



Manuel de la Calle Vaquero, M^a del Carmen Mínguez García y María García Hernández
mcalleva@ghis.ucm.es, cminguez@ghis.ucm.es y mgarciah@ghis.ucm.es
Dpto. Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid.
c/ Profesor Aranguren s/n. Madrid 28040

Los visitantes del Conjunto Arqueológico de Carmona (Sevilla)

INTRODUCCIÓN:

El Plan Director del Conjunto Arqueológico de Carmona (CAC) ha supuesto una gran oportunidad al plantear nuevas propuestas que implican un replanteamiento del modelo de visita turística al Conjunto. Para ello se realizó un proyecto de investigación específico, titulado **"Bases para la gestión de la visita turística del Conjunto Arqueológico de Carmona"**, que permite ayudar a sentar las bases para la gestión de la visita turística del Conjunto Arqueológico, en función de los siguientes aspectos:

- 1º Aproximación a la estimación de umbrales de capacidad de acogida física del conjunto arqueológico.
- 2º Afluencia de visitantes al Conjunto Arqueológico. Análisis de datos y nuevas propuestas.
- 3º Experiencia de visita del Conjunto Arqueológico. Aproximaciones metodológicas.

A efectos de alcanzar estos objetivos, se toma en consideración la experiencia en gestión acumulada por el personal del Conjunto Arqueológico de Carmona y el del Grupo de Investigación "Turismo, Patrimonio y Desarrollo" de la Universidad Complutense de Madrid, que ha realizado numerosos estudios sobre la dimensión turística de distintos espacios patrimoniales (www.ucm.es/info/geoturis).

METODOLOGÍA:

Resulta esencial conocer las características de los visitantes del CAC para una gestión óptima de la visita y para ello se ha de tener en cuenta tanto la afluencia de los visitantes (volumen, evolución, tipología, distribución temporal...) como la experiencia de visita, en términos culturales y turísticos. Con este fin se realiza un análisis exhaustivo de los datos disponibles, es decir, de las fuentes primarias (registros de visitas al Conjunto Arqueológico, datos de visitas procedentes del Centro Municipal de Recepción Turística, el Alcázar de la Puerta de Sevilla y el Museo de la Ciudad), y de las secundarias (documentos parciales, trabajos ya elaborados por el Conjunto Arqueológico de Carmona...), pero también resulta necesario diseñar herramientas de obtención de datos (observación directa, entrevistas y encuestas).

De todos ellos la encuesta es el instrumento que más ayuda a obtener más datos sobre el perfil de los visitantes, por esta razón para el proyecto "Bases para la gestión de la visita turística del Conjunto Arqueológico de Carmona" se elaboran dos modelos de cuestionarios: uno para los visitantes individuales y otro para los que viajan en grupo.

El primero de ellos está compuesto por 27 preguntas, la mayor parte de ellas cerradas que se estructura en 3 bloques con un número desigual de puntos a abordar cada uno de ellos. Por su parte, el cuestionario para los visitantes en grupo es más reducido y se compone en 12 preguntas que se estructuran en 2 bloques.

Bloque 1.- Motivaciones, imágenes y uso turístico del Conjunto Arqueológico de Carmona.

Bloque 2.- La visita a la ciudad de Carmona.

Bloque 3.- Características personales (exclusivamente para los visitantes individuales).

Las encuestas son realizadas durante un año natural a un total de 373 visitantes individuales y 74 en grupos, distribuidas de forma proporcional al número de visitas realizadas al año por cada tipología. Actualmente no se ha cubierto la explotación, habiéndose realizado el 61% de las encuestas individuales y el 50% de las de grupo; por lo que los datos que aquí se presentan son el resultado de una primera aproximación.

AFLUENCIA AL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO DE CARMONA

El Conjunto cuenta con entre 30.000 y 40.000 visitantes anuales, una cifra que ha crecido cada año en la última década, y que aunque inferior a la de otros Conjuntos Arqueológicos y Monumentales gestionados por la Consejería de Cultura de la Junta (Itálica, Baelo Claudia, Madinat al-Zahra...) es bastante superior a la de otros yacimientos arqueológicos visitables (Los Millares, Turóbriga, Cercadilla, los Dólmenes de Matarrubilla,...).

Tomando como referencia las visitas agregadas del periodo 2005-2007, la distribución mensual refleja la existencia de cuatro periodos diferenciados: dos de temporada media-baja y otros dos de temporada media-alta.

- Enero y febrero representan el primer periodo de temporada media-baja, que no superan el 10%. Se trata de los meses invernales en los que menos se viaja por motivos de ocio.

- Marzo (13,82%), abril (16,4%) y mayo (11,43%) suponen el primer periodo de temporada media-alta, en este caso la temporada alta por excelencia, debido a la Semana Santa (el momento de mayor movilidad de los turistas españoles). Se unen los desplazamientos de los grupos escolares y de los grupos comerciales, mayoritariamente extranjeros.

- Junio (5,29%), julio (2,62%), agosto (3,51%) y septiembre (5,66%) corresponden a la segunda etapa media-baja al registrarse el menor número de visitantes al CAC. El calor dificulta los desplazamientos por el interior de Andalucía y cesan los viajes escolares.

- Octubre (9,76%), noviembre (9,74%) y diciembre (9,04%) representan el segundo periodo de temporada media-alta. Las condiciones térmicas inducen al desplazamiento turístico y empiezan los meses de viajes escolares y de grupos sociales.

Existe además una diferencia significativa entre los fines de semana y los días de diario; siendo el promedio de visitantes en sábados y domingos de 132,74, mientras que en los días de diario se registró una media de 115,72 personas por día, sin variaciones importantes entre los distintos días de la semana. También hay un fuerte contraste entre las visitas en horario de mañana y de tarde, con una proporción del 92,61% por la mañana frente al 7,39% que acceden por la tarde.

Sin embargo se observa un gran equilibrio entre las dos formas básicas de visita, puesto que el 50,41% corresponde a visitantes individuales y el 49,59% restante a visitantes en grupo. Este promedio resulta bastante estable, con años con mayor predominio de un tipo u otro, en un rango indistinto del 45-55%. Por otra parte, también se aprecia bastante equilibrio dentro de los visitantes en grupo, correspondiendo un 25,55% a visitantes en grupo escolar (acumulado periodo 2005-2008) y otro 24,04% a visitantes en otro tipo de grupos.

Respecto a las procedencias cabe destacar que la mayor parte de los visitantes residen en España, así la afluencia acumulada del periodo 2004-2008 se divide en un 64,93% de visitantes españoles y un 35,07% extranjeros. En un nivel mayor de detalle se pueden diferenciar cuatro procedencias básicas:

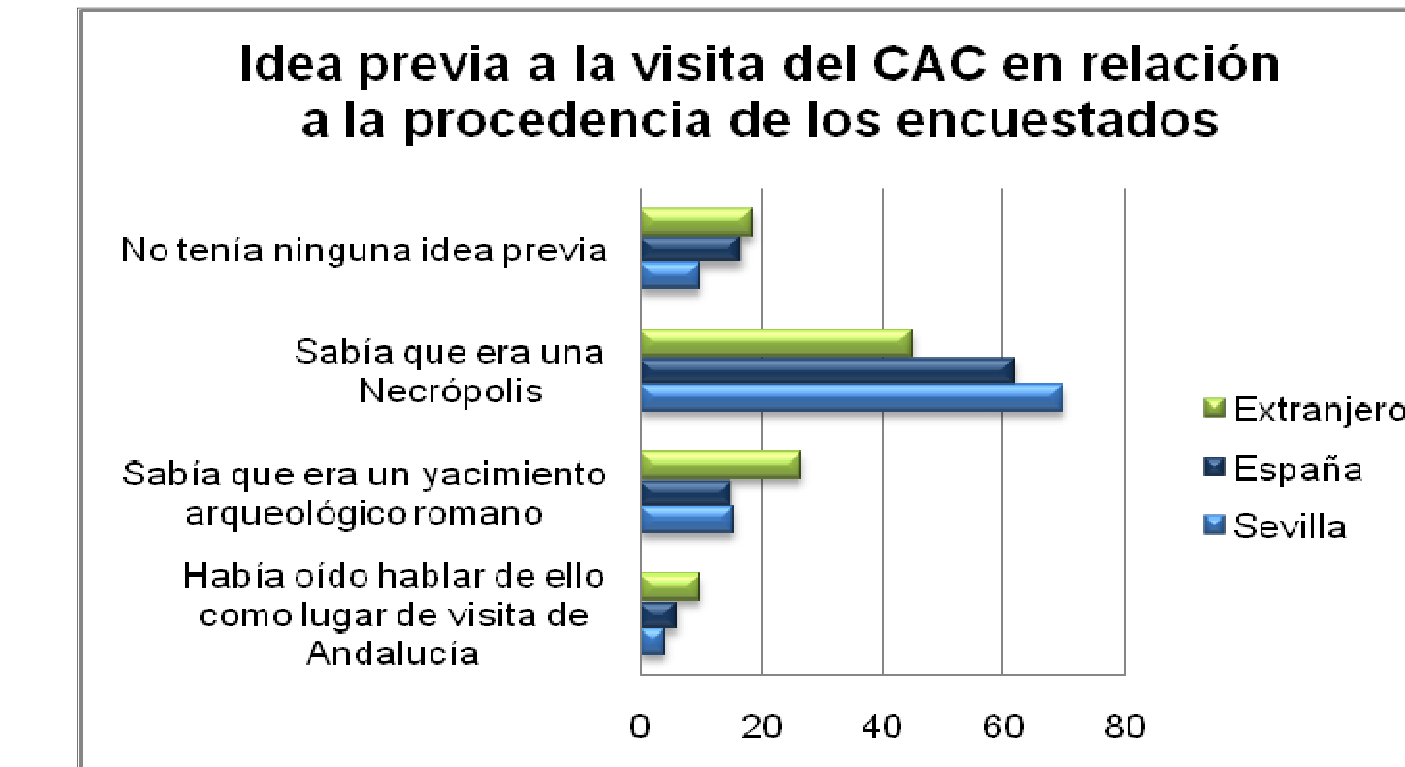
- **Andalucía** con el 52,65% de la afluencia total se configura como el colectivo más numeroso.
- **Resto de España**, 12,28%, entre los que destacan los mercados de Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana por tener mayores dimensiones.
- **Resto de la Unión Europea**, 30,84%, se corresponde a los visitantes de los mercados tradicionales de España y Andalucía: Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Holanda, Portugal, etc.
- **Resto del mundo**, con únicamente el 4,23% se trata fundamentalmente de los visitantes de los mercados transoceánicos: Latinoamérica, América del Norte y Japón.

MOTIVACIONES E IMÁGENES DEL CONJUNTO

El 89,28% de los encuestados declaran visitar el Conjunto por primera vez y del 10,72% restante la casi totalidad (90,00%) son españoles y una minoría extranjeros (10,00%).

Motivación: El 43,43% considera que la visita al CAC es el motivo principal de su desplazamiento hasta Carmona; de ellos, el 49,38% son extranjeros y el 50,62% españoles. A su vez de éste 43,43% la casi totalidad (95,06%) realizan una visita de ocio, seguidos de quienes se desplazan hasta la Necrópolis para realizar estudios o por trabajo. Por su parte la casi totalidad de quienes afirman que el CAC no es el motivo principal de su viaje han accedido hasta él porque forma parte de la visita cultural de Carmona.

Conocimiento previo del CAC. El 82,31% de los encuestados tenían una referencia previa del Conjunto siendo la más frecuente (53,08%) la idea de que era una Necrópolis, seguida de que se trata de un yacimiento romano (21,18%), mientras que la minoría lo asocia a un lugar de visita andaluz (8,04%). Se ha comprobado que existe concordancia entre la imagen previa que se tiene del Conjunto y la procedencia de los visitantes observándose una relación directamente proporcional entre ese conocimiento y la distancia al Conjunto. La falta de referencias o la idea vaga de que es un lugar de visita turística en Andalucía, son opciones más frecuentes entre los visitantes extranjeros que entre los nacionales y/o los locales. Sin embargo la idea de que es una Necrópolis está más asimilada por los visitantes de proximidad.



Resulta esencial conocer cuál es el medio por el que se ha conocido la existencia del CAC siendo los medios clásicos los más frecuentes, es decir, las guías turísticas (24,40%) y las recomendaciones de familiares y amigos (19,84%), seguidos de otro tipo de publicaciones específicas (15,28%), folletos turísticos (13,94%) e Internet (13,67%). Sin embargo parece ser menos efectiva la información facilitada en las Oficinas de Información y Turismo, tanto de Sevilla como de Carmona (8,85% y 7,51% respectivamente), y/o las referencias previas (9,65%) ya que el nivel de repetición de la visita es muy bajo.

Duración de la visita. El tiempo de duración de la visita es diferente en función de la tipología y de la procedencia. Así, La duración media de la visita de los grupos está estimada en 60 minutos con 19 segundos, un tiempo muy similar al que emplean como media, los visitantes individuales en conocer el CAC, que está estimado en 61 minutos y 32 segundos.

El tiempo que emplean los españoles en conocer la hectárea y media de tumbas es de 63 minutos y 11 segundos, cuatro minutos más que los que emplean los extranjeros. Por otra parte, la diferencia entre días laborables y festivos es mayor en el caso de los extranjeros que en los españoles, puesto que los primeros presentan una duración de 58 minutos y 12 segundos en laborables y 63 minutos con 17 segundos en festivos. Por su parte la duración de la visita de los españoles es de 61 minutos entre semana y 66 en fines de semana.

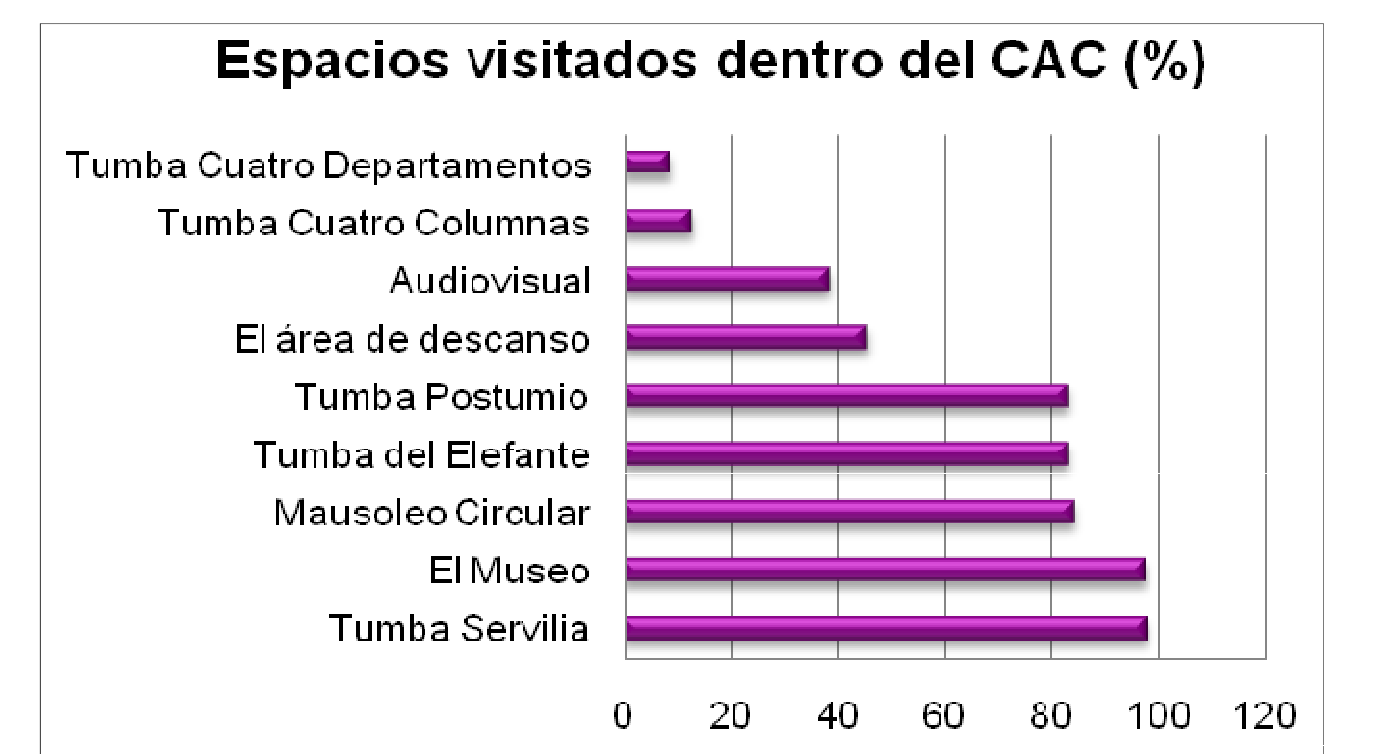
USO TURÍSTICO DEL CONJUNTO

Espacios visitados en el CAC. Se puede establecer una jerarquización en la que se diferencian tres niveles en función de la frecuencia de la visita:

- **Los más visitados** (con una frecuencia superior al 80%): Servillia (97,86%); el museo (97,59%); el Mausoleo Circular (84,18%) y la Tumba del Elefante y Postumio (83,11%, respectivamente).

- **Un nivel intermedio** (20-80%): el área de descanso (45,58%) y el audiovisual (38,34%).

- **Los menos visitados** (con una frecuencia inferior al 20%): Las tumbas de las Cuatro Columnas (12,87%) y de los Cuatro Departamentos (8,58%).



La valoración general que los visitantes tienen del CAC es positiva ya que el 57,64% declara que le ha sorprendido favorablemente. Esta valoración se refuerza con la idea de que el 98,39% de los encuestados individuales recomendarían a sus familiares y amigos la visita a la Necrópolis.

Si analizamos por separado la valoración que realizan de diferentes aspectos se observa que lo mejor calificado es la atención recibida, la limpieza, las instalaciones, la accesibilidad y la información. Los aspectos peor valorados son la señalización externa e interna y los aparcamientos. Datos que coinciden con las estimaciones resultantes de las encuestas que durante los últimos años se han realizado desde el CAC.

Por su parte los visitantes en grupo hacen una valoración general del Conjunto muy positiva, concediéndole una calificación media de 9,25 sobre 10.

Por último se pregunta por los aspectos que se consideran que deben ser mejorados. De todos ellos los que parece que son menos necesarios según el público son: la incorporación de una tienda; el aumento del número de aseos y la modificación del punto de información, puesto que se considera que este servicio es correcto en la actualidad. Sin embargo, sí se echan en falta paneles informativos; más información dentro del Conjunto; un museo mayor y más visitas guiadas.

CONCLUSIÓN:

Los visitantes del Conjunto Arqueológico de Carmona buscan en él una experiencia cultural y de ocio que una vez han realizado consideran que es satisfactoria, al evaluar positivamente la puesta en valor del Conjunto como recurso turístico. Pero el bajo nivel de repetición de la visita; la fuerte estacionalidad de la afluencia; la elevada presencia de visitantes de la provincia de Sevilla y el desigual uso turístico que se hace de los diferentes espacios que componen el CAC son los principales retos de la gestión de la visita turística a los que se enfrenta el Conjunto, planteando la necesidad de desarrollar nuevas estrategias que mejoren, aún si cabe, la calidad de la visita y minimicen la presión turística.