que las visitas a Madinat al-Zahra representan aproximadamente el 15% de los turistas y excursionistas de la ciudad de Córdoba. Dentro de ésta, el mayor número de visitas corresponde a la Mezquita-Catedral (1.204.626 visitantes durante 2006), seguida de la Sinagoga (404.375) y el Alcázar de los Reyes Cristianos (311.122). A bastante distancia se sitúan otros espacios visitables como el Museo de Bellas Artes (59.860), el Museo Arqueológico y Etnológico (59.117), el Museo Julio Romero de Torres (55.893) o la Torre de la Calahorra (44.308).

En la actualidad asistimos a un notable crecimiento de los viajes de componente cultural, ya sea a nivel de las motivaciones o en relación a las prácticas en destino. Este

2 No confundir Madinat al-Zahira con Madinat al-Zahra.

crecimiento coincide con formas de entender la gestión del patrimonio que van más allá de la gestión exclusiva del objeto patrimonial (documentación, conservación, restauración...). En un contexto de expansión de lo que se ha venido a llamar «turismo arqueológico» o «arqueoturismo» (Juan, 2004; Morere y Jiménez, 2007), se adecuan para la visita pública un número significativo de yacimientos mediante actuaciones de musealización progresivamente más complejas (Francia y Erice, 2005). Así, Madinat al-Zahra desarrolla un amplio programa de actividades que incluye itinerarios guiados de temáticas singulares, exposiciones, concursos de dibujo, programas educativos específicos para los escolares y un largo etcétera (Vallejo, 2000; Vallejo y Escudero, 2004).

En todo caso el visitante —local o foráneo, con interés genuino o que simplemente pasa por allí— se convierte en objeto de atención y seguimiento. En consecuencia, su conocimiento y la gestión de su flujo cobran progresiva importancia como parte de la gestión patrimonial, en especial en aquellos lugares donde la afluencia de visitantes es muy notable. En este marco hay que situar el *Estudio de Público del Conjunto Arqueológico de Madinat al-Zahra* (2008), dirigido por M.A. Troitiño Vinuesa con un equipo formado por miembros de la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Córdoba. Entre otros aspectos, dicho *Estudio* indaga sobre aspectos como el perfil general de los visitantes (dinámica, procedencia, motivaciones, caracterización socioeconómica...), el uso real del Conjunto y la satisfacción del visitante con dicho Conjunto, la adecuación del sistema de acogida a las necesidades del público visitante (información, aparcamiento...) y la posición del Madinat al-Zahra dentro del destino turístico Córdoba.

2.1. El viaje en grupo a Madinat al-Zahra. Aproximaciones metodológicas

Dentro de los trabajos realizados en el *Estudio de Público* referido, se ha prestado especial atención a la diferenciación entre el visitante en viaje individual y el visitante en grupo o viaje colectivo, que representa el 29,26% del total de visitas a Madinat al-Zahra durante el 2007. A efectos de determinar sus rasgos básicos, se obtienen los datos de referencia a partir de dos sistemas complementarios:

- Explotación y análisis del Registro de Visitas del Conjunto Arqueológico.
- Diseño, desarrollo, explotación y análisis de una Encuesta específica a Grupos.

En relación al primer sistema, los espacios que forman parte de la red de Conjuntos Arqueológicos y Monumentales de Andalucía (Baelo Claudia, Itálica, Carmona, Alcazaba de Almería y Madinat al-Zahra) disponen de un sistema común de recogida de información de sus visitas / visitantes. El nivel de desagregación de los datos es el siguiente (2000-2007):

- A nivel temporal, distribución diaria y por visitas de mañana / tarde.
- A nivel de procedencia, diferenciando entre visitantes de Andalucía, resto de España, resto de la Unión Europea y resto del mundo.
- A nivel de tipo de visita, visitantes individuales, visitantes en grupo escolar y visitantes de otro tipo de grupo. Existe un sistema de cita previa que diferencia grupos de carácter escolar y otro tipo de grupos.

El segundo aporte de datos proviene de una Encuesta a Grupos de Visita cuyo trabajo de campo se desarrolló entre noviembre de 2006 y octubre del 2007, en paralelo a una Encuesta al Visitante en Viaje Individual. De acuerdo a lo planteado en el apartado de presentación, la conveniencia de realizar dos encuestas diferentes deriva de la necesidad de singularizar el viaje en grupo, un tipo de viaje cuyas características tienden a diluirse dentro de una afluencia global muy influenciada por la visita individual. El número total de grupos encuestados ascendió a 371, con un tamaño medio de 39,74 personas por grupo, tamaño ajustado a un viaje que generalmente se realiza en autobús discrecional. A efectos de afinar la muestra, la estratificación se apoya en los datos procedentes del Registro de Entradas en relación a la distribución mensual, por procedencias y por tipo de visita. La persona que aporta la información es la responsable del grupo. En este sentido, en el cuestionario elaborado se pide información sobre el grupo y su viaje y no tanto sobre las características sociales y económicas del visitante en grupo.

De forma secundaria, los análisis elaborados se apoyan en un conjunto amplio de fuentes documentales y técnicas de investigación aplicadas al objeto específico de esta investigación. Dentro de las primeras cabe señalar el análisis de los catálogos de los touroperadores que incluyen la visita a Madinat al-Zahra dentro de sus paquetes turísticos. En relación a las segundas, se han realizado recuentos sistemáticos de autobuses en las zonas de aparcamiento del Conjunto Arqueológico y se ha hecho observación directa del comportamiento de los grupos de visita dentro del área visitable, además de sucesivas entrevistas con los responsables de la visita del Conjunto.

2.2. Madinat al-Zahra en el contexto de Córdoba. Datos de referencia

Como se ha señalado anteriormente, durante el año 2007 visitaron el Conjunto Arqueológico de Madinat al-Zahra un total de 195.452 personas. En términos dinámicos, el número de visitantes ha experimentado un crecimiento del 12,89% en el intervalo 2000-2007, con notables altibajos interanuales. El año más atípico corresponde al 2001 debido al desarrollo de la exposición *El Esplendor de los Omeyas*, organizada por la Junta de Andalucía y la Fundación Legado Andalusi. En dicho año se contabilizaron 412.384 visitantes, 301.014 en el periodo de apertura de la exposición (de mayo a septiembre) y 110.384 el resto del año. Los datos disponibles a nivel de la ciudad de Córdoba muestran una dinámica menos positiva, incluso con momentos de cierta recesión en la llegada de visitantes. La *Encuesta de Ocupación Hotelera* del Instituto Nacional de Estadística (INE) indica que para el periodo 2000-2006 el número de viajeros alojados en los hoteles de la ciudad tan solo había crecido en un 3,65%. Es más, la Mezquita-Catedral ha pasado de contar con 1.248.200 visitantes en 2000 a 1.204.626 en 2006, lo que supone una reducción del 3,49% para el total del periodo considerado.

La distribución de los visitantes a Madinat al-Zahra se caracteriza por un notable predominio de los españoles frente a los extranjeros. De las 195.452 personas que visitaron el Conjunto durante el 2007, el 70,53% venían de España (29,74% de Andalucía y 40,79% del resto del país) y el 29,47% del extranjero (25,74% europeos y 3,72% del resto del mundo). A grandes rasgos, esta distribución se ha mantenido estable durante los últimos años. Para Córdoba, los datos del INE indican que durante el 2006 el 65,2%

de los viajeros alojados en hoteles procedían de España y el 34,74% del extranjero. A nivel dinámico destaca la reducción del componente foráneo, en tanto que a principios de siglo el reparto entre españoles y extranjeros era mucho más equilibrado. Los periodos de recesión en el flujo turístico internacional han sido compensados por el buen comportamiento del turismo interno, que además presenta estancias ligeramente más prolongadas. En este sentido, entre 2000 y 2006 las pernoctaciones en hoteles han crecido en un 19,55%, porcentaje muy superior al incremento del número de viajeros alojados, el 3,65% ya referido.

Como en otros conjuntos arqueológicos, en la distribución temporal de la visita inciden dos tipos de factores: de una parte, las condiciones de confort climático, que incide en la comodidad de la visita a un espacio abierto; de otra, la disponibilidad de tiempo de ocio y su distribución a lo largo del año. De forma detallada, el recorrido mensual de las visitas para el año 2007 es el siguiente:

1. Debido a las condiciones climáticas el invierno se configura como la temporada en la que menos se viaja por motivos de ocio; en Madinat al-Zahra enero acumula tan solo el 4,28% del total anual de visitas y febrero el 7,38%.
2. Con la llegada de la Semana Santa se inicia una temporada de importantes desplazamientos, alcanzándose dentro del Conjunto Arqueológico las cifras máximas de visitantes: marzo – 10,2%, abril – 14,28% y mayo – 11,19%.
3. En junio (6,31%) y julio (4,6%) se registra el segundo mínimo anual, ya que las condiciones de calor dificultan los desplazamientos por Andalucía, en especial para el turismo cultural extranjero.
4. Aunque estas condiciones siguen imperando en agosto, la condición de mes netamente nacional reduce su influencia en las cifras globales de visitantes, un 8,44% del total anual.
5. El otoño, considerado en sentido amplio, muestra cifras notables y bastante estables: septiembre – 7,4%, octubre – 9,58% y noviembre – 8,73%.
6. En última instancia, diciembre (7,62%) se muestra como un mes de transición hacia el mínimo invernal, rasgo que comparte con febrero.

Esta distribución se repite a grandes rasgos en la Mezquita-Catedral, aunque no en otros monumentos y museos de la ciudad de menor proyección turística. Cabe suponer que cada hito patrimonial presenta una distribución diferente de las distintas fórmulas de viaje y estas distribuciones inciden en el reparto mensual de la afluencia total de visitantes. Sobre estos aspectos se incidirá más adelante.

3. LOS VISITANTES EN GRUPO A MADINAT AL-ZAHRA. PROCEDENCIA, DINÁMICA Y DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO A LOS TIPOS BÁSICOS

Durante el año 2007 el número de visitantes en grupo a Madinat al-Zahra ascendió a 57.195, lo que supone el 29,26% del total de visitas al Conjunto Arqueológico. Este porcentaje se ha ido reduciendo significativamente durante los últimos años, de hecho en 2000 las visitas en grupo representaban el 38,66% de la afluencia total. Como se ha señalado anteriormente, la dinámica del Conjunto ha sido globalmente positiva (+12,89%

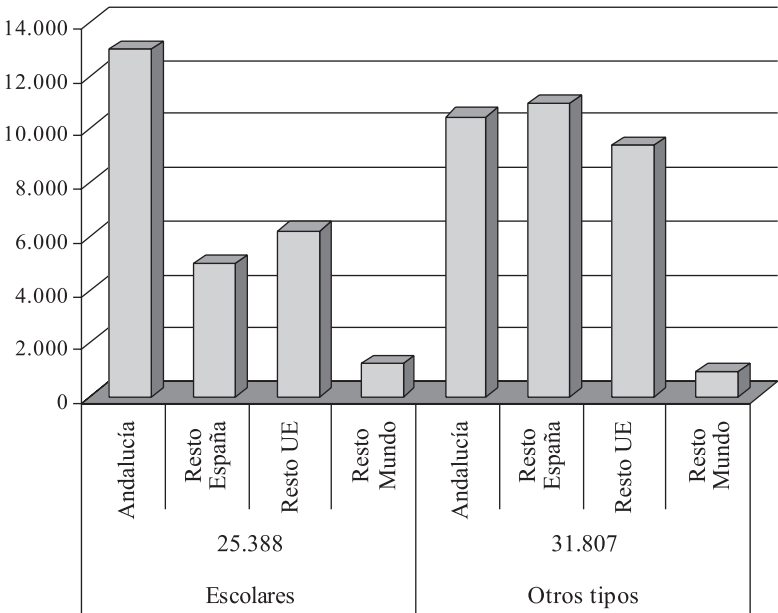
Cuadro 1
VISITANTES MADINAT AL-ZAHRA 2000-2007 POR TIPO DE VISITA

Año	Individual	En Grupo			Total Visitas
		Escolar	Otro Tipo	Total Grupo	
2000	106.198	27.415	39.515	66.930	173.128
2001 (*)	65.314	20.401	24.669	45.070	110.384
2002	121.068	23.922	41.185	65.107	186.175
2003	122.710	26.290	34.201	60.491	183.201
2004	131.327	27.289	34.384	61.673	193.000
2005	130.270	22.757	30.436	53.193	183.463
2006	133.990	24.639	30.265	54.904	188.894
2007	138.257	25.388	31.807	57.195	195.452

Nota 2001 (*): No se incluyen las visitas correspondientes a mayo-septiembre, en el periodo de desarrollo de la exposición *El Esplendor de los Omeyas*.

Fuente: Registro Visitas Conjunto Arqueológico Madinat al-Zahra.

Figura 1
MADINAT AL-ZAHRA: VISITANTES EN GRUPO AÑO 2007 POR TIPOS Y PROCEDENCIAS



Fuente: Registro Visitas Conjunto Arqueológico Madinat al-Zahra. Elaboración propia.

en el periodo 2000-2007) aunque subyace un comportamiento muy diferente de las dos grandes modalidades de viaje y/o visita, un comportamiento muy positivo para las visitas individuales (+30,19%) y bastante negativo para el viaje en grupo (-14,55%).

El componente más importante de las visitas colectivas corresponde a los grupos escolares. De acuerdo con los datos del Registro de Visitas del Conjunto Arqueológico, el número de visitantes en este tipo de grupos durante el 2007 ascendió a 25.388, lo que supone el 12,99% del total de visitantes que entraron a Madinat al-Zahra y el 44,38% de los visitantes en grupo. Dada la importancia del componente educativo dentro de los flujos del turismo cultural, en la Encuesta a Grupos realizada durante el año 2006 se ha manejado una categoría más amplia de «grupos del ámbito educativo», integrada por colegios, institutos, universidades y otros centros formativos. Representan el 51,75% de los grupos identificados, un porcentaje más alto del 44,38% de las visitas estrictamente escolares contabilizadas por el registro de entradas. Los rasgos básicos de este tipo de visitantes son los siguientes:

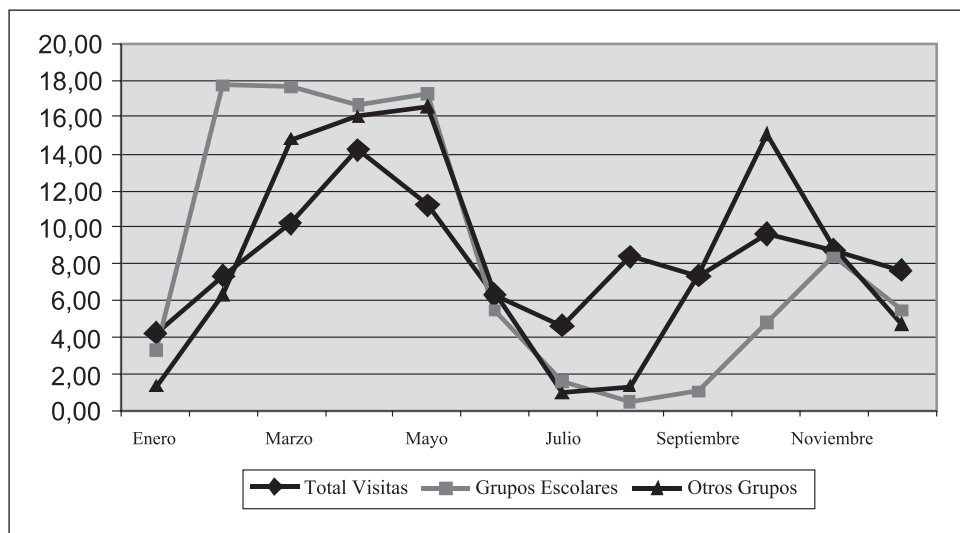
- **Procedencia.** De acuerdo con los datos del Registro de Visitas, la mayor parte de los grupos viene de Andalucía (50,94%), aunque también han entrado escolares españoles de fuera de Andalucía (19,61%), del resto de la Unión Europea (24,85%) e incluso de otros países (4,59%).
- **Dinámica.** La evolución registrada entre el 2000 y 2007 es bastante negativa, los visitantes en grupos escolares se han reducido en un 9,52% (-9,52%) dentro del periodo considerado. Esta reducción se debe sobre todo al descenso de los escolares andaluces (-23,33%) y, en menor medida, del resto de España (-6,26%). En cambio presentan dinámicas más positivas los escolares provenientes del resto de la Unión Europea (+17,14%) y, en especial, del resto del mundo (+137,79%). En todo caso cabe destacar que la dinámica general del viaje escolar viene marcada por los grupos andaluces, el grueso de los escolares. El resto de los colectivos son numéricamente mucho menos importantes y están sujetos a una variabilidad interanual mucho más acusada; en otras palabras, su dinámica viene marcada por cambios de afluencia muy leves en términos absolutos.
- **Reparto mensual.** La distribución temporal de los grupos escolares muestra bastantes diferencias con la distribución del conjunto de los visitantes, muy influenciada por el modelo de distribución característico de los visitantes en viaje individual. En líneas generales, se aprecia una notable concentración de este tipo de visitas en la «segunda parte del curso escolar»: los meses de febrero (18,07% de la afluencia del 2007), marzo (18,02%), abril (17,06%) y mayo (17,5%). El verano presenta una afluencia testimonial, afluencia que repunta durante el otoño (noviembre 8,6%) y nuevamente baja de forma intensa en el inicio del invierno, momento en el que coinciden las vacaciones de Navidad con los días más fríos y cortos del año. A nivel global no existen grandes diferencias, únicamente remarcar que los andaluces tienen mayor presencia en febrero (22,84% de la afluencia de grupos de Andalucía del 2007), el resto de los escolares españoles en marzo (30,54%) y el resto de los residentes en la Unión Europea en abril (20,66%).

Los datos del Registro de Visitas del Conjunto Arqueológico indican que el número de visitantes en grupos no escolares ascendió durante 2007 a 31.807, que representan el 16,27% de las personas que entraron al Conjunto y el 55,61% de los visitantes en grupo. De acuerdo al sistema de cómputo establecido en Madinat al-Zahra, su número es mayor que los visitantes en grupo escolar, pero también presentan una heterogeneidad mucho mayor. Dicha heterogeneidad se manifiesta en su procedencia, dinámica reciente e incluso en la distribución temporal de la visita.

- **Procedencia.** La presencia de grupos extranjeros es significativamente superior al promedio, un 32,54% para el 2007. De forma específica, un 29,55% de los grupos no escolares procede de la Unión Europea y un 2,99% del resto del mundo. Los visitantes españoles suponen el 67,46% de la afluencia en este tipo de grupos, un 32,94% de Andalucía y un 34,52% del resto de España.
- **Dinámica.** En conjunto, la evolución registrada por los visitantes en grupos no escolares entre 2000 y 2007 puede calificarse como muy negativa. Frente a un crecimiento general de la afluencia de visitantes a Madinat al-Zahra cifrada en un 12,89%, los visitantes en este tipo de grupos se han reducido en un 19,51% (-19,51%), en una tendencia sostenida desde principios de siglo. En función de las principales procedencias, la dinámica ha sido positiva para los grupos de Andalucía (+26,55%), negativa para aquellos que proceden del resto de España (-1,9%) y muy negativa tanto para los grupos del resto de la Unión Europea (-48,59%) y del resto del mundo (-46,18%).
- **Reparto mensual.** En líneas generales, la distribución temporal de los visitantes en grupos no escolares reproduce el perfil general, aunque se agudizan los máximos de primavera - otoño y, de forma paralela, se hacen más acusados los mínimos de invierno y verano. Dentro de este marco general, se observa un reparto más equilibrado en los grupos procedentes de Andalucía (máximo en mayo con un 17,89% de la afluencia del 2007 y mínimo en julio con un 1,03%) y del resto de España (máximo de octubre con 17,49%; mínimo de julio con 0,47%). En cambio, los grupos con origen en los restantes países de la Unión Europea tienden a concentrarse en los meses de primavera: marzo (14,53%), abril (25,64%) y mayo (21,4%). La presencia de estos últimos en invierno y verano es testimonial e incluso en otoño es muy reducida.

Estos grupos representan el 48,75% de los grupos identificados durante la implementación de la Encuesta a Grupos. Dado que en ésta se ha manejado un concepto de grupos de ámbito educativo más amplio que las visitas escolares contabilizadas en el registro de entradas, consecuentemente el peso de los grupos no educativos encuestados es inferior al que resulta de la explotación de los datos de dicho registro, el 55,71% ya referido. Mayor interés presenta la tipificación interna de estos grupos en dos grandes categorías de diferente peso y significado. Los «grupos de agencia de viajes» suponen el 19,68% de los grupos encuestados, con un acusado predominio de los grupos procedentes del extranjero. El recurso a los paquetes turísticos o viajes combinados aumenta conforme se incrementa la distancia física y/o cultural entre el punto de origen y el lugar de destino. En este sentido, el 82% de los grupos de agencia que visitan Madinat al-Zahra vienen

Figura 2
MADINAT AL-ZAHRA: DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE LAS VISITAS EN EL AÑO 2007 (%)



Fuente: Registro Visitas Conjunto Arqueológico Madinat al-Zahra. Elaboración propia.

del extranjero y sólo el 18% de España, sin apenas representación de Andalucía. Cabe considerar a los restantes como «grupos de carácter social», conformados por un conjunto amplio de colectivos que viajan por muy distintas motivaciones (salir de casa, pasar un tiempo con personas de tipo similar, aprender *in situ*, etc.). Suponen el 28,75% de los grupos identificados, con representación de los siguientes subtipos:

- Grupos de ámbito cultural (7,55%), colectivos interesados globalmente por la cultura o sólo por alguna de sus manifestaciones.
- Grupos de mayores / tercera edad (6,2%), montados a partir de las iniciativas de centros de día, asociaciones de jubilados... e incluso los programas de «turismo señor» de la administración central y los organismos autonómicos análogos.
- Otros colectivos sociales (14,82%), formados por grupos de muy diferente composición y motivaciones. Así se incluyen asociaciones de discapacitados, agrupaciones deportivas en visita turístico-cultural, etc.

En última instancia, una relectura de los datos disponibles permite sostener como aspecto más significativo la dinámica negativa de la visita en grupo al menos para el periodo considerado (-14,55%), una evolución que determina una pérdida notable del peso de esta modalidad de visita dentro de la afluencia global al Conjunto Arqueológico (de un 38,66% en el 2000 al 29,26% en 2007). Esta dinámica negativa contrasta sobremanera con el crecimiento de la visita individual (+30,19%), que sustenta el comportamiento positivo de la afluencia global de Madinat al-Zahra (+12,89). No obstante, la evolución de la visita

en grupo tampoco ha sido homogénea. En buena medida, la dinámica registrada se debe al comportamiento negativo de dos de los componentes tradicionales de la visita en grupo: de una parte, los escolares andaluces (-21,38%), un visitante de proximidad para el que la visita al Conjunto es una alternativa más dentro de una gama de recursos crecientes (granjas escuela, otros yacimientos arqueológicos...); y de otra, los grupos no escolares procedentes del extranjero (-48,38%), generalmente grupos generados en las agencias de viaje en cuya reducción inciden factores de orden general (reducción dentro de Europa al recurso a los paquetes turísticos a favor del viaje más libre, creciente competencia de destinos emergentes...) así como situaciones de carácter más coyuntural (recesión en los países emisores, percepción de inseguridad debido a los atentados terroristas...). Dentro del viaje en grupo en cambio presentan dinámicas positivas los grupos no escolares procedentes de Andalucía (+26,55%) y los grupos escolares del extranjero (+29,5%). Se trata de tipologías cuantitativamente poco importantes pero de seguimiento interesante en tanto que representan la creciente complejidad del viaje en grupo más allá de las fórmulas tradicionales.

4. LOS VISITANTES EN GRUPO A MADINAT AL-ZAHRA. CARACTERIZACIÓN DEL DESPLAZAMIENTO TURÍSTICO

El análisis de los datos procedentes de fuentes como los registros de visitas permite una aproximación a la dinámica y estructura de la afluencia de visitantes. Profundizar en la caracterización del viaje implica aplicar técnicas específicas de investigación, caso de la Encuesta a Grupos. A partir de los resultados obtenidos en dicha Encuesta, en este apartado se aborda el componente espacio-temporal del desplazamiento en relación a la inserción de la visita a Madinat al-Zahra dentro de un viaje más amplio, la duración de la estancia en la ciudad de Córdoba, y la realización de visitas complementarias en la propia ciudad. En todo caso hay que resaltar que se trabaja sobre tres niveles de referencia:

- A. Grupos que visitan Madinat al-Zahara (100%). Es la base de la Encuesta a Grupos.
- B. Grupos que insertan la visita a Madinat al-Zahara dentro de la visita general a Córdoba (90,84% sobre A).
- C. Grupos que pernoctan en Córdoba (47,97% sobre A y 52,81% sobre B).

4.1. Madinat al-Zahra como parte de un viaje de mayor amplitud y complejidad (Referencia Nivel A)

Dentro de los recursos turísticos del municipio de Córdoba, Madinat al-Zahra presenta cierta peculiaridad en función de su localización en las afueras del núcleo urbano. Como sucede con Itálica respecto a Sevilla, el Conjunto Arqueológico puede ser objeto de una visita en exclusiva o puede formar parte de una visita más general a la ciudad. Incluso esta situación se repite en la Alhambra y Generalife respecto a Granada, con un porcentaje creciente de personas que visitan el Conjunto Monumental sin pasar por la ciudad (Troitiño, Calle y García, 1999). Los datos obtenidos en la Encuesta indican que la mayor parte de los grupos visitan Madinat al-Zahra en el marco de una visita general

a la ciudad de Córdoba, un 90,85% (Encuesta Visitantes Individuales: 87%). El 9,14% restante corresponde a visitas centradas en exclusiva en el Conjunto Arqueológico, en dos modalidades:

- Visitas directas en forma de excursión desde el lugar de residencia (7,01%), generalmente otras localidades andaluzas como Sevilla.
- Visitas directas desde el lugar principal de vacaciones (2,16%), generalmente grupos escolares que pasan cierto tiempo en localidades más o menos cercanas (La Carlota, Montilla, Posadas o Zuheros).

Es más, la visita al Conjunto (100%) y en su caso a Córdoba (90,84%) cubre prácticamente toda la jornada de referencia. De acuerdo con los resultados de la Encuesta, el 71,16% de los grupos señalaron que ese día no iban a visitar lugares situados fuera del municipio de Córdoba. Dentro del 26,15% restante, las localidades más citadas fueron Sevilla (9,97%) y Granada (7,01%). En un segundo nivel se citaron otras localidades de la provincia de Córdoba (4,58%), con especial referencia a Almodóvar del Río donde se sitúa el gran complejo del Castillo de Almodóvar. En menor medida, ocasionalmente se indicaron otras localidades de Andalucía —caso de Antequera, Baeza Málaga y Úbeda— e incluso las ciudades de Madrid y Toledo.

A partir de estos datos se constata la complejidad de la articulación geográfica del viaje colectivo. En la Encuesta a Grupos se indagaba sólo sobre las visitas complementarias realizadas el día en que se visitaba Madinat al-Zahra. No cabe duda de que si se hubiera aumentado el periodo de referencia a la totalidad del viaje se incrementaría el peso de los viajes con visitas complementarias. Así se desprende de los resultados de la Encuesta a Visitantes Individuales realizada en el Conjunto Arqueológico y de la encuesta implementada en el marco del Observatorio Turístico de Córdoba. No obstante, no cambiaría mucho la geografía del viaje. De una parte, el Conjunto Arqueológico de Madinat al-Zahra es uno de los referentes de Córdoba, y su visita es más fácil para los grupos organizados que para los visitantes en viaje individual (situación periférica respecto al núcleo monumental, deficiente comunicación en transporte público...). De otra, Córdoba se visita en el marco de los grandes circuitos por Andalucía, el núcleo del producto turístico-cultural español en viaje combinado (Bote, Huéscar, Goy y Sánchez, 2003). La práctica totalidad de los circuitos, generalmente en autobús y de una semana de duración, pivotan sobre Sevilla, Granada y la propia ciudad de Córdoba. Es más, estas tres ciudades son grandes núcleos de pernотaciones a partir de las cuales se visitan otras localidades más pequeñas como Ronda, Baeza, Úbeda, Lucena, Antequera... e incluso Jaén. Buena parte de los circuitos arrancan y/o finalizan en Madrid —de ahí la presencia de Toledo como puerta del mito hispano musulmán— así como Málaga, en función de su potencia aeroportuaria y conexiones internacionales. Los grupos extranjeros de carácter escolar y social tienden a reproducir estas pautas de desplazamiento; más allá de la elección genérica del destino, dejan en manos de la agencia de viajes la organización operativa del viaje. En cambio, los grupos andaluces adoptan recorridos más atípicos en función de parámetros como su lugar de origen, su conocimiento previo de la provincia / región, sus necesidades formativas específicas y un largo etcétera.

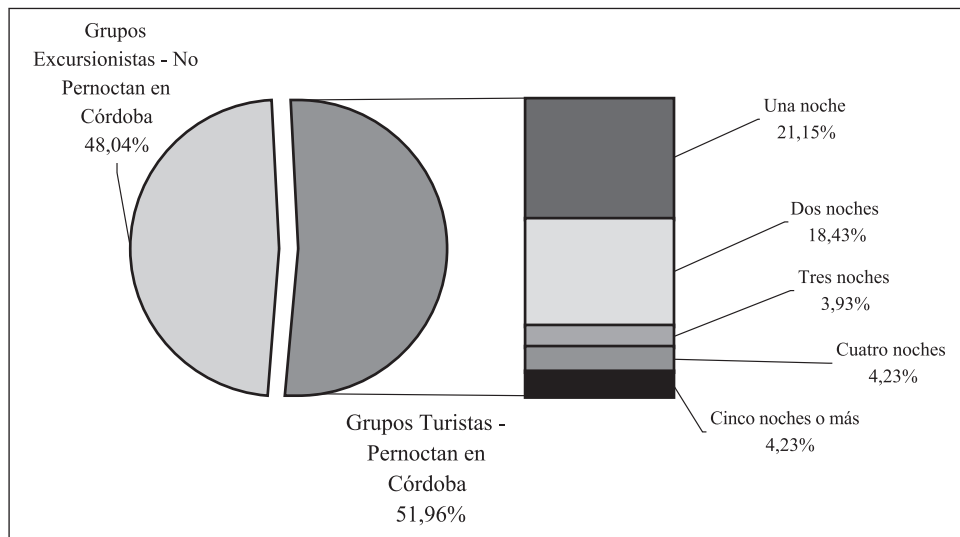
4.2. Una estancia en Córdoba de duración limitada (Referencia Niveles B y C)

Si nos limitamos a los grupos que insertan la visita a Madinat al-Zahra dentro de la visita general a Córdoba (Nivel B - 90,84% del total), la duración de la estancia se encuentra escindida en dos grandes bloques: los grupos excursionistas y los grupos de turistas en sentido estricto. Los primeros pasan unas horas e incluso un día en la ciudad pero que no llegan a pernoctar. Representan el 48,04% de los grupos que pasan por la ciudad (Nivel B), un porcentaje mucho más elevado que el obtenido en la Encuesta a Visitantes Individuales (6,97%) y el que aporta la encuesta del Observatorio Turístico, aproximadamente un 15% para el 2006.

Frente a los excursionistas, los grupos de turistas se caracterizan porque pernoctan en la ciudad de Córdoba. Suponen el 51,96% de los grupos que integran la visita a Madinat al-Zahra dentro de la visita a la ciudad, un porcentaje bastante inferior al de sus homólogos en viaje individual (93,09%). El promedio de estancia en la ciudad es de 2,16 noches por grupo. Esta duración resulta acorde con el modelo general de visita patrimonial y la condición de Córdoba como lugar de pernoctación en los circuitos culturales por Andalucía así como punto de origen de excursiones en un entorno más amplio. De forma más detallada, el 40,94% de los grupos que pernoctan (Nivel C) sólo pasan una noche, el 35,08% dos noches y el 23,98% tres o más noches. En cuanto al alojamiento utilizado, es bastante mayoritario el recurso al alojamiento hotelero (hoteles, hostales y pensiones), fórmula a la que recurren el 76,76% de los grupos que pernoctan en Córdoba. Se trata en general de hoteles de tres y cuatro estrellas situados en la ciudad o en su entorno inmediato, establecimientos que pueden acoger a grupos numerosos que suelen viajar en autobús discrecional. De forma complementaria, un 23,73% recurren a otras fórmulas de alojamiento. En buena medida, el peso de la visita del ámbito educativo determina la presencia de estas fórmulas, así por ejemplo las estancias en casas vinculadas a programas de intercambio, el uso de residencias universitarias e incluso los albergues juveniles.

La duración de la estancia está muy vinculada con la procedencia y tipo de grupo, ambos aspectos íntimamente relacionados. Conforme aumenta la distancia entre el lugar de origen y Madinat al-Zahra, se incrementa la propensión a pernoctar en la ciudad. De los grupos procedentes de Andalucía, el 76,26% tienen carácter excursionista y el 23,74% restante pernocta en la ciudad. De los grupos del resto de España, el 34,57% son excursionistas y el 65,43% turistas. En última instancia, sólo el 20,87% de los grupos extranjeros son excursionistas, lo que contrasta con el 79,13% que pernoctan en la ciudad. En relación al tipo de grupo y de forma paralela, únicamente el 15,28% de los grupos de agencia tiene carácter excursionista mientras que el 84,72% son turistas. En cuanto a los grupos no comerciales (ámbito educativo, ámbito cultural, tercera edad...), la distribución está mucho más equilibrada, un 55,85% son excursionistas y el 44,15% turistas. Como se ha señalado, procedencia, tipología y duración de la estancia están estrechamente relacionadas, así los grupos andaluces son mayoritariamente no comerciales y revisten carácter excursionista. Si se atiende a mercados más lejanos, crece el peso de los desplazamientos en grupo que resultan de la iniciativa de las agencias de viaje, desplazamientos que suelen incluir la pernoctación en la ciudad. No en vano Córdoba tiene una posición privilegiada dentro de los paquetes turísticos relacionados con el turismo cultural.

Figura 3
MADINAT AL-ZAHRA: GRUPOS QUE VISITAN EL CONJUNTO
ARQUEOLÓGICO DENTRO DE UNA VISITA GENERAL A CÓRDOBA POR
DURACIÓN DE LA ESTANCIA EN LA CIUDAD



Fuente: Encuesta Grupos de Visitantes Conjunto Arqueológico Madinat al-Zahra. Elaboración propia.

4.3. Acusada focalización sobre los referentes del mito andalusí (Referencia Nivel B)

El tercer elemento del componente espacio-temporal del desplazamiento turístico estriba en el uso de la ciudad, planteado únicamente como visitas complementarias a Madinat al-Zahra. El ámbito de referencia corresponde a los visitantes que insertan su visita al Conjunto Arqueológico dentro de una estancia más general en la ciudad (Nivel B), por lo tanto el 90,84% del total de grupos. A efectos de indagar sobre este aspecto, se solicitaba a los responsables de los grupos que identificaran qué recursos turísticos de Córdoba (monumentos + museos) habían visitado o tenían proyectado visitar. Tomando como referencia los resultados globales (visitas realizadas + visitas en proyecto), cabe considerar tres niveles de frecuentación / popularidad turística: en un primer nivel se encuentra la Mezquita-Catedral, objeto de visita por el 95,25% de los grupos que pasan por Córdoba; en un segundo nivel se encuentran la Sinagoga (57,57%) y el Alcázar de los Reyes Cristianos (48,66%); y en un tercer nivel se sitúa el resto de los museos y monumentos de la ciudad, en un máximo que corresponde al Museo Julio Romero de Torres (12,46%) y unos mínimos del Jardín Botánico y la Torre de la Calahorra (2,67%), esta última cerrada durante buena parte del 2007. No cabe duda de que el atractivo turístico-patrimonial cordobés se sigue cimentando en el mito andalusí en su vertiente califal. Es más, el núcleo del mito se proyecta con mayor intensidad y a escala global gracias a las posibilidades que Internet ofrece como canal de comunicación turística (Rodríguez, 1998). Y el mito se encarna en

Cuadro 2
CÓRDOBA: VISITAS CULTURALES POR TIPO DE VISITANTE

	A-Grupos de MA que estando de visita en Córdoba visitan o tienen en proyecto visitar este museo / monumento (%)	B-Visitantes Individuales de MA que estando de visita en Córdoba visitan o tienen en proyecto visitar este museo / monumento (%)	C-Visitantes de Córdoba que visitan o tienen en proyecto visitar este museo / monumento (%)	D-Número Global de Visitantes 2006
Mezquita-Catedral	95,25	97,34	92,30	1.204.626
Alcázar de los Reyes Cristianos	48,66	81,95	79,10	311.122
Sinagoga	57,57	62,79	54,35	404.375
Torre de la Calahorra	2,67	8,84	19,26	44.308
Museo Arqueológico	6,23	12,06	23,48	59.117
Museo Julio Romero	12,46	16,46	26,91	55.803
Museo de Bellas Artes	7,12	10,43	10,98	59.860
Jardín Botánico	4,75	7,62	7,18	46.963

Nota: la Torre de la Calahorra ha estado cerrada desde diciembre del 2006 hasta septiembre del 2007.

Fuente: A y B - Encuesta Visitantes Madinat Al-Zahra 2007 (elaboración propia) / C y D – Observatorio Turístico de Córdoba 2006 (encuesta visitantes y datos museos / monumentos).

el binomio Mezquita – Madinat al-Zahra y se prolonga en referentes complementarios al ideario de las tres culturas («Córdoba, encrucijada de culturas»), caso de la Sinagoga y el Alcázar de los Reyes Cristianos. El resto de los elementos tienen mucho menos interés para el visitante, en especial la oferta museística. En todo caso cabe destacar el Museo Julio Romero de Torres, figura que encarna a nivel español otro de los elementos de la identidad turística local.

En términos generales este modelo de frecuentación es bastante similar al que se obtiene en la Encuesta de Visitantes en Viaje Individual, así como el que proporciona la encuesta que maneja el Observatorio Turístico de Córdoba en su edición del 2006. Las mayores diferencias estriban en que los visitantes individuales tienden a visitar un mayor número de museos y monumentos que los grupos; la base de visita es común, se centra sobremanera en la Mezquita-Catedral, pero el interés de muchos visitantes se amplía a otros elementos complementarios de segundo y tercer nivel donde su presencia real o proyectada es significativamente más elevada. Obviamente el número de hitos visitados está relacionado con la duración de la estancia. Los grupos pasan menos tiempo en la ciudad —un elevado porcentaje ni siquiera pernocta— y por lo tanto centran su atención sobre los principales referentes turísticos de la localidad. A este respecto, los datos que se obtienen de la encuesta del Observatorio Turístico son altamente significativos. El 29,08% de los turistas de Córdoba (en viaje individual y en grupo) visitan el Museo Julio de Torres, porcentaje que se reduce al 13,58% en el caso de los excursionistas. De forma paralela,

el 12,21% de los turistas pasan por el Museo Arqueológico y Etnológico y únicamente un 3,4% de los excursionistas de la ciudad.

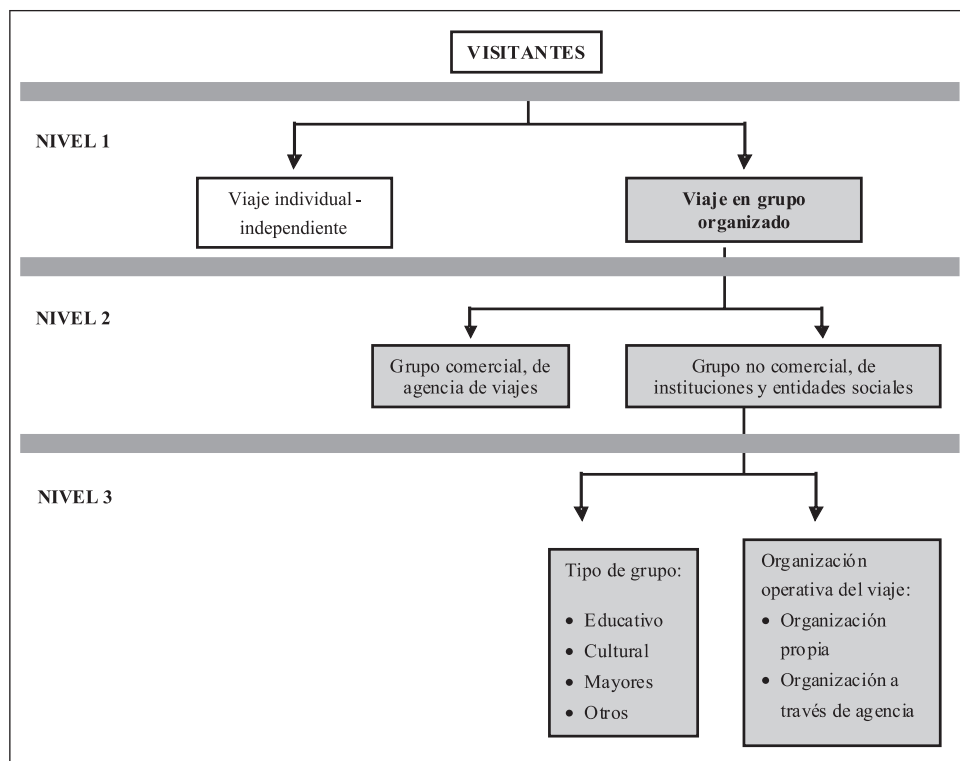
5. PROPUESTAS Y REFLEXIONES FINALES

Cabe organizar este último apartado de conclusiones diferenciando entre una serie de reflexiones de estrategia metodológica y las aportaciones de contenido, en relación a las enseñanzas que se pueden extraer del viaje en grupo al Conjunto Arqueológico de Madinat al-Zahra. En relación al primer aspecto, no cabe duda de la importancia que tienen las fórmulas de viaje en grupo organizado dentro de los destinos y recursos asociados al turismo cultural. A nivel general (Estado y Comunidades Autónomas), su conocimiento reviste interés pero no es crucial; en todo caso debería centrarse sobre los viajes combinados a efectos de establecer las estrategias de comunicación – comercialización fuera de nuestras fronteras. En cambio, en la escala local se imponen muchos mayores esfuerzos de investigación, en tanto que conocer en sus términos reales esta forma de viaje posibilitaría afinar las estrategias de marketing urbano en su componente turístico-cultural y, sobre todo, mejorar las condiciones de acogida a esta parte tan importante de la afluencia de visitantes (organización de las áreas de carga / descarga y estacionamiento de autobuses, ordenación de la movilidad interna, dotación de personal para visitas específicas, etc.). La aplicación automática de las metodologías propuestas por la OMT tiene interés a efectos comparativos, sin embargo se hacen necesarios ciertos reajustes, de adaptación a la realidad de cada localidad, si se quiere que los esfuerzos de análisis e interpretación tengan interés a efectos de una planificación y gestión turísticas sostenibles.

Dentro de las ciudades y recursos asociados al turismo cultural en España, resulta conveniente una nueva estructuración de los datos a obtener sobre organización del viaje. Como propuesta, se avanza una estructura a tres niveles de profundidad (Figura 4). En un primer nivel, ha de diferenciarse entre visitantes en viaje individual / independiente y visitantes en grupo organizado. En relación a estos últimos, en un segundo nivel ha de discernirse entre grupos de agencia y grupos de entidades no comerciales. Y en un tercer nivel, ha de indagarse sobre para los tipos específicos de grupos no comerciales (ámbito educativo, asociaciones culturales...) y la operativa del viaje (organización propia del grupo frente a organización a través de agencia de viajes).

La obtención de estos datos a nivel local implica trabajar con los dos sistemas referenciados a lo largo del artículo. En un primer nivel cabe incidir sobre los sistemas de registro de visitas de los principales recursos turísticos, superando enfoques muy orientados a la gestión interna en términos contables. De forma paralela, se puede impulsar la implantación de mecanismos paralelos en las grandes instalaciones públicas de acogida, caso de los centros de recepción de visitantes según el modelo de la Dársena Xoan XXIII de Santiago de Compostela. Y en un segundo nivel, es necesario afinar el diseño de las encuestas a turistas y excursionistas en destino, instrumento indispensable para conocer las características del viaje (duración, tipo de alojamiento, visitas complementarias, satisfacción, niveles de repetición, etc.). Más allá de estudios puntuales, conviene la implementación de esta forma de aproximarse al viaje en grupo organizado en las grandes operaciones locales de seguimiento de la afluencia de visitantes. En este sentido, a partir del estudio

Figura 4
FORMA DE ORGANIZACIÓN DEL VIAJE: PROPUESTA DE ESTRUCTURACIÓN DE CONTENIDOS



Fuente: Elaboración propia.

sobre visitantes realizado en Ávila (Troitiño, Calle y García, 2002) se montó un Observatorio Turístico de la ciudad que incorpora un seguimiento en tiempo real de los grupos de turismo organizado mediante registro estadístico de sus entradas en el centro de recepción municipal de visitantes, de uso mayoritario por parte de los visitantes en grupo.

El segundo componente de estas reflexiones finales está relacionado con las experiencias extraíbles de Madinat al-Zahra como caso de estudio. A partir de los análisis realizados, queda claro que durante los últimos años se ha producido una reducción significativa del viaje en grupo, una reducción que contrasta con el notable crecimiento del visitante individual o independiente. Es más, son las dos principales fórmulas de viaje en grupo —las visitas escolares de Andalucía y los visitantes de agencia en paquete turístico— las que registran una disminución más importante, ya que el resto de las formas de visita se mantienen e incluso crecen —visitas de escolares extranjeros y viajes de entidades sociales de proximidad—. Será necesario hacer un seguimiento de los datos durante los últimos años para determinar si se trata de situaciones coyunturales o un rasgo estructural que

marca tendencia, dentro de un proceso general de reducción del uso de paquetes turísticos en los viajes dentro de Europa. De forma paralela, se impone conocer la dinámica y estructura de la visita en grupo organizado en otros referentes del turismo cultural a nivel español y andaluz, a efectos de determinar si la situación de Madinat al-Zahra es excepcional o responde a procesos más amplios de ámbito general y/o tipológico.

También resulta de interés profundizar en la realidad espacio-temporal del desplazamiento. A nivel general se sabe que los viajes en grupo organizado tienen estancias más reducidas en cada uno de los lugares que visitan que los visitantes que viajan por su cuenta. Este aspecto también aparece reflejado en el estudio realizado en el Conjunto Arqueológico de Madinat al-Zahra. Dado que están menos tiempo en cada lugar, el gasto efectuado en cada uno de estos espacios es menor y en muchos casos está mediatizado por el propio sistema de intermediación. Más allá de estas consideraciones generales, resulta de interés reconstruir el conjunto del viaje (duración, puntos de pernoctación, etc.) y la posición del destino específico dentro de dicho viaje (destino único, destino dentro de un circuito, destino como extensión de un viaje vacacional...). En buena medida, las características socio-demográficas de los visitantes dependen del tipo de grupo y el modelo de viaje, de ahí que incidir sobre el conocimiento de estas modalidades de viaje resulte de sumo interés al objeto de impulsar un aprovechamiento sostenible de los recursos y destinos vinculados al turismo cultural.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

- ARQUEOTUR – Red de Turismo Arqueológico: <http://www.arqueotur.org/>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.
- AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA. *Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba. Informes Anuales 2001-2006*. <http://www.turismodecordoba.org/observatorio-turistico.cfm>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.
- BOTE, V., HUÉSCAR, A., GOY, L. y SÁNCHEZ, D. (2003): *Los viajes combinados de turismo cultural del mercado europeo e interior*. Universidad de Málaga – Escuela Universitaria de Turismo. Málaga.
- FRANCIA GÓMEZ, Ch. de y ERICE LACABE, R. –coordinadores- (2005): *De la excavación al público: procesos de decisión y creación de nuevos recursos*. *Actas del III Congreso Internacional sobre musealización de yacimientos arqueológicos* (2004, Zaragoza). Institución Fernando el Católico – Ayuntamiento de Zaragoza, Área de Cultura y Turismo. Zaragoza.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET): *El Museo del Prado en cifras. Informes anuales 2005 y 2006*. <http://www.iet.tourspain.es/>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET): *Movimientos turísticos de los españoles (Famitur) 1999-2006*. <http://www.iet.tourspain.es/>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET): *Movimientos turísticos en fronteras (Frontur) 1999-2006*. <http://www.iet.tourspain.es/>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE): *Encuesta de Ocupación Hotelera Punto Turístico Córdoba 2000-2006*. <http://www.ine.es>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.
- HERRERO PRIETO, L.C., SANZ LARA, J.A., BEDATE CENTENO, A., DEVESA FERNÁNDEZ, M. y BARRIO TELLADO, M.J. DEL, (2004): *Turismo cultural e impacto económico de Salamanca 2002. Ciudad Europea de la Cultura*. Cívitas Ediciones. Madrid.
- JUAN TRESSERRAS, J. (2004): «El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico», en *Boletín GC: Gestión Cultural Nº 9. Turismo Arqueológico*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. <http://www.gestioncultural.org>. Fecha de consulta: 15 julio 2008.
- MOLINA COLLADO, A., MARTÍN-CONSUEGRA NAVARRO, D., ESTEBAN TALAYA, A. y DÍAZ SÁNCHEZ, E. (2007): «Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural», en *Revista de Análisis Turístico*, Nº 4, pp. 36-48.
- MORERE MOLINERO, N.E. y JIMÉNEZ GUIJARRO, J. (2007): «Análisis del turismo arqueológico en España: un estado de la cuestión», en *Estudios Turísticos*, Nº 171, pp. 115-139.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, V. (1998): «Turismo urbano y cultural en Internet», en *Turismo urbano y cultural. Una perspectiva europea*. Turismo de Sevilla – Diputación Provincial de Sevilla. Sevilla, pp. 55-79.
- TROITIÑO VINUESA, M.A., CALLE VAQUERO, M. DE LA y GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (1999): «Granada: un destino turístico dependiente del conjunto monumental de la Alhambra-Generalife», en *La actividad turística española en 1998*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Madrid, pp. 605-625.
- TROITIÑO VINUESA, M.A., CALLE VAQUERO, M. DE LA y GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2002): *Afluencia y perfil de los visitantes de la ciudad de Ávila*. Ayuntamiento de Ávila. Ávila.
- TROITIÑO VINUESA, M.A., GARCÍA HERNÁNDEZ, M. y CALLE VAQUERO, M. DE LA (2006): «Turismo y ciudad histórica: metodología de análisis a escala local», en *Turismo y cambio territorial, ¿eclosión, aceleración, desbordamiento? Actas del IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Prensas Universitarias de Zaragoza. Zaragoza, pp. 665-696.
- VALLEJO TRIANO, A. (Coord.) (2000): *Madinat al-Zahra 1985-2000. 15 Años de recuperación*. Consejería de Cultura – Junta de Andalucía. Córdoba.
- VALLEJO TRIANO, A. (2004): *Madinat al-Zahra. Guía Oficial del Conjunto Arqueológico*. Consejería de Cultura – Junta de Andalucía. Sevilla.
- VALLEJO TRIANO, A. y ESCUDERO ARANDA, J. (2004): «Crónica del Conjunto, años 1998-2003», en *Cuadernos de Madinat al-Zahra*, nº 5, pp. 473-527.

