

# TURISMO URBANO EN SEVILLA: RELACIÓN CULTURA Y MONUMENTOS CON LA OFERTA HOTELERA DE CALIDAD EN EL CASCO HISTÓRICO Y SUS ALREDEDORES.

*Noelia González Roldán.*

## **1. Introducción**

El objetivo de este trabajo, es analizar las posibilidades de la ciudad de Sevilla para dar acogida a un turismo de calidad. Para ello hemos combinado dos variables: dotación hotelera de calidad y recursos patrimoniales de Sevilla. Estamos entendiendo Patrimonio en sentido amplio, es decir, no sólo el histórico-artístico, sino también el cultural y ambiental. Obtener una rentabilidad económica sostenida de todo ello pasa por desarrollar una actividad turística de calidad. Para ello, se hace un estudio de la oferta hotelera, centrándose en hoteles de las categorías de tres, cuatro y cinco estrellas, completándose con un estudio morfológico de los mismos. Las fuentes utilizadas son muy variadas desde guías de hoteles, planos, estadística, bibliografía, revistas, hasta documentación obtenida de la asistencia a los diferentes Congresos de Turismo. La documentación ha sido obtenida, gran parte en la Consejería de Turismo, en el Instituto de Estadística de Andalucía, en la Oficina de Turismo, y documentación facilitada por D. Manuel Marchena Gómez, Director General del Patronato de Turismo de Sevilla y profesor de Geografía de la Universidad de Sevilla. Pero la principal fuente la ha constituido el trabajo de campo que hemos efectuado: se ha visitado cada hotel de las diferentes categorías, seleccionando ciertos hoteles para hacer una serie de entrevistas a profesionales de este sector, el criterio para la elección ha sido principalmente en función de la categoría de los mismos y su ubicación, (casco histórico, ensanche y Área Metropolitana) y se hará un análisis de las respuestas y conclusiones que se derivan de las mismas. En definitiva, se trataba de hacer un estudio innovador, y qué mejor elección que el tema de turismo urbano, una de las actividades que más contribuyen a la riqueza regional. Además en Sevilla nunca se había hecho un estudio y catalogación de hoteles de las categorías mencionadas. A continuación, se definirá el concepto de turismo ur-

bano, la mejor forma de centrar y empezar el estudio.

## **2. Turismo urbano**

La ciudad puede convertirse en un lugar para atraer el consumo turístico de negocios y ocio. El turismo de ciudad ha existido siempre, actualmente, se mezcla la oferta y actividades clásicas del mismo con toda una serie de productos turísticos nuevos. Para que se de el turismo urbano, una ciudad debe reunir las siguientes características: señas de identidad, patrimonio histórico-artístico, eventos cíclicos de congresos, acontecimientos deportivos y culturales... A parte de todos estos elementos, hay que tener presente el comportamiento del ciudadano hacia los turistas. El turismo urbano no sólo quiere decir, ciudad monumental, histórica, cultural..., sino también que aparezcan en la misma nuevos eventos e infraestructuras. Necesario un Palacio de Congresos, para atraer lo que es el turismo de negocio, parque tecnológico, parque de atracciones, comercios (tiendas especializadas), jardines y zonas de esparcimiento, buena infraestructura, tanto viaria, ferroviaria, como aérea. Se debe mejorar el entorno urbano, debe haber una mejor publicidad de los recursos que disponen, los hoteles y restaurantes deben dar el mejor servicio posible... Son muchos factores los que hay que tener en cuenta a la hora de definir lo que es el turismo urbano, ya que éste a la vez se compone de diferentes elementos. El turismo urbano se caracteriza por ser de corta duración, como media, tres o cuatro días, o bien vienen para negocios, que suelen pernoctar máximo unos cinco días, y la otra opción son los turistas propiamente dichos, que suelen permanecer en la ciudad un fin de semana. El turismo de la tercera edad y las edades comprendidas entre 35-40 años, son los que más turismo urbano practican. Esto está cambiando, cada vez un mayor número de personas visitan las ciudades con un

cierto atractivo turístico, los sueldos suelen ser superiores,

mayor número de días no laborables, jubilación anticipada... Pero mantiene una media de estancia en las ciudades de tres-cuatro días. A los excursionistas se les intenta mostrar la ciudad de forma que deseen volver, para alojarse unos días y tener más tiempo para disfrutarla.

Para desarrollar este tipo de turismo es necesario la conservación y rehabilitación de edificios emblemáticos, el cuidado del patrimonio histórico artístico, la conservación de las costumbres populares, ya que muchos de los turistas buscan sólo la cultura de los ciudadanos y sus costumbres, la gastronomía, además la conservación del medio ambiente es fundamental para que se de un desarrollo sostenible de las urbes. Otro elemento para el desarrollo de la misma es, el marketing turístico, cuyo principal significado es, saber vender la ciudad o espacio turístico, para ello debe crearse un producto, éste se ha de difundir y a la vez potenciar una imagen selecta y una imagen de marca de prestigio y de identificación rápida del mismo. Los operadores intentan vender la ciudad en sus folletos, carteles, videos, Internet, revistas... destacando lo más significativo de la misma y con la finalidad que sea diferenciada de las demás. Los hoteles, la calidad del espacio urbano y los monumentos históricos, son los elementos principales para crear una imagen de marca en la ciudad. La creación de un cuadro de acogida o de zonas peatonales o de prioridad peatonal, el cuidado de la escena urbana, una señalización actualizada, la decoración floral, y la integración paisajística, unido a una estrategia de comunicación, promoción, y publicidad, permite calificar de forma sustancial la acogida y el producto turístico local. Para resumir el concepto de turismo urbano se destacan a continuación los principales elementos del sistema turístico urbano: producto primario, producto complementario, imagen, accesibilidad interna y externa. El producto primario viene a decir, que constituye la razón original para visitar una población, sería el clima, la historia, la cultura, las atracciones creadas para atraer al turista, eventos y fiestas populares de una ciudad. Producto turístico complementario, aquí entrarían, los hoteles, restaurantes, centros de conferencias y palacios de congresos y exposiciones.

La imagen, la adquirirá una ciudad dependiendo de las características de la misma y de su población, muchas veces una imagen se crea a través del marketing, se suele coger un conocido hito de la ciudad y venderlo como imagen, además las características de la población, es decir sus costumbres y comportamientos, también servirán como imagen. Accesibilidad interna, es la movilidad que existe dentro de la ciudad turística, los transportes urbanos, como autobuses, metros, taxis... todo ello debe tener información en varios idiomas, para facilitar al turista su desplazamiento por el interior de la ciudad, también debe haber buenos aparcamientos. Para terminar con esta clasificación hablaremos, del acceso exterior, para que una ciudad se desarrolle turísticamente debe tener una buena red de carreteras y autopistas, que conecte la ciudad con el exterior rápidamente, además debe tener conexión con líneas ferroviarias de alta velocidad y la existencia de un aeropuerto internacional. El turismo urbano es de corta duración por lo que los visitantes desean llevarse el menos tiempo posible en el viaje, desean disfrutar la ciudad de destino lo máximo posible.

( Revista de Estudios Turísticos, nº 126, 1995 )

### **3. Características de la oferta hotelera de la ciudad de Sevilla**

En este apartado se hará una descripción de los hoteles de las categorías de tres, cuatro y cinco estrellas, de la capital hispalense. Se hace un estudio del turismo de calidad que llega a la ciudad a través del análisis de estos hoteles, en esta ocasión se incluye la categoría de tres estrellas como de calidad, además, se hará referencia a las categorías inferiores, principalmente se dirá el número y la capacidad que poseen. En cambio se hará un estudio exhaustivo de los hoteles de calidad: se verá el origen del edificio, es decir, si es rehabilitado o de nueva creación, se verá el número de plantas, su capacidad, su entorno, su ubicación... Con el análisis de estas variables se puede deducir perfectamente, las características de la planta hotelera de Sevilla. Los datos que se van a dar a continuación han sido obtenidos a través del trabajo de campo, es decir, visitar cada hotel, hacer fotos, ver el entorno donde se localiza el hotel, y preguntar a los recepcionistas algunas cosas para completar la ficha de

cada hotel, seguidamente se da un resumen de los resultados.

En la capital hispalense, contamos con 42 hoteles de las categorías de tres a cinco estrellas, como puede observarse es una cifra bastante alta, lo que significa que Sevilla va hacia un turismo de calidad, en sólo un año, dos hoteles sevillanos de tres estrellas han cambiado su categoría a la de cuatro. En total hay cuatro hoteles de cinco estrellas, diecinueve de cuatro y otros diecinueve de tres estrellas. Si comparamos esta oferta de calidad, con hoteles de baja categoría y hostales, vemos que el número total de estos últimos es de 45 establecimientos, la diferencia estriba, sólo en dos establecimientos. Si analizamos la capacidad, es decir el número de camas en cada hotel, podemos ver, que los hoteles de calidad disponen de 5929 habitaciones, mientras que los de inferior categoría, sólo disponen de 2136 habitaciones, con una media de 47,5 habitaciones por hotel, mientras que los de categoría superior presentan una media de 141 habitaciones por hotel. Aunque como regla general podría utilizarse el criterio de la capacidad hotelera para establecer diferencias entre categorías de establecimientos, hay que considerar excepciones. Así, una casa palacio rehabilitada para hotel, tiene reducidas dimensiones y dispone de pocas habitaciones, en cambio la calidad es alta. Lo que sí nos dan estas cifras es una idea del predominio en Sevilla de hoteles de calidad. Una variable importante a analizar es, La localización de los mismos, (hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas) se puede observar mediante planos la ubicación de éstos y con ello se observa, que la mitad se encuentran en el casco histórico y los demás en la zona de ensanche de la ciudad. En cuanto a la fecha de los inmuebles, hay que apuntar como 20 hoteles surgen con motivo de eventos importantes ocurridos en la ciudad, casos de la Exposición del 29 y la del 92. Del primer acontecimiento permanecen como hotel el Alfonso XIII y el hotel Colón, los dos con categoría de cinco estrellas; los 18 restantes se inauguraron con motivo de la Expo92. Nos quedarían 22 hoteles cuyas fechas están comprendidas entre los años 50-80. De toda la planta hotelera hay que destacar a 7 hoteles como inmuebles rehabilitados, el resto es de nueva creación. En función del número de plantas de los edificios

hay que destacar que predominan en Sevilla los hoteles de 3 a 5 plantas, un total de 23 establecimientos. De una a dos plantas hay 11 hoteles y con más de cinco plantas ocho. Esto tiene relación con las características de la ciudad, según este estudio se aprecia que sólo siete establecimientos hoteleros rompen en estética con los edificios que le rodean, el resto se adapta muy bien a la arquitectura de su entorno más próximo. Con este resumen podemos ver a rasgos generales la fisonomía y características de los inmuebles.

A continuación, se dan las conclusiones obtenidas en las entrevistas realizadas a profesionales de este sector. En total, se han realizado trece entrevistas a distintos hoteles de Sevilla y su entorno. La elección de éstos se ha hecho en función de la categoría de los mismos, de su ubicación en el centro de la ciudad, en la zona de ensanche y alguno significativo del Área Metropolitana. Las entrevistas se han realizado a cinco hoteles de tres estrellas, cinco de cuatro estrellas y tres a hoteles de cinco estrellas. El tipo de preguntas es muy variada, con el objeto de cubrir todos los temas y averiguar mediante el trabajo de campo, las condiciones en la que se encuentra el sector hotelero de Sevilla. Respecto a los entrevistados, hay que destacar que la mayoría tienen un cargo importante en el hotel. Como significativo, hay que decir que es precisamente en los hoteles de cinco estrellas, o bien superlujo, en los que aquéllos, tienen los cargos más altos: director general o comercial. Éstos son los que más información ofrecen y los que ofrecieron una mejor colaboración, por lo que se deduce, que son los de mayor calidad y los que tienen mejor organización. En cuanto a los hoteles de cuatro y tres estrellas, los entrevistados tienen cargos diversos: director general, director de comercial, comercial externo, relaciones públicas, secretario de dirección, jefe de recepción... Hay que resaltar también en esta tipología de hoteles que prestaron mayor interés los establecimientos que pertenecen a cadenas hoteleras de prestigio como Meliá y NH. En general, se obtuvo la información deseada para el estudio.

A) Los hoteles de tres estrellas elegidos son los siguientes: Hotel Bécquer, Las Casas de las Juderías, ubicados en el casco histórico, NH

Plaza de Armas, Bellavista Sevilla, localizados a extramuro y el Hotel Oromana del área metropolitana, ubicado en Alcalá de Guadaíra. En general, los servicios que ofrecen estos hoteles suelen ser parecidos, aunque habrá similitudes y diferencias entre los mismos. Por ejemplo, en relación al servicio de restauración hay que observar cómo entre los hoteles de tres estrellas aparecen disimilitudes en función de su ubicación respecto a la ciudad. Si se localizan dentro del casco histórico, suelen muchos de ellos prescindir de restaurantes, ya que la ciudad ofrece a los turistas una gran variedad, y a pocos minutos pueden encontrar restaurantes de diferente especialidad y calidad. Aunque, también hay casos en los que los hoteles localizados en el centro de la ciudad ofrecen servicio de restauración a sus clientes. Si el hotel está ubicado en la periferia o bien en el área metropolitana, éstos sí suelen dar el servicio completo para la satisfacción del cliente, ya que éste tendría que desplazarse en coche para llegar a los restaurantes de la ciudad. Se podría hacer una diferenciación de los hoteles a partir de su clientela: en unos predomina el hombre de negocios y en otros el turista propiamente dicho.

B) Los hoteles de cuatro estrellas entrevistados son: el Hotel Inglaterra y el Hotel Los Seises, que se ubican en el casco histórico, el Hotel Occidental Sevilla y Meliá Lebreros localizados extramuro de la ciudad y la Hacienda San Ignacio ubicada en el área metropolitana, en Castilleja de la Cuesta. Éste último destaca por estar catalogado dentro de los hoteles rurales de Andalucía. La función principal que tienen estos hoteles del área metropolitana es cubrir la oferta, de algunos turistas que demandan espacios tranquilos a pocos minutos de la ciudad. Además, en temporada alta, cuando todos los hoteles están completos, queda la alternativa de alojarse en la periferia. Dentro de esta categoría existen muy pocas diferencias entre los mismos, a caso en el tamaño del edificio, por lo que, la gestión de los hoteles de mayor número de habitaciones será más complicada, que el de menor dimensión. También hay que decir que predomina el hombre de negocio frente al turista propiamente dicho, aunque las diferencias no son demasiado acusadas.

C) Los hoteles de cinco estrellas elegidos son: Alfonso XIII, Radisson Príncipe de Asturias y Hacienda De Benazuza. El primero se encuentra en el casco histórico de la ciudad, el segundo extramuro, situado en la Isla Cartuja, (construido con motivo de la Expo92) y el tercero en Sánlúcar la Mayor. Aunque no se considere este municipio miembro del área metropolitana, ha sido interesante incluir este hotel que destaca por sus características y situación geográfica. Los servicios ofrecidos al cliente por los hoteles de categoría superior son muy parecidos. Hay que tener en cuenta que dos de estos establecimientos destacan en servicio e indumentaria por estar catalogados además de Super Lujo, como son el Alfonso XIII y la Hacienda De Benazuza. Los inmuebles, uno de la generación del 29 y otro de origen árabe, respectivamente influye bastante en la calidad de los mismos y el entorno agradable que ofrecen. En cambio el Radisson Príncipe de Asturias, edificio de nueva creación, se distingue por casi su plena dedicación a recibir hombres de negocios y a pocos turistas. Es un hotel que dispone de todas las instalaciones necesarias para realizar congresos, convenciones, o exposiciones en su interior, por lo que el trato a los clientes es diferente que en los anteriores. Para concluir, se puede decir que todos los hoteles de las diferentes categorías, ofrecen los servicios que demanda el cliente, están muy bien equipados. En una determinada época del año todos los hoteles de las categorías expuestas, tienen una fuerte demanda por parte de hombres de negocios, en otras, como en Feria y Semana Santa, el turista predomina. La comida predominante en todos los hoteles es la andaluza y española con productos de la tierra, aunque algunos introducen algunos platos extranjeros. En el tema medioambiental aún no se tiene demasiada conciencia entre los expertos del sector, aunque alguno de ellos pretenden potenciarlo. En la planta hotelera de Sevilla no existe ninguna instalación de placas solares, el motivo principal es, que muchos de los inmuebles son rehabilitados, su estética y características no permiten la instalación de las mismas. La mayoría de los de nueva creación no han sido dotados de estas infraestructuras, por lo que no se da un ahorro energético. Del reciclado de basuras po-

cos hacen un seguimiento exhaustivo, tal vez porque aún no existen medios, o bien porque no son demandados al Ayuntamiento. Todos los entrevistados opinan que el turismo sevillano y la oferta hotelera está en alza tras la crisis de 1993, y que se ofrece buen servicio en general. Piden potenciar aún más el turismo en Sevilla, con la apertura de nuevos museos, con el reconocimiento de los existentes, y con un horario de los mismos más flexible. En definitiva, tras el sondeo realizado a través de estas entrevistas, se deduce que el sector está potenciándose y desarrollándose, y además está creciendo, gracias a que ofrecen un servicio de calidad.

#### **4. Recursos patrimoniales de Sevilla (cultura y monumentos).**

Sevilla tiene una gran capacidad turística, con una gran oferta ambiental, cultural y monumental, bien diferenciada del sur de Europa. Han pasado muchas culturas a lo largo de los siglos por nuestra ciudad, romanos, árabes... los cuales han dejado una importante huella. El turismo en Sevilla, no se hace notar de manera importante hasta 1992, con la celebración de la Exposición Universal, lo cual no se pensó como un acontecimiento turístico, pero por su diseño resultó ser un espectáculo turístico de seis meses. Gracias a este evento se creó la infraestructura necesaria para atraer el turismo en nuestra ciudad. Se amplía el aeropuerto, se crea el tren de alta velocidad, se construyeron las Autovías de Sevilla-Málaga y Sevilla-Huelva; la S-30 vía de circunvalación de la ciudad, se recuperan los márgenes del río... El producto clave de la ciudad es su rico centro histórico como espacio cultural, monumental y ambiental único. Como oferta complementaria se crea Isla Mágica, parque temático en el recinto de Cartuja. A continuación se nombrarán los monumentos más visitados, y la cultura predominante de nuestra ciudad. Se hará un ligero recorrido por la Sevilla turística. Los monumentos y museos más destacados son: la Catedral-Giralda, Reales Alcázares, Casa Pilatos, Archivo de Indias, Torre del Oro, Plaza de Toros, Museo de Bellas Artes, Museo de Arte Contemporáneo, Museo Arqueológico, Museo Costumbres Populares, Basílica Macarena, Hospital Venerables, Iglesia del Salvador, Ayuntamiento, Hospital de la Caridad,

Convento De Santa Paula, La Cartuja, Palacio de la Condesa de Lebrija, Gran Poder (San Lorenzo), Iglesia de San Luis, Museo Militar, Plaza de España, Parque de María Luisa... Además es interesante dar un paseo por el Barrio Santa Cruz y ver la arquitectura y la trama urbana del lugar, además el número de restaurantes en la zona es muy elevado, algunos se asientan en edificios rehabilitados, como por ejemplo en unos antiguos baños árabes, donde se encuentra uno de los restaurantes más conocido de la ciudad. Si queremos conocer la cultura de Sevilla es conveniente visitar el emblemático barrio de Triana, cruzando el Guadalquivir, a través del Puente de San Telmo. Allí se puede visitar la calle Betis desde donde se contempla magníficas vistas de la Torre del Oro, La Maestranza y la Giralda, además es una calle donde hay restaurantes típicos sevillanos. En Triana también se puede visitar la Iglesia de Santa Ana, uno de los templos más antiguos de la ciudad, construida en 1276. En la Calle Alfarería, están ubicadas una serie de peñas flamencas, en las cuales se concentran «cantaos», además puedes degustar la cultura gastronómica del lugar, con la degustación de «pescaito frito», gazpacho andaluz y vino de la tierra. Los turistas captan las costumbres de nuestra tierra rápidamente en las calles. También dispone de teatros de interés como el Teatro de la Maestranza, el Lope de Vega, Teatro Imperial... donde a lo largo del año se presentan diferentes espectáculos. Además la oferta cultural se complementa con galerías, las cuales ofrecen diferentes exposiciones de temas muy variados. Tan interesante como visitar los monumentos que hemos señalado es pasear por la ciudad y observar sus patios, sus gentes..., es decir la esencia misma de la ciudad. Desde hace unos años hasta ahora, en Sevilla ha habido interesantes recuperaciones de edificios de interés histórico-artístico; el objetivo es conservar el patrimonio arquitectónico de la ciudad.

#### **5. Conclusión**

Para iniciar el estudio, hemos tratado en primer lugar de definir el concepto de turismo urbano, a continuación se ha hecho un análisis del caso práctico de Sevilla, las principales variables que se han tratado son: la planta hotelera de calidad y los recursos patrimoniales con los

que cuenta Sevilla, rica en monumentos, cultura y medio ambiental. La ciudad en su conjunto está bien cuidada desde el punto de vista ambiental, esto es un hecho importante a destacar, ya que el turismo de calidad se evalúa en gran parte por la conservación del medio ambiente urbano.

Con el estudio se intenta ver las posibilidades que tiene la ciudad hispalense de conseguir un turismo de calidad, como se ha podido comprobar, disponemos de una oferta hotelera, en la cual predominan los hoteles de categoría superior, esto es un indicativo importante y es-

tratégico para definir el turismo de calidad, además disponemos de una gran oferta cultural y monumental, lo que indica que cubrimos todas las expectativas, para crear un turismo de estas características, lo que si faltaría es una buena estrategia de gestión para potenciar nuestra ciudad, a nuestro favor tenemos que la demanda de turismo urbano, tiene un perfil de cliente con un elevado nivel cultural y económico, por lo que si se potencia eficazmente el producto, tendremos los resultados deseados.

## BIBLIOGRAFÍA

AA.VV., (1993): *Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía*. Edita la Junta de Andalucía. Sevilla.

AA.VV., (1994): Revista de Estudios Turísticos. Número Monográfico 126. « *El Turismo Metropolitano en Europa* ». Editado por el Instituto De Estudios Turísticos. Madrid.

CAZES, G ET POTIER, F, ( 1996 ): « *Le tourisme Urbain* ». Presses Universitaires de France.

Comisión de las Comunidades Europeas. (1990): *Libro verde sobre el medio ambiente urbano*. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento. Bruselas.

GIOVANNI, E (1994) *Manual de la industria hotelera. Proyecto, estructura y tecnología*. Ed. CEAC. Barcelona.

Junta de Andalucía. Consejería de Turismo y Deporte. (marzo de 1997): *Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía*. Sevilla.

Junta de Andalucía. Consejería de Cultura. (Enero 1997): *Plan General de Bienes Culturales de Andalucía 1996-2000*. Sevilla.

Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente (1995): *Plan de Medio Ambiente de Andalucía. (1995-2000)*. Sevilla.

TURESPAÑA (1997): *Guía Oficial de Hoteles 1998*. Edita TURESPAÑA. Madrid.