

LA DIVERSIFICACIÓN TERRITORIAL Y EXPERIENCIAL DE LA OFERTA TURÍSTICA. CONECTIVIDAD FUNCIONAL Y TRASPÁISES TURÍSTICOS DEL DESTINO CÓRDOBA

Territorial and experiential diversification of the tourist offer. Functional connectivity and tourist complementary destinations in Cordoba

Rafael Garzón García, Gema Florido Trujillo

RESUMEN

El presente trabajo analiza las interrelaciones funcionales definidas entre el destino Córdoba y aquellos ámbitos territoriales, localizados en un perímetro de radio de 50 kilómetros en torno él, con posibilidades para actuar como traspáis o espacios de complementariedad turística del mismo. El análisis efectuado, de carácter aún preliminar, ha permitido constatar el surgimiento de diversas iniciativas en esa línea durante los últimos años. Aunque tales iniciativas se han limitado todavía a una serie reducida de espacios y recursos turísticos, parecen evidenciar el interés y potencial de estas conexiones funcionales, para lo que es requisito ineludible el que se sustenten en productos turísticos bien conformados, de calidad y diferenciales, que permitan una verdadera diversificación de la oferta turística. A este respecto, esta aportación, que debe ser necesariamente continuada y profundizada mediante un trabajo de campo donde se analice en detalle el verdadero alcance y potencial de este tipo de iniciativas, apunta a la posible conformación futura de una región turística en torno al destino Córdoba capital. Dicha región turística, que se pudiese definir mediante una planificación turística de visión estratégica y de escala supramunicipal, sin duda podría generar sinergias positivas tanto para el propio destino Córdoba (en pro del incremento de su competitividad) como para los potenciales traspáis que se integrasen en ella.

Palabras Clave: Córdoba; Traspáis turístico; Región turística; Ordenación turística.

ABSTRACT

This paper analyses the functional connectivity defined between the destination Cordoba and those territorial areas, located within a radius of 50 kilometres around it, with possibilities of

acting as tourist complementarity destinations of the same. The analysis carried out, which is still preliminary, has revealed the emergence of various initiatives along these lines in recent years. Although these initiatives have been limited to a small number of tourist areas and resources, they seem to show the interest and potential of these functional connections, for which it is an unavoidable requirement that they be supported by well-designed, quality and differentiated tourist products which allow for a real diversification of the tourist offer. In this respect, this contribution, which must necessarily be continued and deepened through field work where the true scope and potential of this type of initiative is analysed in detail, points to the possible future shape of a tourist region around the destination Cordoba. Such a tourist region, which could be defined by means of strategic vision and supra-municipal tourism planning, could undoubtedly generate positive synergies both for the destination Cordoba itself (in order to increase its competitiveness) and for the potential complementary destinations which would be integrated into it.

Keywords: Cordoba; Complementary destinations; Tourist region; Tourism planning.

1. INTRODUCCIÓN

El objeto esencial de este trabajo se centra en ofrecer una aproximación a las posibilidades del municipio de Córdoba para la definición de relaciones funcionales turísticas con ámbitos territoriales de su entorno próximo. Esta praxis se antoja de especial interés y pertinencia en un contexto marcado por la creciente competitividad entre destinos, y, de manera más específica, a tenor de la que será necesaria redefinición de gran parte de los paradigmas turísticos a raíz de la pandemia del COVID-19. Dichas oportunidades podrían concretarse, principalmente, desde dos puntos de vista: la conformación de tales ámbitos como traspaises turísticos en el marco de una posible estrategia de diversificación del destino principal (Córdoba), y su configuración como escenario para el potencial desarrollo de experiencias turísticas de proximidad por parte de la propia población cordobesa.

2. CONCEPTUALIZACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

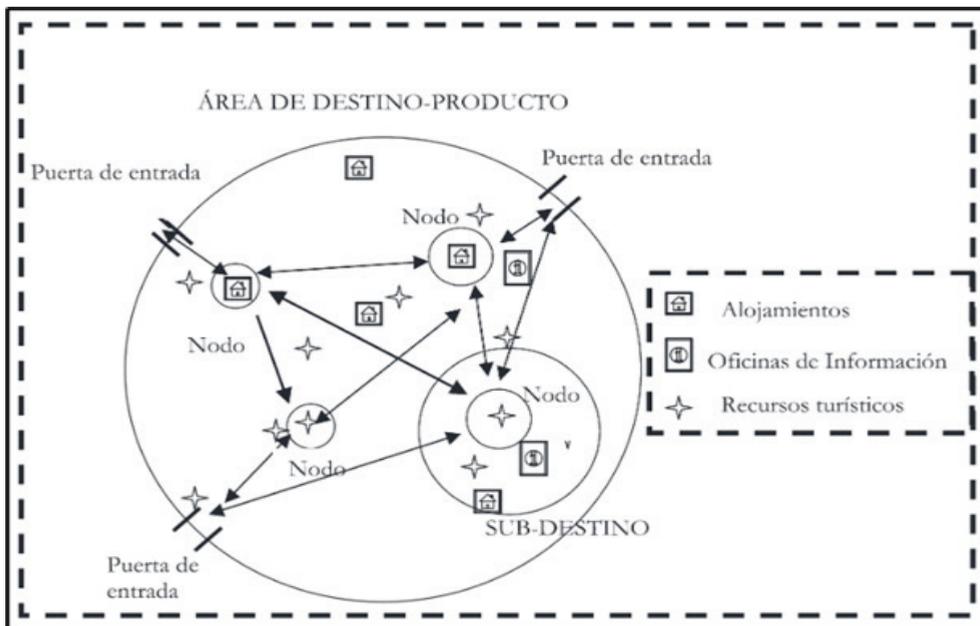
El punto de partida conceptual de este trabajo lo constituye el destino, referencia fundamental para el sistema turístico por cuanto es donde los usuarios proyectan sus expectativas específicas y donde desarrollan las experiencias de ocio que responden a ellas. Este coincide con un espacio territorial, es decir, cuenta con un sustento físico concreto, pero se trata, ante todo, de una realidad funcional, en tanto que marco reconocible (por los agentes –públicos y privados– y por los usuarios) en virtud de su actividad turística.

El destino tiene una serie de componentes básicos que lo definen como tal (Ávila y Barrado, 2005), entre los cuales destacan los productos turísticos, resultado de la funcionalización de los recursos, orientados a la satisfacción de experiencias de diverso tipo y que en su conjunto conforman la oferta que lo identifica.

En relación con ello, un aspecto clave resultará la estructuración, tanto a nivel funcional como físico-territorial, de dicha oferta para que se pueda presentar como una realidad bien ordenada y atractiva en su conjunto. A este respecto, la posibilidad de conformar *nodos* o *áreas-producto*, es decir, zonas susceptibles de generar una dinamización turística específica (incluso a nivel temático) a partir de la concentración de diversos productos, resulta de alto interés (Barrado y Ávila, 2010).

El destino así entendido debe definirse (y lo hace cada vez más) fundamentalmente a escalas mayores, municipales o a lo sumo subregionales, de manera que se posibilite la adecuada identificación y funcionalización de los recursos, la generación de productos, la ordenación y gestión de la oferta y, en definitiva, el desarrollo y satisfacción de experiencias turísticas concretas.

Figura 1. Esquema conceptual de un destino turístico



Fuente: Ávila y Barrado, 2005

Así pues, desde la constatación de que son las escalas mayores las verdaderamente operativas en términos de funcionalización, ordenación y gestión turísticas, el contexto reciente se ha singularizado por la cada vez mayor proliferación de destinos a dichas escalas y la creciente competitividad entre ellos. Ante lo cual resulta un requisito ineludible la conformación, a ese nivel, de ofertas atractivas, diversificadas, bien estructuradas territorialmente, y, por ende, competitivas.

En este sentido, el nuevo panorama que necesariamente se dibuja para el turismo en la era COVID-19 y que se irá concretando cuando la pandemia comience a remitir (Adamuz, 2020; Lalanza, 2020; Naciones Unidas, 2020) puede constituirse en una oportunidad para el reposicionamiento de no pocos destinos, a partir de la reconsideración y reestructuración del modelo turístico adoptado hasta la fecha y concretado en su oferta (Pitarch, 2020; Vargas, 2020).

En efecto, en lo que atañe al territorio en cuanto a la distribución de productos, experiencias y flujos, la pandemia parece apuntar a la posibilidad de una menor polarización y concentración, que evite las aglomeraciones, especialmente en espacios o recursos con gran capacidad de atracción, sobre todo de carácter urbano. Pero también, y en estrecha relación con lo anterior, parecería pertinente una profundización en el modelo postfordista, con un especial énfasis en la calidad, diferenciación y flexibilidad de las actividades turísticas (Canalis, 2020; Pitarch, 2020).

Todo ello ha de traducirse necesariamente en una mayor diversificación de la práctica turística, lo que constituye una vía abierta para otras alternativas. Entre ellas, la creación o consolidación de redes funcionales que integren varios destinos, conformando nuevas *regiones turísticas* (Simancas, coord., 2016), resulta a nuestro juicio de especial interés, ya que puede conllevar repercusiones ciertamente positivas, tales como el incremento de la cooperación territorial, la posibilidad de una mayor funcionalización turística de ciertos ámbitos y recursos, o la necesidad de formular una ordenación y planificación que la hagan posible.

Qué duda cabe que la probabilidad de conformación de redes de integración o interrelación de espacios con funcionalidad turística resultará dispar según las distintas realidades que sustentan la actividad. En este sentido, una de las opciones más viables y de mayor potencial, que va adquiriendo forma en el momento actual en diversos contextos geográficos, es la definición de nuevas regiones turísticas a partir de la interacción entre un destino principal y otros complementarios a él. De esta manera, el primero actúa como destino de referencia, en términos de capacidad de atracción, provisión de productos básicos, y estancia

y pernoctación; por su parte, los segundos (que podrían asumir la denominación de *traspaises turísticos*), dotados de recursos patrimoniales de interés, pero de menor capacidad de atracción, pueden contribuir a la diversificación experiencial de aquel en virtud de la proximidad, mediante el desarrollo, principalmente, de prácticas de excursionismo (Cebrián, 2003; Royo, 2005; Baños y Rico, 2016).

En esta línea, se han planteado estudios para grandes núcleos urbanos que articulan importantes áreas metropolitanas muy dinámicas, como es el caso de Madrid, en el que la integración entre el destino principal de referencia y una serie de espacios complementarios y diversificados (*traspaises*) llegan a perfilar una extensa *región turística* (Troitiño, 2012; Troitiño y Troitiño, 2015). De hecho, la reciente *Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid* apunta decididamente en esta dirección.

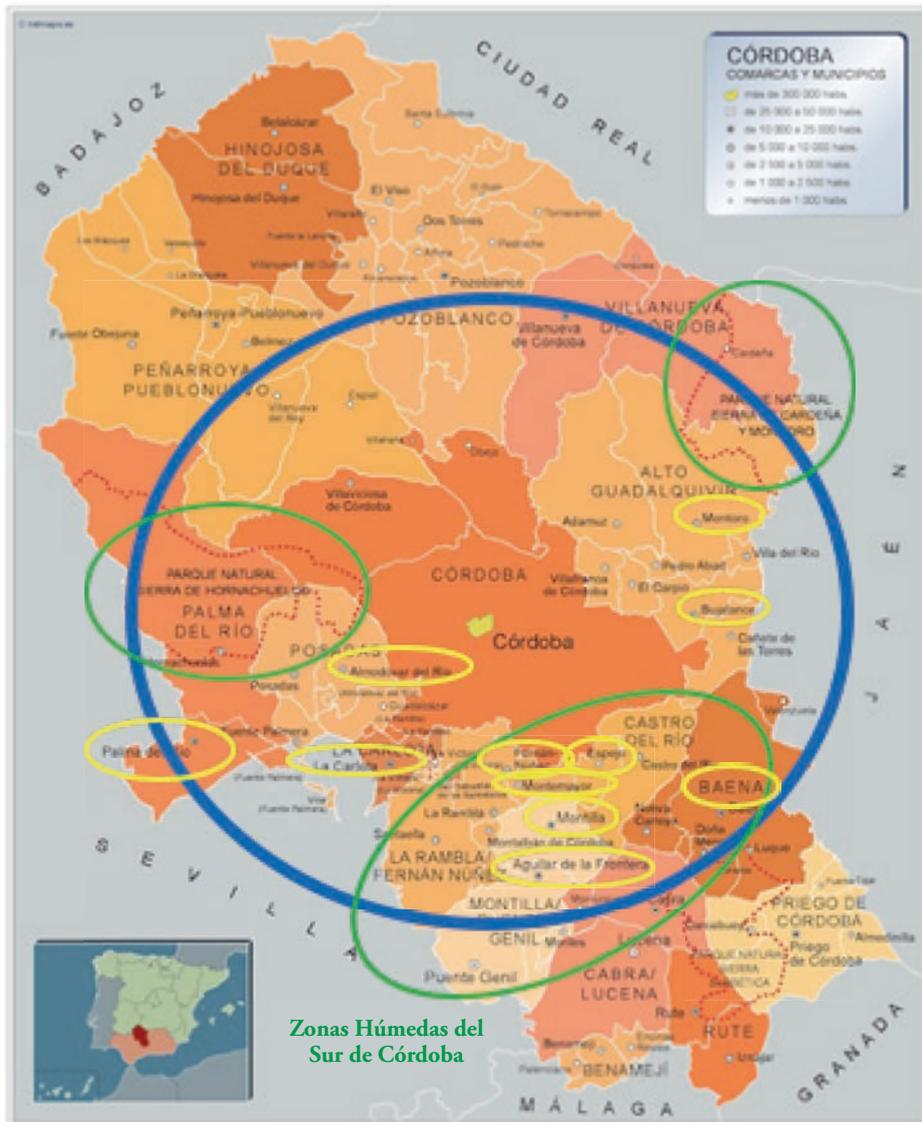
Pero, junto a las mayores aglomeraciones urbanas, otro de los ámbitos que ofrece notables posibilidades en este sentido son los destinos urbanos de tamaño intermedio, pero de alto valor patrimonial y elevado nivel de funcionalidad turística (Sánchez y otros, 2018), que han venido adoleciendo de ciertos problemas de competitividad, como es el caso de Córdoba capital.

El objetivo principal de esta aportación se centra en aproximarnos al potencial de Córdoba para perfilar una estrategia de este tipo que permita la multiplicidad de experiencias y flujos turísticos, articulando una nueva dinámica capaz de proporcionar réditos tanto al destino principal como a aquellos de menor jerarquía.

3. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

Sobre la base del rastreo de aquellos contextos territoriales, naturales o culturales, dotados de un interés patrimonial reconocido (que gozan de una declaración y protección administrativa de ese valor) y cierta entidad superficial, de manera que puedan resultar bien reconocibles para los posibles usuarios, se han señalado aquellos más próximos a Córdoba capital, y que por todo ello cuentan con mayor potencial para su conformación como espacios complementarios o *traspaises* turísticos del mismo. En cuanto al criterio de distancia física, hemos definido un perímetro de 50 kilómetros de radio desde el destino central, por considerarse adecuado y factible para el desarrollo de prácticas de excursionismo derivadas desde el mismo (Figura 1) y por situarse dentro del umbral crítico situado en la isocrona de 60 minutos establecido por otros autores (Sánchez y otros, 2018).

Figura 2. Ámbitos de mayor valor patrimonial y potencial turístico para la conformación como traspaíses del destino Córdoba según la delimitación territorial propuesta



- Ámbito territorial definido (50 kms. de radio en torno a Córdoba capital)
- Espacios más representativos del patrimonio cultural
- Espacios más representativos del patrimonio natural

Fuente: Elaboración propia

Para cada uno de los ámbitos seleccionados dentro de dicho perímetro, se ofrece, apoyándonos en el trabajo de campo y en el manejo de fuentes diversas (documentales, estadísticas, web y de hemeroteca), un examen y diagnóstico, necesariamente de carácter inicial y sintético, acerca de su vinculación funcional con el destino Córdoba, tanto en términos de oferta como de demanda. Se plantea, obviamente, un análisis de la situación inmediatamente anterior a la pandemia del COVID-19, pero que, sin duda, parece atisbar un horizonte interesante y de importante potencial para la postpandemia, a tenor de lo que se ha podido constatar.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

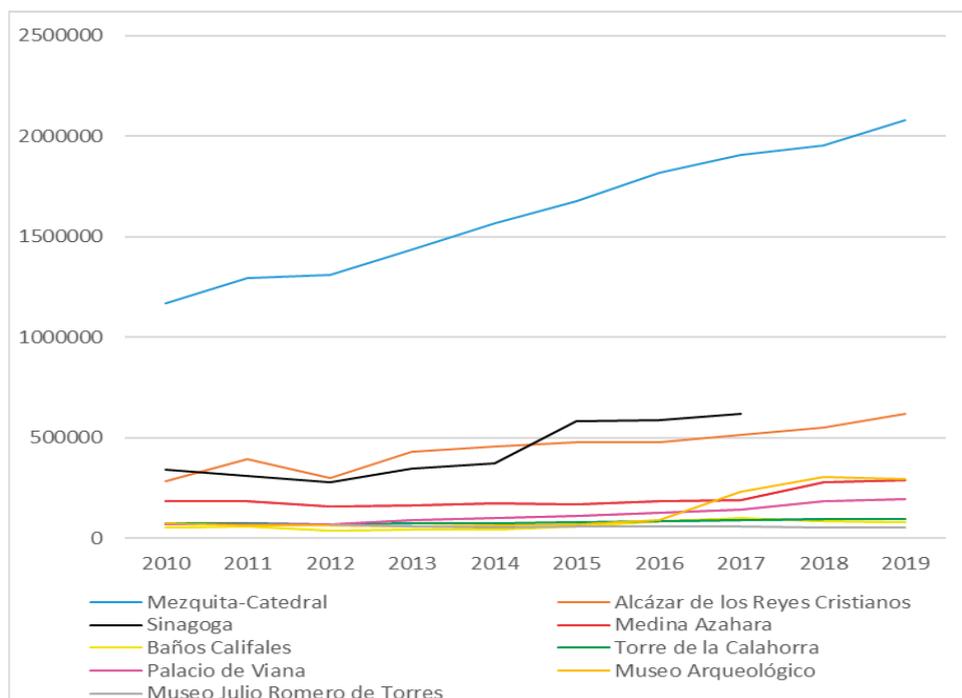
4.1. Córdoba: un destino de cuestionable competitividad

La valoración de la realidad reciente del destino Córdoba, necesariamente sintética, se ha sustentado en el manejo de dos variables cuantitativas básicas que consideramos bien representativas tanto de su relevancia y extraordinaria capacidad de atracción, como, al mismo tiempo, de la existencia de una oferta turística con carencias en su estructuración territorial, económica y promocional y, por ello, no suficientemente competitiva (en particular si se contrasta con otros núcleos próximos de similares condicionantes).

La primera variable cuantitativa se refiere a los datos de afluencia a aquellos recursos que han venido gozando de un conteo estable de visitantes, aportados por los informes anuales del *Observatorio Turístico de Córdoba*. Los datos disponibles al respecto, cuyas claves fundamentales se recogen en la Figura 3, patentizan varias realidades de especial calado: en primer lugar, el hecho de que, pese a la extraordinaria trayectoria histórica y legado de la ciudad y el municipio cordobés, son relativamente escasos los recursos efectivamente acondicionados para su uso turístico y generadores de productos centrados en el conocimiento, valoración e interpretación de la base patrimonial. En segundo lugar, y de manera aún más evidente, el que la oferta se encuentra extraordinariamente polarizada en torno a un elemento fundamental y emblemático, la Mezquita-Catedral, que acumula una proporción muy mayoritaria de la funcionalización turística, con gran diferencia sobre el resto. En efecto, pese a un crecimiento reciente (durante los años inmediatamente anteriores a 2020) bastante generalizado de la afluencia a los principales recursos del destino (como es el caso, particularmente, del Alcázar de los Reyes Cristianos, la Sinagoga, Medina Azahara, el Palacio de Viana y el

Museo Arqueológico), lo cierto es que las visitas a los más demandados (Sinagoga y Alcázar) tan solo alcanzan una cuarta parte de las registradas en la Mezquita-Catedral, cuyo ritmo de crecimiento resulta además mucho más intenso y continuado (Figura 3).

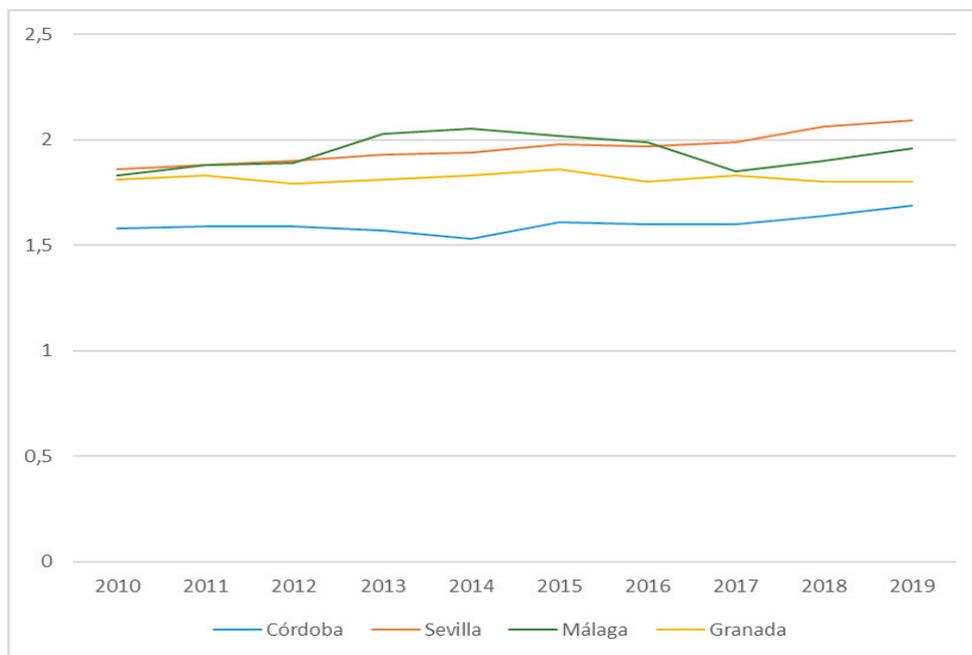
Figura 3. Evolución de la afluencia a los principales recursos territoriales turísticos del destino Córdoba (2010-2019)



Fuente: *Observatorio Turístico de Córdoba. Informes anuales*. Elaboración propia.

Todo lo anterior demuestra bien a las claras que nos hallamos ante un destino muy visitado pero marcado por un extraordinario desequilibrio interno, donde el nivel de funcionalización turística resulta muy dispar entre la Mezquita-Catedral y los restantes monumentos, y donde, por ello, buena parte de los visitantes permanecen poco tiempo, siendo frecuentes las experiencias de excursionismo, con punto de partida en otras zonas.

Figura 4. Evolución de la estancia media (días) en establecimientos hoteleros del destino Córdoba en contraste con la de otros grandes destinos urbano-culturales próximos al mismo (2010-2019)



Fuente: INE. *Encuesta de Ocupación Hotelera. Estancia media por puntos turísticos*. Elaboración propia.

Lo apuntado nos remite directamente a la segunda variable cuantitativa a tener en cuenta, la estancia en destino. Para su análisis hemos recurrido a los datos relativos a las pernoctaciones en establecimientos hoteleros por puntos turísticos, de la *Encuesta de Ocupación Hotelera* del INE, contrastando las cifras de Córdoba con las de los otros grandes destinos urbano-culturales próximos, como son Sevilla, Granada y Málaga, con los que existe una verdadera sinergia y competencia funcional a nivel de flujos e interacciones turísticas. Los resultados (Figura 4) muestran que, pese a la ya referida trascendencia patrimonial de Córdoba, igual o superior a la de los otros núcleos considerados³⁵, es este el que viene presentando de manera continuada la menor estancia media de los cuatro, hallándose además claramente por debajo de Sevilla y Málaga, que han experimentado notables incrementos durante los últimos años en virtud de su mayor

³⁵ Prueba inequívoca de ello es el hecho, consabido, de que Córdoba es el único municipio andaluz y español que cuenta con cuatro declaraciones de Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

competitividad. La permanencia, variable de especial importancia por constituir un magnífico indicador de la experiencia de los usuarios en destino, evidencia una considerable estabilidad en el caso cordobés, si bien con un pequeño repunte en los años más recientes. Este crecimiento, ciertamente modesto, parece ir de la mano, en todo caso, del aumento de la afluencia a los principales recursos (ya señalado con anterioridad), es decir, de su reforzamiento y diversificación. En el epígrafe que sigue se profundizará en esta dirección, apuntando las primeras iniciativas que se han venido instrumentando durante los últimos años para la integración de traspaises turísticos en la oferta de Córdoba, así como las posibilidades y potencialidades existentes al respecto.

4.2. La integración de traspaises turísticos en el destino Córdoba: una realidad puntual e incipiente

Una de las alternativas que se vienen explorando durante los últimos años desde Córdoba en aras de la necesaria diversificación experiencial radica en su vinculación con espacios y recursos de atractivo turístico localizados allende sus límites (coincidentes hasta la fecha, y desde una perspectiva funcional, con su centro histórico y Medina Azahara), y que podrían conformarse como traspaises del propio destino.

Refiriéndonos a los ámbitos considerados de mayor potencial a este respecto, por su valor y su proximidad a Córdoba (Figura 2), son varias las iniciativas que han visto la luz durante los últimos años (Tabla 1). Se ha tratado, no obstante, de iniciativas aún relativamente puntuales, impulsadas en exclusiva por un grupo reducido de empresas de servicios turísticos radicadas en la capital y al margen de cualquier tipo de respaldo público (apoyo que, en su caso, se ha focalizado durante los últimos años en la revalorización patrimonial y turística de ciertos recursos considerados clave, como los patios o Medina Azahara).

Atendiendo a las iniciativas desarrolladas (Tabla 1), su ya referida escasez no es óbice para remarcar su notable interés, lo que se explica, sobre todo, por la diversidad de recursos y experiencias ofrecidas, que abarcan elementos y espacios culturales y naturales, pese a la falta de inclusión de algunos de los enclaves más interesantes dentro del perímetro de análisis, como es el caso de los Conjuntos Históricos de Montoro, Bujalance, La Carlota, Aguilar de la Frontera y Fernán Núñez, el Palacio Ducal de esta última localidad, o los castillos ducales de Espejo y Montemayor, ambos de titularidad privada y carentes hasta la fecha de un régimen reglado de visitas.

Tabla 1. Productos turísticos localizados dentro del perímetro seleccionado y ofertados por parte de empresas de servicios turísticos radicadas en el destino Córdoba (año 2019)

TIPO DE PRODUCTO	PRODUCTO y EMPRESA	MUNICIPIO o DESTINO
Recursos monumentales visitables	Ruta cultural Montilla Monumental (Córdoba Visión)	Montilla
Recursos monumentales visitables	Visita guiada al Palacio Portocarrero (Become Córdoba)	Palma del Río
Recursos monumentales visitables	Ruta del Patrimonio en Palma del Río (Córdobaviva)	Palma del Río
Recursos monumentales visitables	Ruta de Castillos y Palacios: Castillo de Almodóvar (Caracol Tours)	Almodóvar del Río
Recursos arqueológicos visitables	Visita al Parque Arqueológico de Torreparedones (Córdobaviva)	Baena
Enoturismo	Ruta Los vinos más complejos: viñedo ecológico de Bodegas Robles, Bodega Alvear, y Lagar Blanco (Become Córdoba)	Montilla-Moriles
Enoturismo	Ruta Vinos y Viñedos (Caracol Tours)	Montilla-Moriles
Enoturismo	Visita a la Bodega Pérez Barquero (Córdoba Visión)	Montilla-Moriles
Enoturismo	Visita a una bodega (Córdoba Única)	Montilla-Moriles
Rutas en medio agrario	Ruta de las Naranjas Ecológicas (Caracol Tours)	Palma del Río
Rutas en medio agrario	Ruta Aceite y Olivar (Caracol Tours)	Córdoba (municipio)
Rutas en medio agrario	Ruta de los Caballos (Caracol Tours)	Córdoba (municipio)
Rutas en medio agrario	Visita a una almazara ecológica (Córdoba Única)	Córdoba (municipio)
Rutas en la naturaleza	Senderismo: Sierra de Cardeña y Montoro (Caracol Tours)	PN Sierra de Cardeña y Montoro
Rutas en la naturaleza	Ruta Ornitológica por el Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro (Córdoba-Viva)	Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro
Rutas en la naturaleza	Sendero del Bembézar (Córdobaviva)	PN Sierra de Hornachuelos
Rutas en la naturaleza	Sendero de Los Ángeles (Córdobaviva)	PN Sierra de Hornachuelos

Fuente: Elaboración propia a partir del *Registro de Turismo de Andalucía* (RTA), las webs de las empresas turísticas (recopiladas de www.turismodecordoba.org) y trabajo de campo (consulta directa a las empresas)

En cuanto a la índole de lo ofertado, resulta significativo (por su carácter, en gran medida, pionero) que se trate de prácticas vinculadas mayoritariamente a recursos muy específicos, sobre todo monumentales o arqueológicos, pero también etnológicos, como es el caso de algunas bodegas y lagares del marco Montilla-Moriles. Son, por el contrario, excepcionales las iniciativas planteadas desde una visión más comprehensiva y territorial, asociadas a ámbitos completos donde se integren diversos recursos, pudiendo tan solo reseñarse las rutas propuestas en dos de los centros históricos más interesantes de la provincia cordobesa, Palma del Río y Montilla (Tabla 1).

No obstante, a todo lo anterior hay que sumar la propuesta de productos canalizada desde los mismos lugares, que resulta destacable en algunos casos como Baena —a través del proyecto municipal *Baenacultura*—, Montoro y Palma del Río —a partir de la creación de un interesante entramado de empresas locales de servicios turísticos—, o la *Ruta del Vino Montilla-Moriles*.

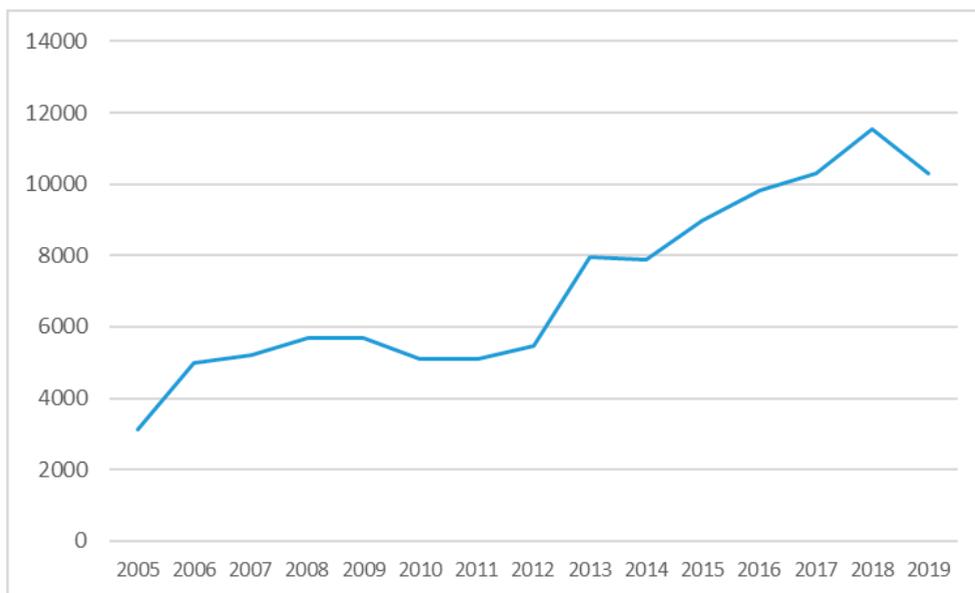
El surgimiento de dicha oferta, pese a ser todavía limitada, parecía apuntar a la existencia de una inequívoca inquietud, al menos entre diversos agentes privados, por la integración funcional del destino Córdoba con algunos de los recursos y espacios más destacados de su entorno provincial próximo. El impacto de estas primeras iniciativas sobre la demanda y los flujos se conforma como un aspecto clave para poder estudiar su viabilidad. Sin embargo, la súbita irrupción de la pandemia de la COVID-19 ha imposibilitado hasta la fecha la pretensión de llevar a cabo ese análisis con el detalle requerido, ya que este se pretendía sustentar en la realización de un exhaustivo trabajo de campo (con el que conocer de primera mano las experiencias puestas en marcha y recabar las opiniones de empresarios y usuarios), que se preveía llevar a cabo durante el año 2020.

Ante esta carencia, y con objeto de procurar, al menos, una aproximación parcial a la demanda de este tipo de iniciativas se ha recurrido al empleo de una serie de fuentes estadísticas aportadas desde algunos de los territorios concernidos, aquellos que han venido efectuando una recopilación, siquiera fragmentaria, de los usuarios turísticos. No obstante, lo cierto es que son pocos los municipios donde se ha llevado a cabo una recogida de datos sobre los visitantes que permita disponer de información al respecto; y, aún menos, donde esta haya resultado rigurosa, sistemática y detallada, capaz de ofrecer una continuidad temporal y que incluya variables más allá de la estricta cuantificación de la afluencia (como, por ejemplo, la procedencia de los visitantes o sus motivaciones).

Entre los términos incluidos dentro del perímetro de análisis, tan solo el de Montilla responde en buena medida a estos requerimientos, ya que el Ayuntamiento ha venido publicando desde 2017 sus *Informes Turísticos* anuales (<https://bit.ly/3saFtLt>). El manejo de esta fuente nos permite constatar una serie de realidades que, aunque referidas específicamente a este ámbito municipal, pueden resultar extrapolables a otros de similares características, al mostrar ciertas dinámicas de interés y con potencial para su consolidación como traspasés turísticos de Córdoba.

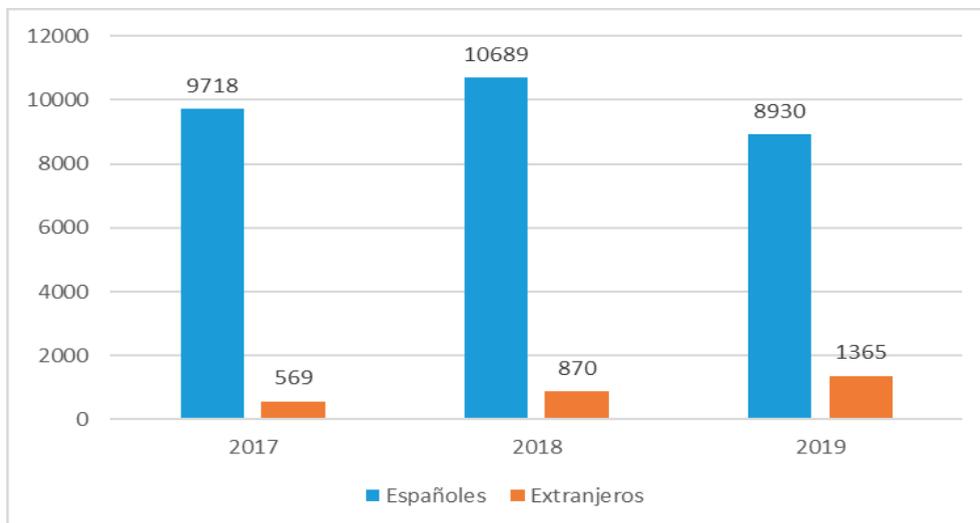
Primeramente, los datos de consultas a la oficina municipal de turismo parecen reflejar un crecimiento significativo y continuado de la actividad y afluencia durante los últimos lustros (Figura 5), precisamente en uno de los territorios que goza de una mayor vinculación funcional con el destino Córdoba, sobre todo en el caso de los productos de enoturismo (Tabla 1).

Figura 5. Número de consultas anuales en la Oficina de Turismo de Montilla



Fuente: *Informe Turístico de Montilla 2019*. Elaboración propia

Figura 6. Procedencia de quienes han realizado consultas personales en la Oficina Municipal de Turismo de Montilla

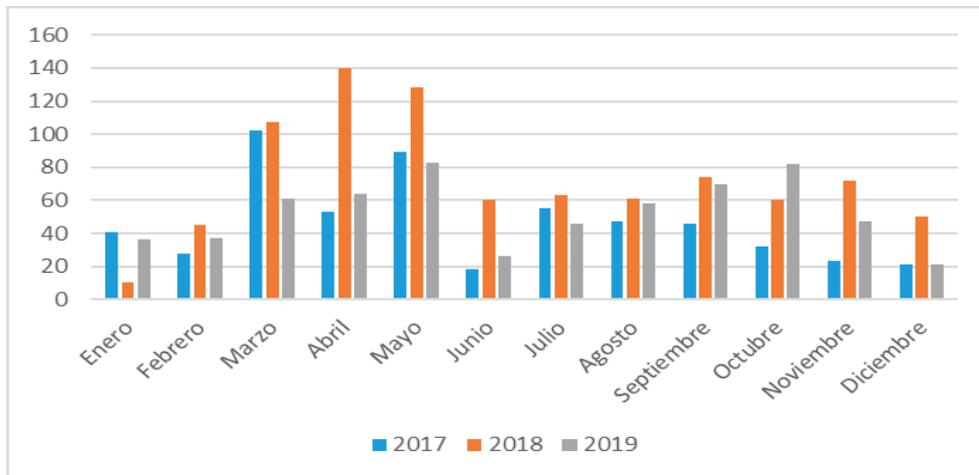


Fuente: *Informes Turísticos de Montilla, 2017, 2018, 2019*. Elaboración propia

En cuanto al origen de los visitantes, los datos muestran que un porcentaje muy mayoritario son españoles (Figura 6), y, de ellos, en torno al 80% andaluces, como se destaca en los informes consultados, lo que evidencia el interés de estos lugares para un turismo de proximidad, en buena parte procedente de Córdoba capital. Pero tampoco puede desdeñarse el número de consultas de visitantes extranjeros, que, pese a resultar claramente minoritario, ha crecido de forma significativa durante los últimos años.

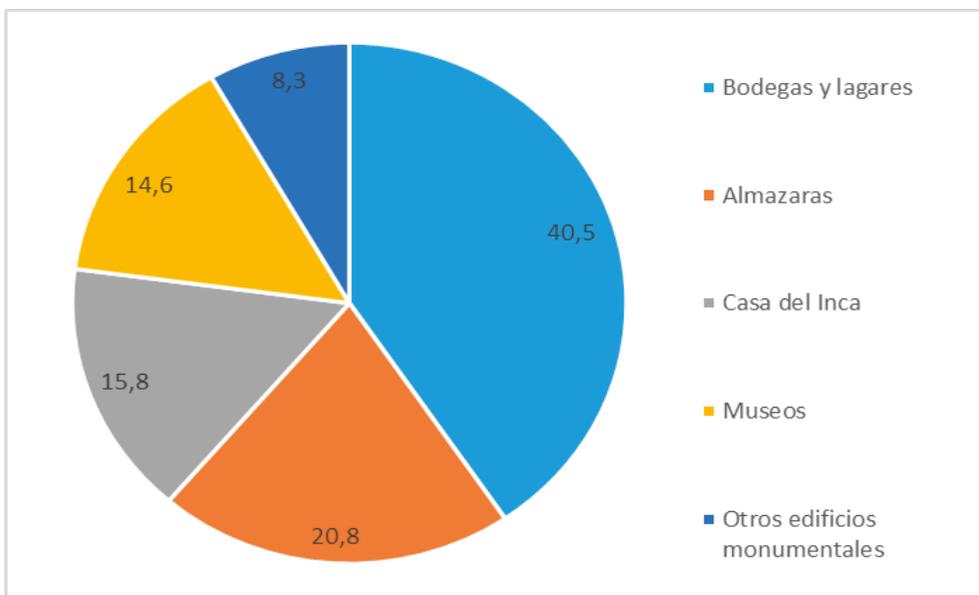
Junto a este incremento total, muy interesante en sí mismo, la variable relativa al reparto interanual de las consultas de visitantes extranjeros (Figura 7), parece apuntar a una importante vinculación de este tipo de turista con Córdoba (en tanto que destino de referencia), ya que es en los meses de marzo, abril y mayo cuando se registró el grueso de ellas, coincidiendo con el periodo de mayor auge turístico, estancia y pernoctaciones en la capital cordobesa.

Figura 7. Distribución mensual de las consultas de extranjeros en la Oficina de Turismo de Montilla



Fuente: *Informes Turísticos de Montilla, 2017, 2018, 2019*. Elaboración propia

Figura 8. Reparto proporcional (%) de la afluencia según tipos de productos turísticos en el municipio de Montilla (2017-2019)



Fuente: *Informes Turísticos de Montilla, 2017, 2018, 2019*. Elaboración propia

Una última variable de interés se refiere específicamente a la naturaleza de las prácticas turísticas demandadas. Los datos aportados por los informes (Figura 8), aunque con una mayor preponderancia de aquellos recursos y productos más definitorios del territorio en cuestión, reflejan un reparto tipológico muy especializado temáticamente y, por tanto, más apto para una diversificación experiencial, justo en la línea de lo que supone el concepto de traspaís turístico.

La disponibilidad de información ciertamente completa para Montilla, que nos ha permitido atisbar varias dinámicas de interés, no tiene correlato, sin embargo, en los restantes municipios cordobeses, tal como se ha señalado. Son, de hecho, muy pocos los servicios municipales de turismo que facilitan cifras de afluencia, habiendo podido disponer de datos, muy someros, tan solo para Montoro y Palma del Río dentro del perímetro de análisis. En el primero, la oficina municipal de turismo reportó la no desdeñable cantidad de 10.142 visitas para el año 2019, si bien se nos aclaró que el total había sido bastante superior. Puesto que la mayoría de ellas resultan ser organizadas por empresas tanto locales como externas al municipio, de nuevo parece denotarse una vinculación funcional con otros territorios (para cuya contrastación y cuantificación resultaría imprescindible el trabajo de campo). Y algo similar puede afirmarse para el caso de Palma del Río. Los datos, algo más detallados, suministrados por su Ayuntamiento (Tabla 2) dejan ver también una dinámica turística interesante, donde destacan algunos aspectos que nuevamente parecen apuntar a una posible conexión funcional con el destino Córdoba: el ejemplo de producto que constituyen las visitas guiadas por el Conjunto Histórico (que permiten ofrecer una visión completa del mismo en un solo día) y la presencia de un turismo de procedencia extranjera que, aun siendo minoritario, supuso en 2019 cerca del 15% del total de las visitas registradas.

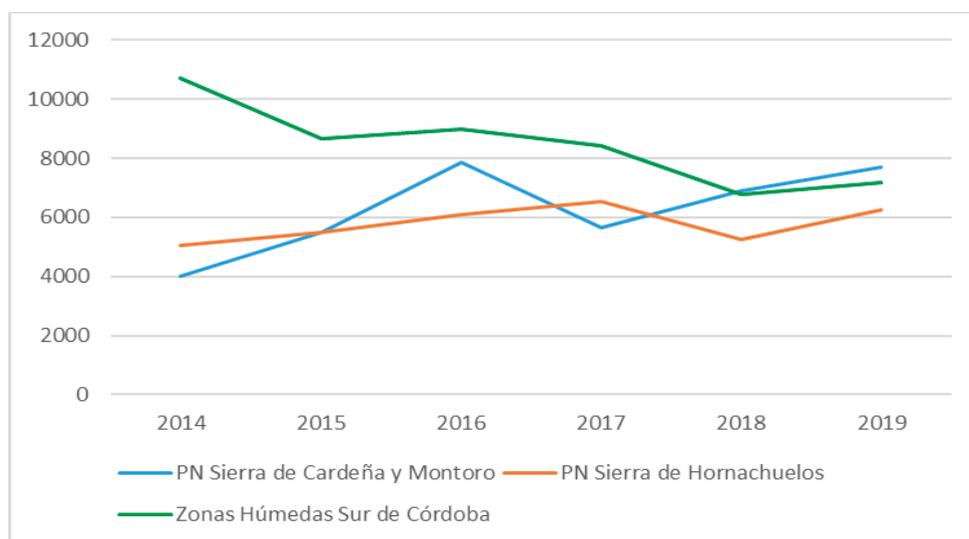
Tabla 2. Demanda de productos turísticos de gestión municipal en Palma del Río (año 2019)

VISITAS OFICINA DE TURISMO (ESPAÑOLES)	VISITAS OFICINA DE TURISMO (EXTRANJEROS)	VISITAS MUSEO MUNICIPAL	VISITAS MUSEO DE EL CORDOBÉS	VISITAS GUIADAS	TOTAL
2704	364	2445	692	703	6908

Fuente: *Estadística mensual de visitantes en 2019 del municipio de Palma del Río*. Elaboración propia

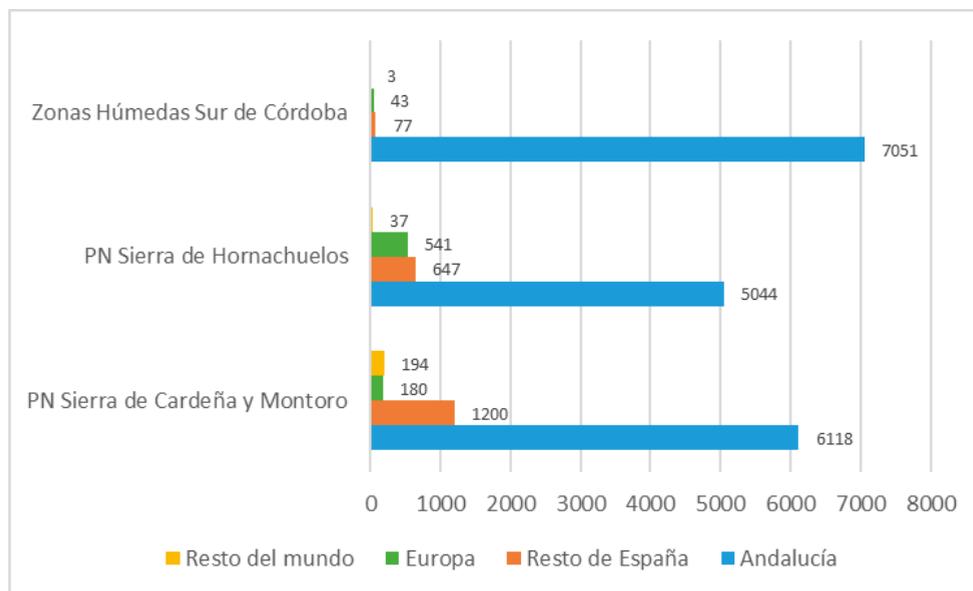
La posibilidad de acceso a datos de demanda resulta algo mayor en el caso de los espacios naturales protegidos. Ello se explica por la recopilación de cifras de visitas a sus equipamientos de uso público, aunque tan solo a los de acogida (centros de visitantes), lo que no ofrece una visión completa de la totalidad de los usuarios, ya que una parte de los mismos no hace uso de tales instalaciones. Con todo, permiten una aproximación bastante fiable a la demanda, que además incluye información relativa al origen de los visitantes. Con respecto a las tres principales áreas protegidas potenciales traspasés del destino Córdoba (Figuras 9 y 10), en todos los casos se constata una afluencia ciertamente débil durante los últimos años, incluyendo una tendencia descendente en las zonas húmedas del Sur de Córdoba y débilmente creciente en los dos parques naturales de Sierra Morena. En cuanto a la procedencia, parece claro que los visitantes de proximidad resultan absolutamente mayoritarios. No obstante, la presencia de una cierta proporción de nacionales y extranjeros, sobre todo en los dos parques naturales, evidencia un potencial de atracción que no parece, sin embargo, haber sido aprovechado hasta la fecha. Ello se debe a la gran debilidad e insuficiente atractivo de la oferta de uso público turístico en estos ámbitos (Garzón, 2016), lo que explica a su vez la escasez de las iniciativas propuestas desde el destino Córdoba en dichos espacios (Tabla 1).

Figura 9. Evolución de la afluencia a los centros de visitantes de los tres principales espacios naturales protegidos localizados dentro del perímetro de estudio



Fuente: *Informes de Medio Ambiente en Andalucía. Estadísticas*. Elaboración propia

Figura 10. Procedencia de la afluencia a los centros de visitantes de los tres principales espacios naturales protegidos localizados dentro del perímetro de estudio (año 2019)



Fuente: *Informe Medio Ambiente en Andalucía 2019. Estadísticas*. Elaboración propia

4.3. Discusión: potencial y retos para la conectividad funcional

El somero análisis expuesto ha permitido verificar la existencia de unas primeras iniciativas en la línea de una conectividad e integración funcional de varias realidades territoriales de gran atractivo turístico con el destino Córdoba, así como de un importante potencial a futuro.

La posibilidad de conformación de una región turística en torno al destino Córdoba define así una perspectiva de relación sinérgica muy interesante, para la propia capital y para los espacios que se consoliden como traspaises de la misma. Con todo, estimamos que son varios los requisitos y retos a afrontar para que esa oportunidad resulte verdaderamente efectiva:

- El impulso de traspaises bien definidos desde una perspectiva más territorial. No se trata, en realidad, de que las experiencias se ciñan tan solo al disfrute de un catálogo más o menos extenso de recursos específicos y aislados entre sí. Por el contrario, a nuestro juicio, es fundamental la

definición de áreas-producto o subdestinos bien reconocibles, especializados temáticamente, que integren distintos tipos de prácticas asociadas a elementos y espacios diferentes, pero próximos y con contenidos vinculados entre sí. Iniciativas ya existentes como la Ruta del Vino Montilla-Moriles, Baena Cultura, las rutas guiadas a través de algunos centros históricos o la oferta de uso público-turístico de los parques naturales podrían resultar de alto interés en este sentido, aun con las necesarias mejoras y readaptaciones para su efectiva vinculación funcional con Córdoba capital. Junto a ello, algunos otros recursos y realidades territoriales susceptibles de consolidarse como traspaises por su atractivo patrimonial y especialización temática pueden ser los castillos, los yacimientos arqueológicos, o ciertos espacios agrarios específicos (viñedo, olivar, cítricos...).

- Todo lo anterior no será posible sin una efectiva y verdadera implicación de los agentes concernidos por la actividad, tanto públicos como privados. Un compromiso que debe partir primeramente de la asunción de una visión amplia, de carácter supramunicipal, que se fundamente en el convencimiento de la idoneidad de esa escala para la mayor competitividad, tanto del destino principal como de aquellos otros que puedan conformarse como sus traspaises turísticos. A partir de la asunción de esa idea, es necesario articular mecanismos de colaboración interadministrativa (principalmente, entre ayuntamientos) y público-privada (haciendo verdaderamente partícipe de la toma de decisiones territoriales-turísticas al sector privado).
- Lo que se acaba de exponer remite directamente a un proceso de (re) ordenación de la función turística y su oferta que, consideramos, podría articularse a través de un instrumento de planificación que asumiese la visión expuesta. El momento actual, tras el parón provocado por la crisis del COVID-19 y la finalización del periodo de aplicación del *Plan Estratégico de Turismo de Córdoba 2015-2019* (instrumento que no contemplaba nada al respecto de la integración funcional, al concebirse desde una visión excesivamente localista) parece ser una magnífica ocasión. Así pues, creemos que la nueva planificación sectorial habría de plantearse desde una posición novedosa, supramunicipal y participativa, incorporando un análisis y diagnóstico detallados en pro de la integración funcional propuesta.

- Finalmente, todo lo señalado no debe suponer el olvido de un hecho básico: buena parte de los ámbitos turísticos que podrían conformarse como traspaises de Córdoba capital presentan dinámicas propias, en algunos casos de especial interés, que es necesario preservar e impulsar; más aún, si se considera que algunos de ellos se orientan a un turismo de proximidad y/o de alta especialización, radicalmente distinto al de los destinos con gran capacidad de atracción (aunque tampoco puede obviarse que la mayoría adolecen de una evidente dificultad para conformarse como destinos propios y autosuficientes, tal y como hacen patente sus modestos datos de afluencia). La posibilidad de su conformación como traspaises de la capital cordobesa no debe entenderse, pues, en un sentido excluyente, sino claramente complementario, como una alternativa a su propia dinámica turística, que pueda derivar para ellos en nuevas oportunidades en el contexto post-COVID.

5. CONCLUSIONES

Tras el análisis, necesariamente sintético, expuesto a lo largo de las páginas precedentes, pueden obtenerse las siguientes conclusiones fundamentales:

- El momento actual del turismo, tras el enorme impacto derivado de la pandemia del COVID-19, apunta a una necesaria redefinición, que, entre otros muchos aspectos, sin duda va a tener un impacto muy directo sobre los destinos y su posicionamiento.
- Córdoba, al igual que otros muchos destinos, se halla ya desde varios años atrás ante el reto del incremento de la competitividad, fundamentalmente en términos de diversificación turística y experiencial y la contribución de ello a la prolongación de la estancia de los usuarios.
- En relación con lo anterior, se ha destacado el hecho de que la capital cordobesa cuenta en su entorno próximo con ámbitos y recursos de alto interés patrimonial y potencial turístico, que sin duda podrían convertirse en espacios complementarios o traspaises turísticos del propio destino Córdoba, en pro de la diversificación turística apuntada.
- En esta línea, se ha podido constatar que durante los últimos años se han venido desarrollando algunas iniciativas pioneras, principalmente instrumentadas por parte de algunas empresas de servicios turísticos radicadas

en Córdoba, que evidencian el potencial existente al respecto. Los escasos datos de demanda de que se ha podido disponer hasta la fecha también parecen evidenciarlo, al igual que el potencial existente para el desarrollo de este tipo de iniciativas también para la propia población cordobesa.

- La ponderación de las verdaderas posibilidades de consolidación de estas dinámicas de conexión funcional requerirá un análisis mucho más exhaustivo, no solo basado en las escasas fuentes documentales y estadísticas disponibles. Para ello resultará fundamental el trabajo de campo, a desarrollar cuando la actividad turística comience a recuperarse de manera progresiva. Dicho trabajo de campo nos permitirá constatar las dinámicas sobre el terreno, además del contacto directo tanto con los agentes turísticos (públicos y privados) como, sobre todo, con los potenciales usuarios.
- En todo caso, el horizonte final, claramente deseable a nuestro juicio, es la de poder contribuir a perfilar un gran espacio turístico supramunicipal, una región turística, que, teniendo como centro referencial el destino Córdoba, pueda sustentarse en las interconexiones funcionales entre éste y una serie de espacios conformados y consolidados como traspáis turísticos complementarios del mismo.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adamuz, J.A. 2020. Las claves del turismo post-COVID-19. *Viajes National Geographic*. Recuperado de <https://bit.ly/3buqRk7>
- Baños, C. y Rico, E. 2016. La complementariedad litoral-interior en el marco de la renovación de destinos turísticos consolidados: el excursionismo organizado como elemento de relación. *Cuadernos de Turismo*, 38, 83-110. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.38.271361>
- Barrado, D. y Ávila, R. 2010. “El tratamiento del espacio y de la actividad turística desde la perspectiva territorial”, en Galiana, L. y Vinuesa, J. (Coords.). *Teoría y práctica para una ordenación racional del territorio*. Madrid: Síntesis, pp. 153-180.
- Cebrián, A. 2003. Sostenibilidad ambiental y turismo de traspáis en España. *Nimbus*, 11-12, 47-66.
- Canalis, X. 2020. Tendencias COVID: travel shaming, proteccionismo y recuperación en K. *Hosteltur*, 5/10/2020. Recuperado de <https://bit.ly/39g9GQF>

- Garzón, R. 2016. *Las consecuencias territoriales de la expansión reciente de los espacios naturales protegidos. Análisis de la Sierra Morena andaluza*. Córdoba: Universidad de Córdoba. Tesis Doctoral en acceso abierto: <https://bit.ly/3bya9jI>
- Lalanza, M. 2020. Claves para entender el turismo pos-COVID-19. *OBS Business School*. Recuperado de <https://bit.ly/3saGOLt>
- Naciones Unidas. 2020. *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. Recuperado de <https://bit.ly/3sc80jW>
- Observatorio Turístico de Córdoba. *Informes anuales*. Córdoba: Observatorio Turístico de Córdoba. Recuperado de <https://bit.ly/2Xtowhi>
- Pitarch, M. D. 2020. Turismo y vulnerabilidad territorial: capacidad de resiliencia de los diferentes modelos turísticos frente a la crisis pandémica del coronavirus en España, en Simancas, M., Hernández, R. y Padrón, N. (Coords.). *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades*. La Laguna: Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna, pp. 211-223. Recuperado de <https://bit.ly/3bmnHip>
- Royo, M. 2005. Conceptualización del excursionismo o turismo rural-cultural, variables conformadoras de la imagen y exploración del perfil". *Papers de Turisme*, 37-38, 57-72.
- Sánchez, J. M.; Rengifo, J. I.; Martín, L. M. 2018. La ciudad de Cáceres como centro difusor de turistas hacia el entorno rural, en *Proceedings of the XII International Conference of Tourism and Information & Communication Technologies*, Málaga: Universidad de Málaga, pp. 266-281. Recuperado de <https://bit.ly/3s8ha0G>
- Simancas, M. Coord. 2016. *La planificación y gestión territorial del turismo*. Madrid: Síntesis.
- Troitiño-Torralba, L. 2012. Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de la Región Turística de Madrid: Niveles de medios de funcionalidad y adecuación turística del Patrimonio Cultural. *Papers de Turisme*, 51, 109-132.
- Troitiño-Vinuesa, M.Á.; Troitiño-Torralba, L. 2015. Sistemas patrimoniales territoriales en regiones urbanas y áreas metropolitanas. *Ciudad y Territorio. Estudios territoriales*. Vol. XLVII, 202-197, 184.
- Vargas, A. 2020. Estrategias de destinos y empresas en el mercado turístico pos-COVID-19, en Simancas, M., Hernández, R. y Padrón, N. (Coords.). *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades*. La Laguna: Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna, pp. 147-158. Recuperado de <https://bit.ly/3bmnHip>
- Vera, J. F. Coord. 2011. *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos*. Valencia: Tirant lo Blanch.