



“Alegoría del agua”. Escultura en bronce de la C/ Cara.
Autora: Teresa Guerrero. 2000

MESA REDONDA

LOS BAÑOS ÁRABES ACTUALES: CULTURA, TRADICIÓN O TURISMO¹

¹ Con las intervenciones de Juan F. Murillo, José Javier Rodríguez Alcaide, Antonia Alcántara Luque, Manuel García Solís, Rafael Pérez de la Concha Camacho. Solamente se insertan los escritos remitidos por J. J. Rodríguez Alcaide, R. Pérez de la Concha y A. Alcántara Luque.

JOSÉ JAVIER RODRÍGUEZ ALCAIDE

Académico correspondiente

Una ojeada a su productividad privada

Tras nuestro breve análisis los baños están enfocados hacia el turismo más que a la cultura, aunque se pretende, en parte, y obviamente están muy alejados de aquella tradición.

Las purificaciones mediante el agua durante la presencia árabe en Al Ándalus eran “menores” o superficiales y “mayores” o profundas.

Los baños actuales de Córdoba orientados al turismo se pueden catalogar de baños de “purificaciones mayores” puesto que ofrecen estancias frías, templadas y calientes en ambiente de romántica luminosidad y de aromas que extasian el espíritu.

Solamente dos empresas ofrecen esta clase de “purificación mayor” y han sido creadas por sendos empresarios imaginativos, oriundos de dos pueblos de la provincia. El resto de servicios ofrecidos por hoteles son “purificación menor” pues no disponen del itinerario transicional desde lo frío a lo caliente.

Nuestra participación se orienta hacia la evaluación de la productividad de este sector a partir del depósito de las Cuentas Anuales de estas dos empresas para los ejercicios económicos de 2016 y 2017.

Para lograr este objetivo nos van ayudar algunos indicadores tales como:

Generación de empleo, creación de valor añadido bruto directo, ganancias antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones y, por fin, generación de flujo de caja.

Para entender esta evaluación se debe saber que el 85 por ciento de las empresas que depositan sus cuentas en el Registro Mercantil de Córdoba emplean a cinco o menos personas.

Las empresas que conforman este sector en Córdoba son “Baños Árabes de Córdoba”, sita en calle Almanzor y “Hammam Al Ándalus” ubicado en calle Corregidor Luis de la Cerda.

Indicadores de efectividad del sector

Estas dos empresas han creado hasta 2017 sesenta y nueve empleos, la mayor parte de ellos de carácter fijo, y por lo tanto quedan fuera de las consideradas microempresas antes citadas.

Las mujeres representan entre el 69 al 78 por ciento del empleo y los hombres el porcentaje restante. El empleo temporal oscila entre el 20 y el 22 por ciento.

Capacidad de generar valor añadido

Lo que merece atención en toda empresa desde el punto de vista social es su capacidad de generar valor añadido para la sociedad.

Valor añadido es la suma del montante de salarios y sueldos, costes sociales, amortizaciones, intereses de la deuda, impuestos directos y beneficios. Es decir, es la capacidad de generar fondos para retribuir al trabajo, cubrir contingencias sociales y pensiones, pagar intereses de la deuda, amortizar el deterioro de la inversión fija, satisfacer las exigencias recaudatorias de los gobiernos vía impuestos de sociedades y retribuir finalmente al capital arriesgado en esta actividad.

Pues bien, este sector de baños árabes turísticos generó en 2017 de modo directo 1.559.374 euros de los cuales el 64,83 por ciento se asignó a costes salariales. Es importante resaltar que ese valor añadido bruto representa el 65 por ciento de la cifra de ventas y el 35 por ciento restante son aprovisionamientos y pagos de servicios exteriores a la empresa lo que a su vez genera nuevo valor añadido indirecto .

Recaudación del impuesto de sociedades y sobre la renta de personas físicas

La actividad en 2017 recaudó para los gobiernos nacional y regional la cuantía de 201.753 euros por ambos conceptos. Ello representa el 8,4 por ciento de la cifra de ventas de la actividad.

Capacidad de generación de flujo de caja

El flujo de caja está conformado por las amortizaciones técnicas y depreciaciones, que no representan salidas de caja, más los beneficios después de impuestos, tras haber liquidado intereses de la deuda e incluso impuestos sobre sociedades y retenidos por el trabajo a los empleados.

Tal flujo de caja ha oscilado en el bienio entre el 15 y el 20 por ciento de la cifra de ventas y ha alcanzado una cifra media de 384,000 euros, aproximadamente el 16 por ciento de la cifra de ventas.

Dependiendo de la cuantía del vencimiento de la deuda a corto plazo, una vez satisfecho, queda disponible un flujo neto de caja que se puede distribuir al capital o aplicar a reservas para nuevas inversiones, innovación y desarrollo de la actividad.

Canales de distribución del servicio

Más de las nueve décimas partes de sus ventas se consiguen por vía digital, bien a través de la propia página web de cada una de las empresas bien mediante las diferentes plataformas que anuncian estos servicios.

Mediante la propia página web logran entre el 35 y el 41 por ciento de sus clientes y solo entre el 5 al 10 por ciento lo consiguen mediante contacto telefónico. El resto se contrata a través de plataformas digitales adecuadas.

Es esta una actividad globalizada pues sus usuarios proceden, entre un 30 a un 36 por ciento, del extranjero, siendo españoles no andaluces entre una 24 y un 28 por ciento en estos dos últimos años analizados. El resto procede de Córdoba y provincias aledañas.

Corolario

Esta actividad ha aportado una excelente revalorización económica al concepto de baño árabe en su dimensión de “purificación mayor” a través de su itinerario frío, templado y caliente.

La revalorización económica se justifica por la intensa creación de empleo y por la capacidad de generar valor añadido muy superior al de otras actividades.

Reflexión última

Tras nuestra exposición y las del resto de participantes en la mesa se puede aventurar la siguiente estrategia del sector.

Conectar la cultura del baño desde el actual patrimonio histórico que Córdoba dispone en los baños árabes del alcázar califal hasta su actual uso como fuente de bienestar corporal y espiritual en baños privados.

Para desarrollar esta estrategia se necesitaría disponer de un programa de carácter público-privado en el que actuaran asociados y sincrónicamente Instituto Municipal de Turismo y empresas del sector que ofrezcan este servicio bajo el concepto de bienestar corporal en el marco de las llamadas “purificaciones mayores” a través de las salas fría, templada y caliente.

RAFAEL PÉREZ DE LA CONCHA CAMACHO

Jefe de la Unidad de Turismo y Patrimonio de la
Humanidad del Ayuntamiento de Córdoba-IMTUR

Hoy en día se ha desarrollado un importante crecimiento del turismo de descanso, lo que ha dado lugar a la aparición de nuevos baños al estilo árabe. *Turismo de salud o wellness* son una modalidad turística que se ha constituido en los últimos años como un nicho de crecimiento futuro y como una oportunidad para la marca España.

Según la Estrategia 2020, el turismo relax, también llamado Wellness (bienestar), es un subsegmento del Turismo de Salud (más relacionado con los balnearios), donde el viajero encuentra experiencias diferentes y en el cual la motivación principal es la de mantener y/o mejorar el equilibrio físico y psíquico del turista que lo practica. La estancia se realiza en un establecimiento especializado que cuenta con equipamientos, servicios y personal especializados. La demanda está formada por personas que disfrutan de buena salud, pero que por el ajetreo de su ritmo de vida necesitan dedicar un tiempo a cuidarse y relajarse. El turismo Wellness pretende alcanzar un equilibrio entre cuerpo y mente y que el viajero sienta que vuelve transformado de sus vacaciones.

Se trata de un tipo de turismo importado, que cada vez tiene más adeptos en España, donde ya se pueden encontrar hoteles y rutas diseñadas específicamente para estos viajeros. Y Córdoba no se queda atrás...

Motivaciones de los viajes

Presentamos aquí diferentes estudios sobre las motivaciones de los viajeros que refuerzan la importancia que en los últimos años está adquiriendo el turismo wellness o de bienestar.

Según ESADE Business School, los motivos más relevantes de los viajes son la salud y el cuidado del cuerpo (5,59), la cultura (5,41), los eventos (5,21), la visita a ciudades (5,17), gastronomía y vino (4,94), na-

turaleza interior (4,91), relación, familiares y amigos (4,82), deporte y aventura (4,71), Congresos, reuniones e incentivos (4,68), Estudios (4,47), Descubrimiento (4,47), Religioso y peregrinaciones (4,06), Solidario (3,68) y el que menos, el de sol y playa (3,44).

Según el Tour Operador Kuoni, las TENDENCIAS EN TURISMO. NUEVOS ESTILOS Y MOTIVACIONES DEL VIAJE son las siguientes: *Mind, Body & Soul*: Para el descanso de la mente, cuerpo y alma; *Away from it all*: Una escapada relajante; *Time together*: Un viaje para pasar tiempo juntos, en el que el relax y el rejuvenecimiento son parte esencial; *For Families*: Un lugar en el que los niños estarán contentos durante horas; *Holiday with Friends*: Un viaje que ofrece múltiples instalaciones para el ocio, el deporte y el entretenimiento; *Sun & Socialising*: Un viaje que ofrece un lugar perfecto para tomar el sol y, por la tarde disfrutar de la fiesta en bares y restaurantes; *I want it all*: Unas vacaciones que lo tienen todo, desde actividades excitantes, cultura, compras, spas, etc.; *Explore & Discover*: Destinos que ofrecen aventuras para los más activos; *Go Beyond*: Unas vacaciones en territorios menos transitados, con menos infraestructura turística pero llenos de novedad y sorpresas.

Como podemos comprobar, en este estudio ya se apuntaban tendencias relacionadas con el turismo de salud o wellness: descanso de la mente, cuerpo y alma, una escapada relajante, un viaje para pasar tiempo juntos, en el que el relax y el rejuvenecimiento son parte esencial.

Otro estudio interesante, el de Global Wellness Institute Congres, indica que las tendencias del Turismo Wellness serían: *Relacionados con la cultura*. Un turismo donde se mezclan el bienestar con las artes. Un ejemplo es el Hotel Península Hot Springs de Australia donde mientras disfrutas de sus aguas termales estás viendo obras de teatro o escuchando conferencias; *Mejorar la salud física*. Aquí se ofrecen rutas donde se busca mejorar la salud en general también cuidados de la piel y combinados con dietas saludables; *Experiencias*. Proponer al viajero una serie de experiencias relacionadas, donde cada día de su viaje sea único. Por ejemplo, la cadena Six Senses está construyendo circuitos wellness en el que las personas recorren cinco refugios distintos, cada uno de ellos basados en el índice de Felicidad Nacional Bruta de Bután; *Potenciar la salud mental a través de la optimización del cerebro*. Uno de los principales objetivos es reducir el estrés y aprender a relajarse y concentrarse y para ello varios centros ya se están utilizando tecnología de neuromodulación cerebral; *Desafíos con entrenamientos extremos*. Esta tendencia del turismo Well-

ness quiere atraer a viajeros, que encuentren el bienestar a través de retos como puede ser programas de control de la respiración para desafiar al frío extremo, dominando tu sistema inmunológico.

Por último, según un estudio de CESAE de 2018, las *cuatro Claves* para destacar en el turismo Wellness serían:

En el caótico mundo en que vivimos lleno de prisas y estrés, cuando encontramos un hueco en nuestras ajetreadas agendas es para dedicarnos tiempo a nosotros mismos y eso es lo que nos ofrece el turismo Wellness. En la actualidad, ya son muchos los hoteles y alojamientos turísticos que intentan posicionarse en el mercado Wellness & Spa ya que han visto una necesidad por parte de los usuarios que buscan desintoxicarse de las largas horas de trabajo, de los altos grados de responsabilidad o de la alimentación poco saludable y cargar las pilas para poder afrontar de nuevo la vuelta a la realidad.

El éxito de estos establecimientos dependerá de si sabemos cómo implantar estrategias de Wellness & Spa para posicionarnos ante la competencia.

Algunas ideas como las siguientes serán claves para diseñar una estrategia de éxito:

1. *Cultura e imagen Wellness.* Los clientes potenciales del turismo de salud, no sólo buscan un servicio, sino la experiencia de vivir una cultura, ambiente e imagen Wellness. Para ello, es necesario invertir en unas instalaciones de diseño (zona de aguas, no aguas, tratamientos, etc.) e implantar políticas de comunicación y formación a los empleados que logren que en todo el establecimiento se respire la filosofía del bienestar.

2. *Oferta de tratamientos innovadores.* El cliente potencial del Wellness & Spa ya no se conforma con tratamientos estéticos o de salud tradicionales, sino que ya exige una mayor gama de tratamientos sofisticados procedentes de otras culturas, terapias alternativas, combinación de tratamientos de aguas y secos, etc. Por lo tanto, la innovación continua y la contratación de personal cualificado y especializado en esta área son imprescindibles para destacar ante la competencia.

3. *La gastronomía Wellness.* La gastronomía es parte de la cultura Wellness, por lo tanto, que nuestro establecimiento cuente con un restaurante en donde se ofrezca una oferta gastronómica saludable nos ayudará a, en primer lugar, ofrecer una mayor gama de servicios a nuestros clientes y, en segundo lugar, aprovecharnos del cross-selling entre departamentos.

4. *Ser influyente en la comunidad Wellness.* Ser miembro de asociaciones o clubes Wellness a nivel internacional, escribir artículos especializados, participar en conferencias y seminarios, etc. Todo ello son acciones comerciales que potenciaran la visibilidad y notoriedad de nuestro establecimiento ¿por qué no convertirse en un icono en la materia?

Como hemos podido comprobar, la cultura *Wellness & Spa* se ha sofisticado en los últimos años y la estrategia implantada no debe ser únicamente presente sino futura. Los directivos deberán entender las tendencias futuras para ofrecer un producto interesante al cliente y posicionarse en el mercado actual.

Y Córdoba ha entendido perfectamente esta evolución en los gustos y motivaciones de los visitantes y encontramos una amplia oferta en este sentido que vamos a analizar a continuación.

Análisis de la oferta turística de baños árabes en Córdoba

Aunque el objeto de esta ponencia es la oferta de baños árabes en la actualidad, queremos exponer brevemente la oferta histórica y monumental existente en diferentes páginas web institucionales e incluso privadas, que hacen aún más atractiva la oferta comercial en una ciudad donde los baños árabes fueron de una importancia extraordinaria en la vida social a lo largo de su historia.

La web del Instituto Municipal de Turismo de Córdoba, IMTUR, ofrece información tanto de los baños árabes de Santa María como de los Baños del Alcázar Califal en su apartado de *Qué Visitar* informa de los dos baños patrimoniales que se pueden visitar, los del Alcázar Califal y los de Santa María, con breve información sobre su historia, horarios y precios de visita.

Los Baños del Alcázar Califal

Según la web de turismo de andalucía (<https://www.andalucia.org/es/turismo-cultural/visitas/cordoba/otras-visitadas/banos-califales/>) los *Baños del Alcázar Califal*, formaron parte del Alcázar Califal de Córdoba y fueron mandados construir en el siglo X por el califa Al-Hakam II para el disfrute exclusivo del monarca, su harén y su corte.

Responden al clásico orden heredado de las termas romana de salas frías, templadas y calientes, organizadas en estancias abovedadas e ilumi-

nadas con lucernario en forma de estrellas. Los baños fueron ampliados por almorávides y almohades, como demuestran los restos arqueológicos aparecidos en las últimas excavaciones realizadas.

La institución propietaria de los Baños del Alcázar Califal



es el Ayuntamiento de la ciudad, en cuya web (<http://www.banosdelalcazarcalifal.cordoba.es/?id=2>) podemos encontrar amplia información de este espacio, con una magnífica visita virtual e incluso con explicaciones audiodescritas y videos con LSE para personas sordas.

De forma accidental, en 1903, se hallaron los restos de unos baños árabes en el *Campo de los Santos Mártires*, que meses más tarde fueron soterrados. Entre 1961 y 1964, un grupo de historiadores cordobeses sacó a la luz dicha construcción, dejando constancia de la gran envergadura de la misma. Estos baños o *hammam*, contiguos al desaparecido Alcázar omeya, al cual con toda seguridad pertenecían, posiblemente fueran los más importantes de la ciudad. Las abluciones y limpieza corporal constituían una parte esencial en la vida del musulmán. Eran *preceptivos* de la oración, además de constituir un *rito social*.

Realizados bajo el califato de *Alhakem II*, forman un conjunto de estancias con muros de sillería. Se cierran con bóvedas (donde aparecen los característicos lucernarios de estrella), soportadas por arcos ultra semicirculares sobre capiteles y columnas de mármol. Durante los siglos XI al XIII, fueron reutilizados por *almorávides* y *almohades*, prueba de ello son las yeserías talladas con motivos de *ataurique* y franjas epigráficas de la época que se guardan en el museo arqueológico.

El conjunto de los Baños árabes del Alcázar Califal de Córdoba (España) forma un complejo de estancias en las que se pueden visitar los que fueron los baños califales del primitivo Alcázar. En esta visita virtual podrá navegar por el plano del museo y consultar las diferentes estancias y obras expuestas.

La Delegación de Cultura y Patrimonio Histórico ha puesto en funcionamiento un bono para que resulte más económica la visita conjunta al Alcázar y a los Baños Califales. La idea es lograr una visita conjunta a través de una tarjeta que tematice toda esta zona. El bono busca reforzar

las visitas a los Baños Califales. Un total de 84.000 personas visitaron los baños a lo largo del año 2018 mientras que las visitas al Alcázar ascendieron a 600.000. Con este bono se espera que el número de visitantes alcance los 100.000 a lo largo de este año. El proyecto de climatización del monumento está pendiente del estudio de impacto de la conservación del recinto y de que sea aprobado por la comisión de la Junta de Andalucía.

Con el Bono Museos Municipales de Córdoba podrás visitar los cuatro monumentos y museos municipales con un descuento del 50%. Una forma cómoda y económica de acceder a ellos. Los cuatro monumentos y museos municipales que incluye son: Alcázar de los Reyes Cristianos, los Baños del Alcázar Califal, el Museo Taurino y el Museo de Julio Romero de Torres.

Puntos de venta del Bono Museos Municipales de Córdoba:

-Puntos de Información Turística

-Alcázar de los Reyes Cristianos, Baños del Alcázar Califal, Museo de Julio Romero de Torres y Museo Taurino.

Baños Árabes de Santa María

En la calle Velázquez Bosco, muy cerca de la Mezquita, encontramos parte de unos *baños árabes*, posiblemente contruidos durante la época mudéjar sobre un lavatorio del siglo X relacionado con la *Gran Mezquita* cordobesa. Actualmente forman parte de una vivienda, siendo posible visitarlos tras adquirir la pertinente entrada. También se ofrece un espectáculo flamenco en su interior.

Los baños, de reducidas dimensiones, son muestra perfecta de este tipo de construcciones *hispano-musulmanes*. El actual vestíbulo fue en su día la sala de vestuario o reposo, *bait al-máslaj*, y daba paso a la sala de agua fría. Tras distintas intervenciones, hoy, la *al bait al-bárid* (sala fría), es un patio abierto. Eliminadas la bóveda y el estanque aún permanecen las galerías originales con arquerías de herradura y capiteles de factura califal.



La sala caliente, *al bait al-sajín*, es de planta rectangular con bóveda de cañón y conserva los vanos que albergaron las pilas de agua caliente y fría. Desde esta sala se puede acceder a un aljibe elíptico situado a más de diez metros de profundidad.

Videos sobre los Baños del Alcázar Califal

Aportamos aquí algunos de los enlaces a videos sobre los Baños del Alcázar Califal:

- https://youtu.be/rCOgB_1oZYI;
- <https://youtu.be/EktAVT0OmQw>;
- <https://youtu.be/Gtlf73C3-5g>

Los baños árabes monumentales promocionado por entidades públicas

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA. DELEGACIÓN DE CULTURA Y PATRIMONIO HISTÓRICO: <https://cultura.cordoba.es/equipamientos/banos-de-alcazar-califal>

TURISMO ANDALUZ: <http://www.andalucia.org/es/turismo-cultural/visitas/cordoba/otras-visitas/banos-califales/>

Los baños árabes monumentales promocionado por entidades privadas

ARTE EN CÓRDOBA: <https://www.artencordoba.com/museos/banos-arabes-alcazar-califal-cordoba.html>

ARTE EN CÓRDOBA: <https://www.artencordoba.com/otros-monumentos/banos-arabes-santa-maria-cordoba.html>

GUÍA TURÍSTICO CÓRDOBA: <https://guiaturisticodecordoba.com/rutas/banos-califales-del-alcazar/>

LA CASA ANDALUSÍ: <http://lacasaandalusi.es/srvs/banos-arabes-cordoba/>

Oferta turística de baños árabes en Córdoba. Establecimientos

Pero además de los dos baños históricos o monumentales presentados anteriormente, Córdoba cuenta con otros dos magníficos establecimientos de baños árabes, donde poder disfrutar de una experiencia maravillosa: los

baños Hamman Al Ándalus, los primeros en abrirse en la ciudad, y los Baños Árabes de Córdoba. Aunque existe publicidad de otros baños o hammán, no lo son en realidad, produciéndose en realidad una publicidad engañosa.

BAÑOS HAMMAN AL ÁNDALUS: <https://cordoba.hammamalandalus.com/es/>

BAÑOS ÁRABES DE CÓRDOBA: <http://xn--baosarabesdecordoba-w3b.com/>

Una página web muy interesante (<http://www.hammamcordoba.org/>) publicita tres baños árabes en Córdoba, aunque induce a la confusión puesto que mezcla los que sí son Hammán con lo que es realidad es un SPA del hotel Palacio del Bailío...

Sin embargo, la información que ofrece es de un alto interés por lo que conviene incluirla a continuación. Dice así: “Hoy en día se ha desarrollado un importante crecimiento del turismo de descanso, lo que ha dado lugar a la aparición de nuevos baños al estilo árabe”.

HAMMAN EN ESPAÑA: Los europeos los conocieron por sus contactos con los otomanos y en Europa oriental fueron populares durante la Era Victoriana. En España hay un gran número de edificios históricos que, en su momento, fueron "hammam", prácticamente en todas las ciudades del sudeste peninsular.

BAÑOS ÁRABES: Por extensión se denominan igualmente así, los edificios en los que estos se encontraban y cuya estructura respondía a las distintas estancias que precisa el proceso del baño. Han desempeñado un importante papel en las culturas del Medio oriente como punto de reunión social, ritual de higiene y como elementos arquitectónicos.

HAMMAM CORDOBA - BAÑOS ÁRABES: Un hammam (en grafía árabe, حمام), también conocido como baño árabe, baño turco o hammam, es una modalidad de baño de vapor que incluye la limpieza de cuerpo, mente y el disfrute de un excelente estado de relajación. Por extensión se denominan igualmente así, los edificios en los que estos se encontraban y cuya estructura respondía a las distintas estancias que precisa el proceso del baño.

BAÑOS ÁRABES EN CORDOBA: Relaje sus músculos con un chapuzón en la piscina termal caliente, y luego estimule sus sentidos pasando a la fría. Disfrute de la piscina templada y siéntese visualizando tiempos pasados cuando los españoles permanecerían durante horas de ba-

tiendo asuntos de sus vidas diarias. Siéntese en la sala de vapor, inhale sus calmantes vapores, imbuidos con esencias aromáticas, y luego pase a la esquina Aroma de los baños para disfrutar de un masaje.

CULTURA ORIENTAL: Los baños turcos fueron una continuación de los baños romanos y se extendieron por todo el mundo islámico medieval, desde Oriente Medio hasta al-Ándalus. Se convirtieron en un centro de reunión social y en un elemento esencial de la vida de los pueblos y barrios de las ciudades. Tras la reconquista Isabel la Católica mandó el cierre de los mismos, por motivos religiosos. Se mantuvieron en la cultura oriental y se popularizaron sobre todo bajo el Imperio Otomano.

AGUAS TERMALES: A los viajeros que visitaron estos países les gustaron los baños turcos y los "llevaron" a la Europa occidental, donde se popularizaron a mediados del siglo XIX.

Hoy existen cerca de veinte baños turcos abiertos en las Islas Británicas, aunque los baños de aire caliente aún prosperan en las variantes de baños de vapor rusos y sauna finlandesa.

Últimamente prosperan en todas las culturas occidentales como otra de las actividades de relax y culto al cuerpo, llevados por la ola de moda de los "spas" y los balnearios urbanos de las capitales.

HAMMAM AL ÁNDALUS: A pocos metros de la Mezquita, en el corazón de la capital del califato Omeya, los baños árabes emblemáticos de Córdoba te trasladarán al máximo esplendor del reino andalusí. Regálate un baño y un masaje bajo su arquitectura arabesca atravesada por la luz. Siente los contrastes del agua en tu piel, una sensación ideal para estimularte y relajarte en una sola sesión.

BAÑOS ÁRABES ALMANZOR: Disfruta de 500 m² de los baños árabes más grandes de España y los más grandes de Córdoba. El acceso a Baños Árabes Córdoba es continuado y permitiendo en consecuencia un aforo limitado, previsto por la estancia media, de manera que en todo momento puedas disfrutar de intimidad.

PALACIO DEL BAILÍO: El Spa cuenta con 2 puertas de acceso, una por el Patio de los Naranjos y otra por la puerta mudéjar del Palacio lo que le permitirá sentirse en un lugar distinguido donde sus sentidos se estimulen gracias al evocador sonido del agua y los aromas creados con fragancias únicas firmadas por grandes diseñadores de perfumes. El Spa está diseñado tomando parte de la domus romana encontrada en las excavaciones del Palacio y sus ruinas pueden pasar a visitarse desde la zona de baño.

A continuación, por su interés para esta ponencia, facilitamos numerosos enlaces a páginas web donde se puede consultar la amplia oferta turística de baños existentes en Córdoba, no sólo en la capital sino también en la provincia, tanto ofrecida por los propios establecimientos, como por diferentes portales turísticos, e incluso desde instituciones públicas turísticas.

Oferta turística de otros baños en Córdoba. Establecimientos

AGUAS DE VILLAHARTA (VILLAHARTA): <https://aguasdevillaharta.com/>

CASA BAÑOS DE LA VILLA (PRIEGO DE CÓRDOBA): <http://www.casabanosdelavilla.com/>

Oferta turística de baños árabes en Córdoba. Portales turísticos

ALADINIA: <https://www.aladinia.com/banos-cordoba>

TRIPADVISOR: https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g187430-d4506031-Reviews-Banos_Arabes_de_Cordoba-Cordoba_Province_of_Cordoba_Andalucia.html

BOOKING: <https://www.booking.com/hotel/es/hospedria-banos-arabes-de-cordoba.es.html>

SALIR POR CÓRDOBA: <https://www.salir.com/los-mejores-banos-arabes-de-cordoba-art-802.html>

BOOK YOUR TOUR: <http://www.bookyourtour.info/>

ATRÁPALO: https://www.atrapalo.com/actividades/mimma-bano-arabe-con-masaje-relajante_e45314/

TRIVAGO: <https://www.trivago.es/cordoba-31508/hotel/hospedria-banos-arabes-de-cordoba-1882869>

EXPEDIA: <https://www.expedia.es/Cordoba-Hoteles-Hospedria-Banos-Arabes-De-Cordoba.h11031016.Informacion-Hotel>

QUE HOTELES: <https://www.quehoteles.com/hotel-de-cordoba-Hospedria-Banos-Arabes-De-Cordoba-4C15P125D284Z73995EF.htm>

VIATOR: <https://www.viator.com/es-ES/tours/Cordoba/Arabian-Baths-Experience-at-Cordobas-Hammam-Al-Andalus/d5254-5916HAMMAMCORD?pref=02&aid=gdsarlsa&mcid=26374&tsem=true&supag=47837287904&supkl=kl&supsc=s&supai=242437558021&supa>

p=2o2&supdv=c&supnt=g&supti=dsa-19959388920&suplp=1005411&supli=&gclid=Cj0KCQiA7IDiBRCLARIsABIPohjsNQHLRBGNJ8cUapv6QOrGVHYCpIeX6HryNoaFWPa2arZ-h3bzuIQaAmXkEALw_wcB

LOS VIAJEROS: <https://www.losviajeros.com/foros.php?t=179337>

AGODA: <https://www.agoda.com/es-es/hospederia-banos-arabes-de-cordoba/hotel/cordoba-es.html>

RUMBO: <https://www.rumbo.es/hoteles/espana/cordoba/hotel-hospederia-banos-arabes-de-cordoba>

Oferta turística de baños árabes. Información institucional

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO DE CÓRDOBA -IMTUR (AYTO. CÓRDOBA): <https://www.turismodecordoba.org/banos-arabes/>; <https://www.turismodecordoba.org/banos-arabes-y-lugares-de-relax-en-cordoba-1>

Oferta turística de baños árabes. Oferta confusa

Como hemos visto, la oferta es amplísima, pero hemos encontrado alguna oferta confusa que induce a confusión pues oferta como baños árabes o hammán, lo que son simples spas en hoteles:

WEEKENDESK: https://www.weekendesk.es/fin-de-semana/16426348/escapadas-fin-de-semana-en-Cordoba-Andalucia-romantico?gclid=Cj0KCQiA7IDiBRCLARIsABIPohgOwkuSc4mLRTQvduSpfAXRKTfRkdFtQ4NCIf8W1kwUw3zLpRfbT0aAjiAEALw_wcB&gclsrc=aw.ds;

https://www.weekendesk.es/fin-de-semana/6278275/escapadas-fin-de-semana-en-Cordoba-Andalucia-relax_ofertas?gclid=Cj0KCQiA7IDiBRCLARIsABIPohhbuCv_Zuy9xu_N1QwZbsAm8APPe15YLRQ7e-8eFtM0ow_BRzsm1Y0aAmm1EALw_wcB&gclsrc=aw.ds

ABUNDANCE SPA URBANO: <http://www.spaabundance.com/>

QURTUBA SENSES (CÓRDOBA), que sólo ofrecen masajes: <http://www.qurtubasenses.com/>

HOTEL PALACIO DEL BAILÍO (CÓRDOBA): <https://www.hammamcordoba.org/palacio-bailio.html>

Oferta de baños árabes por otras empresas turísticas

Incluso otras empresas turísticas ofrecen información e incluso ofertan estos servicios como una oferta complementaria a sus propios servicios:

OWAYTOURS: <https://owaytours.com/blog/banos-arabes-cordoba/>

WOOW CORDOBA: <https://woowcordoba.es/banos-arabes-de-cordoba/>

HOTEL OASIS: https://hoteloasiscordoba.com/escapada_romantica_en_cordoba/

Conclusión

Hemos pretendido presentar una amplia visión de la variada e interesante oferta turística que ofrece Córdoba con relación a los baños árabes y hammán, partiendo de la Cultura y de la tradición histórica que nos legó la sociedad andalusí y llegando hasta la amplia oferta existente en la actualidad.

Quedan sin presentar, por no poderse visitar y por lo tanto, numerosos restos arqueológicos de baños árabes, tanto en el Centro Histórico como los baños de la Pescadería ubicados en la calle Cara o los del barrio de San Pedro en la calle Carlos Rubio, como en los numerosos arrabales que se van descubriendo en las últimas décadas, y por supuesto los baños árabe ubicados en la ciudad de Medina Azahara y que aún no son visitables.

Como reflexión final podemos advertir del mal uso, totalmente intencionado, de los términos *baños árabes* o *hammán* utilizados en la oferta turística para vender lo que en realidad son instalaciones de spa.

Habría que exigir a la Administración que vigile y exija el correcto uso de estos términos, para reforzar aún más esta oferta exclusiva que pocas ciudades como Córdoba, por su pasado, pueden ofrecer.

ANTONIA ALCÁNTARA LUQUE

Gerente Delegada de Hammam Al Ándalus Córdoba

Gracias por la invitación a la Real Academia por contar con nosotros en esta mesa que se realiza durante las jornadas destinadas a baños árabes, historia, cultura, tradición...

Yo como representante de Hammam Al Ándalus en Córdoba quiero darle a estas ponencias el toque *romántico* y *emotivo* como nosotros sabemos hacer en nuestro día a día para nuestros clientes.

D. José M. García y su pareja D^a Marichu García paseando por Granada donde estaban estudiando, entraron a los Baños de Comares, y allí viendo la maravilla del lugar comenzaron a *SOÑAR*... cómo rescatar esta maravillosa tradición del baño árabe hasta nuestros días... y ... todo comenzó...

Los comienzos fueron difíciles y más para una pareja joven y emprendedora como ellos, eran los primeros baños árabes que se abrían después de la época de Al-Ándalus.

La primera ciudad que se abrió fue Granada en 1998, era un hammam pequeñito, acogedor y muy bonito. *Como anécdota ... “teníamos solo dos toallas y con el dinero de esos dos primeros clientes fuimos a por más toallas”...*

En 2001 llegamos a Córdoba, en plena Judería, en Corregidor Luis de la Cerda, paseando desde la Mezquita camino de la plaza del Potro, aparece un oasis en mitad de la ciudad como es Hammam Al Ándalus. Fuimos los más grandes de Europa durante mucho tiempo.

En 2003, llegamos a Madrid, en la Calle Atocha.

Y por último (por ahora), en el 2013 abrimos nuestro Hammam de Málaga en la plaza de los Mártires, dicho Hammam cuenta con unas instalaciones de mayor envergadura que las de los demás (la experiencia es un grado en nuestras instalaciones), aquí contamos con el sistema de geoter-

mia para la calefacción de las termas. Ahora ya son ellos los más grandes de Europa, pero todo queda en casa, en Hammam Al Ándalus.

Si os hablo de nosotros como empresa os puedo decir que somos cultura del agua, porque somos agua y en agua renacemos, revivimos, sentimos cómo nuestro ser fluye más equilibrado y profundo.

Uno de nuestros valores es la arquitectura y la cultura, es por ello que hacemos determinadas jornadas como es el *Ajedrez en el agua*, para hacer llegar a nuestros clientes que cuidamos el aspecto histórico del baño árabe, que no solo era para el acicalamiento sino un lugar de encuentro, donde se jugaba al ajedrez, por ello nuestros Torneos de ajedrez en el Agua año tras año.

Otro valor es la literatura y es por ello que escritores de renombre escriben mes a mes en nuestro blog para hablar de hammam, cuidando la temática de nuestro mes respetando nuestro calendario propio de hammam.

Una gran característica que nos hace llegar a la diferenciación de lo existente, es el personal de nuestra empresa. Es un personal muy cualificado en el que tienen una formación muy personalizada para poder dar el mejor de los servicios, son ellos los que consiguen que nuestros clientes se sientan en casa dejándolos que fluyan sus emociones y puedan vivir el Hammam como protagonistas de un cuento en el que ellos mismos encuentran lo que necesitan, paz, sensibilidad, desconexión, relajación, sensaciones que con el día a día tenemos olvidadas o más bien nos cuesta encontrarlas.

En Hammam al Ándalus *somos...*

Agua, sensibilidad, emoción, magia.

Somos silencio matizado por la palabra justa dicha en un susurro audible, un susurro amable, calmado y sereno que conquista a nuestros clientes. Al entrar en Hammam Al Ándalus dejas atrás el mundanal ruido. Te recibe el levísimo sonido del agua y el apenas audible susurro de alguna voz amable.

Somos sonrisa, una sonrisa sincera y profunda, porque el bienestar de nuestros clientes empieza en el bienestar que transmitimos nosotros. Somos atención, somos magia por la que aparecemos siempre en el momento preciso, respetamos la privacidad e intimidad de cada cliente, pero atentos a servirles, a guiarles.

Somos experiencia, porque somos parte esencial de la experiencia, fluimos y nos mimetizamos con el entorno. Nuestros movimientos, nuestros gestos, son siempre suaves, armónicos. Es una coreografía ejecutada con naturalidad, en la que nada ni nadie desentona.

Somos hospitalidad. La esencia de nuestro valor consiste en ofrecer una hospitalidad excepcional, llena de matices extraordinarios, para sorprender a cada visitante con una experiencia única, placentera y relajante, alejada del caos y la rudeza del mundo exterior.

Todo y mucho más es Hammam Al Ándalus, solo hay que vivirlo, sentirlo, dejarnos llevar y por supuesto...

DEJA FLUIR TU EMOCIÓN

Muchas gracias por la atención.