



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

## MESA REDONDA

### **LOS BAÑOS ÁRABES ACTUALES: CULTURA, TRADICIÓN O TURISMO<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> 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.