



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA  
FACULTAD  
DE TURISMO

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y  
PLANIFICACIÓN DEL TURISMO  
TRABAJO FIN DE MÁSTER**

***ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO  
HISTÓRICO DE MÁLAGA***

Realizado por:

***KEVIN ANTONIO TRUJILLO BARRAGÁN***

Fdo:

Dirigido por:

***PROF. DR. D. FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCÍA***

Fdo:

**MÁLAGA, SEPTIEMBRE DE 2014**



# **ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA**

## **RESUMEN**

Con este estudio buscamos, a través del análisis práctico y la contextualización teórica, arrojar nuevos resultados sobre el comportamiento de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga, así como sobre la relación de este comportamiento con los principales factores influyentes. Tras determinar la repercusión de estos factores en el movimiento de los flujos turísticos, e identificar las diferentes problemáticas y zonas conflictivas causadas por los flujos turísticos, nos basamos en tres líneas de actuación para gestionar estas situaciones conflictivas. Estas líneas de actuación son: intervención urbana, intervención en las señales turísticas y creación de productos turísticos. Con la aplicación de estas acciones en diferentes puntos y áreas concretas del centro histórico buscamos redistribuir los flujos turísticos por la totalidad del territorio, poniendo en valor los recursos, hitos y áreas infrautilizadas. Además, conseguiremos mejorar el tránsito, incrementar la oferta y mejorar la experiencia turística, solventando con ello los diferentes problemas de aglomeraciones, experiencia turística negativa, conflicto turista-residente, etc.

**PALABRAS CLAVE:** análisis, gestionar, comportamiento, flujos turísticos, centro histórico



## ÍNDICE

### MÓDULO I: INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO

<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>Metodología</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>Estado de la cuestión</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>Conceptos</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO 6</b>	<b>Factores influyentes en el movimiento en destino de los visitantes</b>	<b>11</b>
	6.1. Factores en destino	12
	6.2. Factores del visitante	16
<b>CAPÍTULO 7</b>	<b>Impactos de la saturación</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO 8</b>	<b>Tipos de medidas de gestión</b>	<b>20</b>

### MÓDULO II: ANÁLISIS

<b>CAPÍTULO 9</b>	<b>Análisis de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga</b>	<b>22</b>
	9.1. Contextualización	22
	9.2. Delimitación de la zona de estudio	24
	9.3. Introducción	25
	9.4. Metodología para la obtención del mapa de flujos general	25
	9.5. Metodología del Observatorio Turístico para la obtención de datos	26
	9.5.1. <i>Problemáticas de la metodología empleada</i>	27
	9.6. Análisis de la distribución de los flujos generales	28

9.7.	Relación entre los flujos generales y la distribución de los recursos turísticos	31
9.8.	Relación entre los flujos generales y la distribución de la oferta de alojamiento, ocio y restauración	36
9.9.	Relación entre los flujos generales y la distribución de los estacionamientos y paradas de autobús	41
9.10	Relación entre los flujos generales y la distribución de los establecimientos comerciales	43

### **MÓDULO III: MEDIDAS DE GESTIÓN**

<b>CAPÍTULO 10</b>	<b>Introducción</b>	46
<b>CAPÍTULO 11</b>	<b>Intervención urbana</b>	46
11.1.	Contextualización	46
11.2.	Objetivo	48
11.3.	Delimitación de la zona de intervención	48
11.4.	Justificación	49
11.5.	Descripción de la intervención	52
11.6.	Financiación	59
<b>CAPÍTULO 12</b>	<b>Intervención en la distribución de las señales turísticas</b>	59
12.1.	Introducción	59
12.2.	Revisión del marco legal	60
12.3.	Tipologías de señales	63
12.4.	Factores funcionales de las señales turísticas	64
12.5.	Principales problemas de las señales turísticas en el centro histórico de Málaga	67
12.6.	Propuesta de reubicación de las señales turísticas en el centro histórico de Málaga	70

<b>CAPÍTULO 13</b>	<b>Creación de productos</b>	<b>77</b>
13.1.	Soho, exposición urbana	78
13.2.	Puesta en valor de recursos heterogéneos y áreas infrautilizadas a partir de su conexión con un producto turístico	83

#### **MÓDULO IV: CONCLUSIONES, BIBLIOGRAFÍA Y ANEXO**

<b>CAPÍTULO 14</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>85</b>
<b>CAPÍTULO 15</b>	<b>Bibliografía</b>	<b>89</b>
<b>CAPÍTULO 16</b>	<b>Anexo</b>	<b>93</b>

## **AGRADECIMIENTOS**

En el desarrollo de este estudio he tenido la suerte de contar con la inestimable colaboración y apoyo de grandes profesionales que me han regalado su tiempo y conocimiento de forma totalmente altruista y desinteresada. Es por esto que me gustaría agradecer enormemente su dedicación a:

D. Fernando Nelson Almeida García (Prof. Dr. Análisis Geográfico Regional)

D. Juan Jesús Barragán Gutiérrez (Artista, fotógrafo)

Dña. Susana García Aranda (Técnico en Dirección y Planificación del Turismo)

D. Miguel Ángel González González (Arquitecto)

D. Javier Hernández Rodríguez (Dir. Gral. Área de Turismo. Ayto. Málaga)

Dña. Beatriz Perea Medina (Arquitecto)

Dña. Patricia Reina Pastora (Técnico en Dirección y Planificación del Turismo)

## **MÓDULO I: INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO**

### **CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN**

Las grandes masas de visitantes que acogen cada día las ciudades históricas turísticas, sumadas a su población residente, generan diferentes conflictos económicos, sociales, medioambientales, de conservación, etc. Investigar y analizar el comportamiento de los visitantes en el destino surge de la necesidad de identificar aquellos espacios en los que se debe intervenir porque se están generando dichos conflictos. Una vez identificados podremos reducir los impactos sobre los diferentes elementos que componen el espacio urbano, solventar los posibles conflictos turista-residente, dotar de infraestructuras a aquellos espacios que muestren deficiencias, priorizar las áreas de intervención, etc.

A lo largo de esta investigación realizaremos un análisis del movimiento de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga. Tras identificar las áreas que soportan un mayor tránsito de visitantes y enumerar los diferentes problemas que encontramos en ellas, trataremos de facilitar una explicación a esos comportamientos, relacionando las áreas más transitadas con algunos de los factores más influyentes en el desplazamiento de los flujos turísticos. Una vez realizado el análisis pasaremos a desarrollar diferentes medidas de gestión que contribuyan a agilizar el movimiento turístico en el destino, incentivar el redireccionamiento de flujos hacia áreas menos transitadas o a poner en valor los recursos menos valorados del destino. Para ello, de entre las posibles medidas de gestión, nos hemos centrado en acciones enmarcadas en tres campos: la intervención urbana; las señales turísticas; y la creación de productos.

Pasando a la composición del trabajo, este se divide en cuatro módulos cuyo contenido resumiremos a continuación:

**Módulo I:** este módulo consta de los contenidos mayoritariamente descriptivos pero necesarios para la total comprensión del resto del proyecto. Se incluyen la metodología desarrollada en el conjunto del proyecto; los objetivos a alcanzar; la definición de conceptos teóricos específicos de la temática tratada; la descripción y explicación de los factores influyentes en el movimiento de los flujos turísticos; la enumeración de los diferentes impactos de la saturación; y el desarrollo y enumeración de las medidas de gestión.

**Módulo II:** se trata del módulo de análisis. A lo largo de los apartados que lo componen analizaremos los patrones de movimiento en el centro histórico de Málaga, así como la relación con algunos de los principales factores que influyen en ellos, como son la localización y distribución de los alojamientos, de los establecimientos de ocio y restauración, de los parking, de los comercios, y de los hitos turísticos. Además, tanto a lo largo del estudio de estos factores como en el desarrollo de las medidas de gestión, tendremos en cuenta otra

serie de factores como serían la señalización turística, la publicidad y promoción turística, el paisaje urbano, la funcionalidad de los espacios, o el mobiliario urbano.

Módulo III: en cada uno de los apartados que conforman este módulo se desarrolla una medida de gestión concreta. Desarrollaremos una medida de intervención urbana en la Plaza de la Marina de la ciudad de Málaga y su entorno con el fin de agilizar el tránsito de los importantes flujos de cruceristas que se concentran en la salida del puerto; una medida de intervención en las señales turísticas, aportando información sobre las principales deficiencias que presentan actualmente, así como proponiendo un nuevo plano de localización provisional; y por último, buscaremos redistribuir los flujos con la consecuente descongestión de las zonas masificadas a través de la puesta en valor de los recursos infrautilizados e infravalorados y la anexión de estos a un producto concreto. Así como haciendo uso de la concepción del barrio del Soho como barrio cultural, lo que nos permite desarrollar un nuevo producto en él.

Módulo IV: este último módulo contiene los apartados referentes a las conclusiones, la bibliografía y el anexo.

Con el fin de agilizar el espacio disponible sin perjudicar la presentación del texto a lo largo del trabajo, todas las imágenes, planos y material cartográfico se incrustarán en el texto en orientación vertical. Esto conlleva que el tamaño con el que se presentan dificultará la interpretación y lectura de estos elementos. Para posibilitar la más óptima lectura e interpretación, así como mejorar su visibilidad, se presentan en el anexo en orientación horizontal y en orden de aparición a lo largo del proyecto. En cada título se referenciará la página del anexo en la que se encuentra con el fin de agilizar su búsqueda.

## **CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA**

Para la realización de este estudio hemos hecho uso de diferentes fuentes de información secundaria, así como desarrollado un estudio empírico a lo largo de aproximadamente ocho meses y que desarrollaremos más adelante. A continuación pasaremos al desarrollo metodológico de la investigación a nivel general, puesto que por la diversidad y cantidad de metodologías aplicadas en la elaboración de apartados concretos, hemos decidido desarrollarlas como un título más dentro de estos.

Para la obtención del mapa de flujos turísticos fundamental en el desarrollo de este proyecto, hemos recurrido a los datos internos obtenidos por el Observatorio Turístico tras un proceso de realización de encuestas durante un año (2010) para la ejecución de un estudio futuro. Estos datos, tras ser procesados dan lugar a una base cartográfica determinante para nuestro estudio. Debemos aclarar que los diferentes datos recopilados en dicho estudio nos han sido denegados para su uso en este trabajo por encontrarse en proceso de publicación en revista científica. No obstante, sí nos han posibilitado el uso del resultado cartográfico de estos, aunque no de forma

directa. Para la obtención del mapa de flujos turísticos nos remitieron al estudio "Flujos turísticos en destinos de ciudad. El caso de Málaga capital" (García Aranda, 2013), para el cual sí se facilitaron los datos por no encontrarse en trámites de publicación. Tras contactar con su autora, Dña. Susana García, y exponerle la situación, nos facilitó el material cartográfico "Mapa de flujos general". El método para la obtención del material cartográfico, así como el desarrollado por el Observatorio Turístico para la obtención de los datos se exponen detalladamente en el módulo de análisis. El área de estudio y análisis, es la determinada por el Observatorio en la realización de las encuestas (mapa 1. Anexo, pág. 3), no obstante, el área donde se ha realizado el trabajo de campo y se proponen las intervenciones, se ha visto ampliada con respecto a esta (mapa 2. Anexo, pág. 4)

El trabajo de campo ha consistido en el desplazamiento a pie por los límites del centro histórico de manera aleatoria, entre los meses de octubre de 2013 y mayo de 2014, durante dos días a la semana en días y horas aleatorias en cada ocasión. Se buscaba la observación directa de posibles conflictos generados por la concentración de visitantes en determinados puntos de la ciudad. De igual forma, durante estas visitas se observaban y analizaban las principales deficiencias en la señalización turística. Las conclusiones obtenidas han sido tenidas en cuenta durante el desarrollo del proyecto, bien de forma directa como en el caso de intervención en la Plaza de la Marina, como de forma indirecta dando explicación a posibles sesgos metodológicos del estudio realizado por el Observatorio Turístico.

La investigación documental ha sido muy diversa, no obstante, han contribuido al desarrollo del estudio de manera indirecta. Es decir, el escaso número de investigaciones de este tipo ha hecho complicado el apoyo en fuentes bibliográficas para el desarrollo de este estudio. La diferente documentación consultada se ha basado principalmente en Ordenanzas Municipales, Planes de Ordenación Urbanística, Planes Municipales de Movilidad, etc. Los escasos proyectos relacionados y que nos han servido de apoyo, tratan principalmente sobre el concepto de capacidad de carga o el estudio de esta en museos, restos arqueológicos y demás áreas cerradas y estrictamente delimitadas pero en su mayoría, no directamente el análisis de los flujos turísticos en destino.

Nos han sido de gran ayuda las diferentes web que permiten la geolocalización de establecimientos de diferentes tipos, contribuyendo de manera directa a en la elaboración de la diferente cartografía generada a lo largo del módulo de análisis. La representación sobre planos de estos datos ha sido elaborada con la ayuda del programa Autocad, en colaboración con el arquitecto D. Miguel Ángel González.

De la misma manera, nos hemos apoyados en diferentes web específicas para la obtención de fotografías e imágenes concretas.

Las fotografías incluidas durante el desarrollo del apartado de intervención en las señales turísticas, así como las que muestran el principal conflicto de flujos

en la Plaza de la Marina, han sido realizadas personalmente durante los meses de investigación. Las utilizadas en el apartado de creación de producto en el Soho han sido cedidas por el fotógrafo y artista D. Juan Jesús Barragán.

Algunos de los datos cuantitativos en serie han sido recogidos de fuentes estadísticas, aunque a través de su publicación en informes. Serían el caso de los datos referentes al número de cruceristas, recogidos en el módulo de gestión.

La herramienta de geolocalización y representación cartográfica "Google Earth" ha sido fundamental para la elaboración de diferente material cartográfico utilizado en el apartado de intervención urbana en la Plaza de la Marina. De la misma forma nos ha permitido realizar mediciones precisas de calles y pasos de peatones, información que ha sido determinante a la hora de plantear las soluciones más óptimas.

Para la elaboración de los planos y levantamientos en tres dimensiones en el apartado de intervención urbana hemos contado con la colaboración de la arquitecto Dña. Beatriz Perea, plasmando nuestros conceptos aportando su conocimiento en la materia.

De forma esquemática, los medios y fuentes utilizados para el desarrollo de este estudio han sido:

- Consulta de fuentes bibliográficas
- Consulta de fuentes estadísticas
- Trabajo de campo
- Consulta de material cartográfico (físico y online)
- Consulta de web que permiten la geolocalización
- Elaboración de cartografía a través de Google Earth
- Elaboración de cartografía y planos en Autocad (colaboración de arquitectos)
- Obtención de material fotográfico a través de web y colaboradores
- Obtención de material fotográfico de manera directa

### **CAPÍTULO 3    OBJETIVOS**

Este estudio pretende facilitar un análisis completo del estado de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga, y a partir de los conflictos encontrados proporcionar algunos mecanismos de mejora de gestión de los flujos y del propio destino, además de favorecer las relaciones entre el turista y el residente.

El objetivo general es identificar los principales conflictos en lo que a flujos turísticos en el centro histórico se refiere, y a partir de estos proponer y desarrollar diversas acciones de gestión que además de dar solución directa a

diferentes problemas relacionados con los flujos y la saturación turística, mejorarán el funcionamiento general del destino.

Como objetivos específicos, buscamos:

- Identificar las zonas de mayor y menor tránsito de visitantes en el centro histórico de la ciudad y el impacto generado en ellas.
- Estudiar los factores influyentes que pueden explicar las pautas de comportamiento obtenidas.
- Identificar de manera empírica los principales problemas para el movimiento de visitantes en zonas concretas del área de estudio.
- Aportar acciones de mejora para la gestión de flujos turísticos enmarcadas en los campos de actuación: intervención urbana, señales turísticas y creación de productos.
- Intervenir con una acción urbanística concreta en un punto conflictivo para el flujo turístico de visitantes.
- Identificar qué factores influyen en el uso eficiente de las señales turísticas a nivel general.
- Identificar las principales deficiencias de las señales turísticas del área de estudio.
- Diseñar un nuevo plano de ubicación provisional de las señales turísticas.
- Poner en valor los recursos turísticos y áreas del centro infrautilizadas y/o fuera de las rutas habituales, a través de la creación de nuevos productos.

## **CAPÍTULO 4 ESTADO DE LA CUESTIÓN**

Pese a que el análisis y la gestión de flujos turísticos en destino es un campo de estudio relevante, entre otros, para el sector, la sociedad, el visitante o la imagen de destino en general, es un área escasamente estudiada. La mayoría de los estudios realizados tratan el análisis de flujos orientando la investigación hacia la capacidad de carga o acogida en patrimonios inmuebles, arqueológicos, o recursos naturales donde los límites están claramente establecidos, y/o cuyos recuentos y control de entradas se encuentran regulados de una forma estricta, pero no el análisis de los flujos turísticos en destino, donde tanto la observación como el análisis se tornan más complicados. Es por esto que los términos específicos generados para estos lugares requieren de matización a la hora de utilizarlos en el análisis en destino.

Concretamente para la ciudad de Málaga conocemos dos estudios que analizan los flujos turísticos, el ya mencionado "Flujos turísticos en destinos de ciudad: el caso de Málaga" (García Aranda, 2013) aunque su enfoque es totalmente distinto al realizado en este trabajo, tratando de justificar el comportamiento en destino de los visitantes en función de su nacionalidad; y el estudio piloto sobre flujos turísticos en Málaga (2012), utilizado en clases de Grado en Turismo como material docente, y que enfoca la investigación principalmente a los gustos, hábitos y preferencias de los visitantes.

Con nuestro trabajo aportamos el primer estudio realizado en el destino Málaga sobre la gestión y la mejora del espacio turístico a partir de la identificación y estudio de una serie de factores y conflictos. Además, se trata del primer estudio que relaciona y analiza el comportamiento de los flujos turísticos con los diferentes factores que influyen en ellos. Así como aportamos el desarrollo de nueva metodología para analizar determinados factores influyentes en el movimiento de los flujos turísticos.

Muchos de los escasos estudios que tratan el análisis de los flujos turísticos en destino sólo aportan conceptos genéricos sobre el tipo de patrones de movimientos que se observan a nivel general, los factores que inciden en cada uno de esos patrones, etc., pero carecen de la realidad que otorga la investigación directa en un destino concreto, con una tipología de visitantes específica, con una distribución de sus recursos única, etc. La importancia de este tipo de estudios para un destino no sólo beneficia al sector, incluso podría ser estudiado de forma conjunta con los patrones de movimiento de la sociedad local, con el fin de beneficiar al destino en general, desde las relaciones entre residentes y turistas, hasta la optimización de las inversiones, la dinamización turística del destino, la puesta en valor de recursos, el desarrollo económico de áreas potenciales, etc.

La obtención de datos fidedignos para la realización de este tipo de estudios es complicada, puesto que los medios actuales para ello requieren de una amplia inversión de tiempo y fondos con el fin de no sesgar la muestra; una población muestral importante y heterogénea; personal disponible para la realización de encuestas y el posterior análisis de estas; o en su defecto y que requiere de una mayor inversión, la aplicación de tecnología que permita el seguimiento vía GPS del visitante. El método empleado y la participación del visitante también son dos aspectos relevantes a tener en cuenta a la hora de realizar este tipo de estudios, puesto que en ocasiones el método utilizado puede sesgar la muestra, y/o arrojar datos inciertos o desvirtuados en función de diferentes problemáticas (incorrecta definición del área de estudio, obras en calles concretas durante la recopilación de datos, etc.). En cuanto a la participación del visitante, tanto si nos apoyamos en medios tecnológicos como si solicitamos su colaboración para realizar una encuesta con el fin de identificar sus patrones de movimiento y consumo, estamos requiriendo su tiempo y vulnerando su intimidad, por lo que no todos estarán dispuestos a participar.

El mecanismo tecnológico utilizado para la realización de este tipo de estudios se aplica principalmente en Parques Naturales acotados y consiste en facilitar al visitante una pulsera con un dispositivo electrónico que será reconocido a su paso por los diferentes sensores estratégicamente localizados por los límites del Parque. Cuando el visitante camine cerca de estos sensores, estos enviarán la información a una central. Una vez allí los datos informatizados pueden ser interpretados directamente sin pasos intermedios. El ahorro de tiempo y personal es sustancial, no obstante requiere de una fuerte

inversión en estos dispositivos, y aún más importante, necesita de la participación directa y voluntaria de los visitantes.

## CAPÍTULO 5 CONCEPTOS

El uso de términos específicos a lo largo de este estudio nos lleva a desarrollar un apartado que contenga la descripción de diferentes conceptos técnicos específicos que contribuyan a facilitar la comprensión de estos, así como su aplicación en futuras relaciones y conclusiones. Es importante la inclusión de este apartado puesto que los conceptos que se detallan son de uso común a lo largo del proyecto, y además constituyen los aspectos más relevantes de nuestro estudio. Aunque apoyados por fuentes bibliográficas, la mayoría de conceptos descritos contienen matices propios que a nuestro entender completan la definición y la acerca más al contexto de espacio abierto, urbanismo y flujos que aquí estamos tratando, ya que muchos de estos conceptos nacen de los estudios realizados en espacios acotados, generalmente cerrados y, exceptuando el caso de los entornos naturales, con un volumen de tránsito muy inferior al que afecta al entorno urbano general de un destino.

- **Capacidad de carga:** la relación de la capacidad de carga con este estudio reside en su aplicación al entorno urbano y los elementos que lo componen, generándose en los puntos de mayor actividad turística de la ciudad los problemas asociados a la vulnerabilidad de los límites ligados a este concepto. Aunque a lo largo del estudio no se tratará este concepto como objeto de estudio directo, su conocimiento es fundamental para completar algunos conceptos que se desarrollan a lo largo de este apartado, y que sí son materia de análisis. La capacidad de carga ha sido una herramienta muy útil para medir los impactos del turismo desde hace mucho tiempo. La capacidad de carga consiste en el nivel de uso más allá del cual los impactos exceden los niveles especificados por unas normas concretas de evaluación (Damián & Navarro Jurado, 2007). Son muchos los expertos que han escrito sobre este concepto, cada cual aportando un matiz diferencial en cuanto a tiempo, espacio, etc. No obstante, a lo largo de este proyecto entenderemos capacidad de carga tal como lo define la OMT. Según esta, y así lo recoge el profesor Pablo Echamendi Lorente en su informe "La capacidad de carga turística" (Echamendi Lorente, 2001): "El concepto de capacidad de carga trata de establecer en términos mensurables el número de visitantes y el grado de desarrollo que es susceptible de alcanzarse sin que se produzcan situaciones perjudiciales para los recursos (...) Es la capacidad que se puede alcanzar sin daño físico para el medio natural y artificial, sin daño social/económico para la comunidad y para la cultura local o sin perjudicar el justo equilibrio entre desarrollo y conservación (...) En términos estadísticos, es el número de visitantes que pueden darse en un lugar a cualquier hora punta o durante un año sin que resulte en una pérdida de atracción o en daños para el medio (...) Se puede decir en términos generales que existe una saturación o que se ha

sobrepasado la capacidad de carga cuando los movimientos de las personas, nacionales o internacionales, excede temporalmente el nivel aceptable por el medio ambiente físico y humano de la zona de acogida o destino". Creemos conveniente añadir a este concepto la siguiente matización para hablar de capacidad de carga en un entorno urbano: "Cuando el número de visitantes excede el límite, encontraremos conflictos de movilidad entre los peatones, así como aglomeraciones frente a lugares cuya puerta de entrada o salida se sitúa junto espacios transitables". De esta manera, en el medio urbano podemos hablar de capacidad de carga del área, en el sentido de número máximo de personas sin que se ponga en riesgo la conservación del espacio, y capacidad de carga en cuanto al movimiento, número máximo de personas sin perjudicar el tránsito de manera fluida.

Aunque este concepto es extrapolable al medio natural (Parques Naturales, playas, etc.) y a infraestructuras inmuebles (museos, catedrales, etc.), en nuestro caso nos centraremos en el uso de este término en el medio urbano (calles, plazas, etc.).

- **Zonas calientes:** este término, así como su contrario y definido a continuación, es comúnmente utilizado en la disciplina del merchandising, concretamente en el estudio de flujos en las superficies comerciales. Basándonos en el concepto aportado por Miguel Ángel Bort (Bort Muñoz, 2004) en este área de la publicidad, extrapolándolo a nuestro campo de estudio podríamos definirlo de la siguiente manera. Se trata de aquellos lugares acotados entre dos o más puntos que por diversas razones concentran un elevado número de visitantes y/o residentes de manera habitual y constante en el tiempo, igual o superior a su capacidad de carga. Esto no quiere decir que no existan zonas calientes durante eventos o situaciones concretas y puntuales<sup>1</sup>. Es en estos puntos donde encontramos conflictos residente-visitante, excesiva concentración de restauración y comercios o mayor desgaste del mobiliario urbano. Por estos motivos nos encontramos ante zonas de intervención en las que el objetivo es desagregar en lo posible la elevada concentración, sin que ello afecte al funcionamiento económico, turístico y social de la zona.

- **Zonas frías:** son aquellos lugares acotados entre dos o más puntos que por motivos de escaso desarrollo económico, ausencia de comercios y restauración, ausencia de recursos turísticos o escasa puesta en valor de estos, deterioro del mobiliario urbano, situación social del lugar, falta de señalización y/o escaso interés de la zona, acogen un número de visitantes y/o residentes de manera habitual y constante en el tiempo inferior a su capacidad de carga. En este caso nos encontramos ante zonas de intervención en las que debemos revitalizar y mejorar el entorno en términos sociales, urbanísticos, económicos y turísticos, con el objetivo de crear nuevas zonas de tránsito, descanso y distribución de residentes y visitantes. Todo ello mejorará el funcionamiento del destino en general con la creación de nuevos espacios

---

<sup>1</sup> No obstante, por el objeto de este proyecto, nos centraremos en el estudio de este concepto en su definición de constancia en el tiempo.

comerciales y turísticos, con un importante beneficio social y que además permitirá la descongestión de las zonas calientes.

- **Nodos de distribución o zonas de descanso:** son aquellos lugares que por su localización, dimensión, características de su entorno y conexiones, permiten la recepción de un elevado número de residentes y visitantes simultáneamente en un momento concreto del tiempo, y facilitan su distribución hacia diversas zonas de la ciudad desde ese mismo punto. Además son utilizadas normalmente como zonas de descanso.
- **Flujos turísticos globales:** resultado cuantificado del movimiento de personas que se desplazan de manera temporal fuera de su lugar de residencia hacia otros lugares que ofrecen bienes y servicios turísticos. Para su desplazamiento utilizan medios como el coche, el barco o el avión.
- **Flujos turísticos en destino:** resultado cuantificado del movimiento de visitantes que se desplazan durante su estancia en el destino por las diferentes áreas que lo componen. El desplazamiento suele ser a pie, utilizando el coche o el autobús en los desplazamientos más distantes.
- **Flujos máximos:** número de personas que transitan por una zona concreta en un destino, de manera habitual y constante en el tiempo, que supera la media establecida en relación al resto de zonas estudiadas, y que por norma general excede la capacidad de carga de la zona concreta.
- **Flujos medios:** número de personas que transitan por una zona concreta en un destino, de manera habitual y constante en el tiempo, que se encuentra en la media establecida en relación al resto de zonas estudiadas, y que por norma general se encuentra en los límites de la capacidad de carga de la zona concreta.
- **Flujos bajos:** número de personas que transitan por una zona concreta en un destino, de manera habitual y constante en el tiempo, que no llegan a superar la media establecida en relación al resto de zonas estudiadas, y que por norma general está por debajo de la capacidad de carga de la zona concreta.
- **Señalización:** citando a D. Rafael Quintana (Quintana Orozco, 2010): *"La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación por un espacio de un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos, y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones"*.
- **Señalética:** citando de nuevo a D. Rafael Quintana (Quintana Orozco, 2010): *"La señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio, y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico. Se aplica, por tanto,*

*al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos. Además aporta una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones. La señalética exige un lenguaje universal entre los usuarios que permita que la información llegue sin errores e inmediatamente al receptor. Se emplea en lugares de gran flujo humano. Su estrategia de comunicación es la distribución lógica de mensajes fijos o estáticos, dispuestos a la atención voluntaria y selectiva del usuario en aquellos puntos clave del espacio que plantean dilemas de comportamiento".*

- **Señal:** según la R.A.E., escogiendo las acepciones de interés para nuestro estudio, entendemos por señal: "Marca, símbolo o elemento utilizado para representar algo o para distinguir el soporte sobre el que se encuentra"; "Gesto o acción para transmitir información, una orden, etc.". No obstante, completaremos esta definición haciendo referencia nuevamente a D. Rafael Quintana (Quintana Orozco, 2010), el cual define señal como: "Elemento que nos guía cuando visitamos un lugar, ya sea a pie, en bicicleta, en coche o en transporte público.". A lo largo de este trabajo entenderemos señal como un elemento individual.

- **Clasificación de los hitos turísticos:** a continuación y bajo nuestro criterio, enumeraremos y definiremos los factores influyentes en la visita a un lugar concreto del destino, monumento, museo, iglesia, etc. Una vez definidos, basándonos en ellos estableceremos una clasificación de los hitos y recursos turísticos en el destino. Los factores son los siguientes:

### **Predeplazamiento**

- Relación y asociación del elemento en cuestión con la imagen de la ciudad. Ejemplo: Barcelona/Sagrada Familia.

- Número de apariciones en medios de promoción privados. Cuanto mayor son las probabilidades de que el futuro visitante localice el atractivo en cuestión en diferentes medios de comunicación antes de realizar el desplazamiento, mayor serán las posibilidades de que sea escogido en la elaboración de su itinerario una vez en el destino.

- Aparición o no en los medios promocionales oficiales del destino. Cuando un recurso turístico aparece en los medios oficiales genera un interés directo en el visitante.

- Capacidad para suponer el motivo principal de la visita. A mayor relevancia patrimonial, histórica, turística, de estudio, etc. de la que disponga un recurso, mayor serán las posibilidades de que suponga el motivo, o uno de los motivos principales del desplazamiento. Ejemplo: Egipto/Pirámides.

### **En el destino**

- Capacidad del atractivo para que una vez en destino el visitante no deje de visitarlo ante cualquier circunstancia de precio, distancia, meteorología, etc. Ejemplo: París/Torre Eiffel.

- Conceptualización por parte del visitante de un atractivo como sustitutivo de otro ante circunstancias de subida de precio de la entrada de su opuesto, mayor distancia hacia uno que hacia el otro, etc.

A estos factores, a la hora de realizar la clasificación, debemos sumar el componente "número de visitantes recibidos al cabo de un año". Aquellos atractivos que disfruten de un mayor número de visitantes querrá decir que se tratan de los atractivos de mayor interés para estos. De esta forma los recursos podrán ser también clasificados a través de la comparación del volumen de sus visitantes.

La clasificación a la que da lugar el estudio de todos estos factores de forma conjunta es la siguiente:

- **Hitos de primer nivel:** lugares, monumentos, museos, patrimonio, etc. que el visitante identifica de manera directa con la ciudad y que son el motivo principal de su visita, o una vez en el destino no dejará de visitar. Por diferentes motivos son los atractivos más visitados de la ciudad.
- **Hitos de segundo nivel:** lugares, monumentos, museos, patrimonio, etc. que el visitante conoce una vez en la ciudad y que escoge visitar o no en función de sus preferencias, gustos, o comparación con el resto de oferta similar. Por norma general son elementos poco visitados pero con un gran potencial de desarrollo.
- **Hitos de tercer nivel:** monumentos, museos, patrimonio, etc. que tanto visitantes como locales desconocen en su mayoría. Normalmente son objeto de estudio por parte de profesionales. Por norma, su gestión es privada y por lo tanto el uso turístico es complejo. Son elementos con ausencia de visitas turísticas. Por su tipología de gestión, interés y necesidad de inversión para convertirlo en producto turístico, son elementos con escaso potencial de desarrollo.

## **CAPÍTULO 6 FACTORES INFLUYENTES EN EL MOVIMIENTO EN DESTINO DE LOS VISITANTES**

La forma en que se desplazan y distribuyen los visitantes en destino está motivada, de forma consciente o inconsciente, por una amplia lista de factores. A lo largo de este apartado enumeraremos y desarrollaremos cada uno de estos factores, así como los clasificaremos según el ámbito al que pertenezcan, obteniendo por un lado los factores del destino, y por otro, los factores del visitante. Como veremos, estos factores no tienen una naturaleza única sino que proceden de diferentes campos, algunos tan dispares como el urbanismo o la psicología. El conocimiento y estudio de estos factores es determinante a la hora de completar el análisis y aportar las medidas adecuadas para la gestión eficiente de los flujos turísticos en destino. El análisis conjunto de estos factores junto al estudio de los hábitos en los desplazamientos de los visitantes,

será lo que nos lleve a identificar los puntos, áreas y elementos de la ciudad en los que se hace necesario intervenir. En función de la naturaleza de cada factor, las intervenciones conllevarán una mayor o menor inversión; se podrán solventar de una forma más o menos ágil en capital humano y tiempo; será necesario realizar un estudio individualizado del factor en concreto o no; o deberemos diseñar una metodología que permita el estudio y seguimiento de ese factor, como sería el caso de la mayoría de factores que inciden en el turista. En definitiva, el estudio y análisis de estos factores facilitará, permitirá organizar, y logrará hacer más efectivas las principales intervenciones necesarias capaces de mejorar la gestión de los flujos turísticos en el destino. A lo largo de este trabajo nos centraremos en el estudio de cinco de los factores fundamentales que veremos a continuación, como son la localización y distribución de las unidades de alojamiento; los hitos turísticos (para ello desarrollaremos una metodología que también tendrá en cuenta los factores de publicidad y promoción); los establecimientos de restauración y ocio; los parking y paradas de autobús; y los establecimientos comerciales. Así como posteriormente, implícitamente a la intervención en la Plaza de la Marina y a uno de los productos desarrollados, estaremos actuando sobre los factores paisaje urbano; funcionalidad de los espacios; y mobiliario urbano. Y por último, también se estudiará el factor señalización turística antes de proponer la intervención.

A continuación procederemos a la enumeración y desarrollo de cada uno de los factores que bajo nuestro punto de vista, tras la consulta de diversas fuentes bibliográficas, influyen directamente en el movimiento en destino de los visitantes. Como hemos mencionado al inicio de este apartado, los factores pueden clasificarse en los que afectan al destino (Lew & McKercher, 2006) (McKercher & Lau, 2008) y los que influyen en el visitante (Almeida, 2012). De esta manera tenemos:

## 6.1. FACTORES EN DESTINO

- **Señalización turística:** entendemos que a la hora de recorrer un espacio el turista se ve condicionado por diferentes aspectos. Las señales turísticas, entre otros elementos, funcionan como nexo entre el atractivo que se quiere visitar y el visitante, de forma que se le guía a través del espacio para llegar de un punto A a otro B. La acción de guiar al visitante desde el punto A al B no tiene por qué ser la más corta en distancia o la más rápida en tiempo. Por lo tanto, se hace necesaria una interpretación del espacio, sus recursos, atractivos, flujos, etc. a la hora de ubicar las diferentes señales y ofrecer un itinerario a través de estas al visitante con el objetivo de descongestionar áreas masificadas, incentivar la visita a otros recursos durante el desplazamiento, reactivar económicamente zonas con escasa oferta, etc.

Una ubicación deficiente, una mala elección en su localización, una incorrecta elección de la información contenida, una visibilidad reducida o una apariencia incoherente con el destino, harán de las señales turísticas un elemento

superfluo, puesto que el visitante escogerá desplazarse por el destino apoyándose en otras técnicas menos confusas como el callejero turístico, GPS, etc.

- **Paisaje urbano:** el entorno que nos rodea influye inconscientemente en nuestra forma de desplazamiento. Generalmente tendemos a evitar las zonas que percibimos, por diversos factores (tipología de edificios, estado de estos, segmentación social, etc.), como más deprimidas social y económicamente, sucias, descuidadas, en obras, etc. De la misma forma que tendemos a transitar las calles con un mayor flujo de personas, que aparentemente están más desarrolladas (oferta comercial, de restauración, etc.), que presentan un aspecto más cuidado, etc. Por todo ello deberemos tener en cuenta el entorno que nos rodea a la hora de diversificar los flujos turísticos, puesto que las decisiones no sólo conseguirán canalizar grandes grupos por áreas en desuso sino gracias a ello poner en valor áreas y recursos infrautilizados, haciéndolas crecer social y económicamente entre otros beneficios.
- **Morfología del terreno:** el movimiento de los visitantes vendrá condicionado en función de las características físicas de la zona: pendientes, desniveles, trazado del callejero, etc. Claro está que este es un factor ligado a la edad, motivación, minusvalías, etc. que citaremos en el apartado de factores del turista.
- **Modelo urbanístico implantado:** la forma en que está creada y distribuida la trama urbana condiciona involuntariamente el movimiento de los visitantes y el de cualquier persona en general. Este es un elemento al que nos debemos adaptar, puesto que además de ser un elemento que no podemos gestionar, en muchas ocasiones supone un atractivo más de la ciudad.
- **Funcionalidad de los espacios:** el tipo de usos que encontramos en las diferentes áreas de la ciudad condicionan el desplazamiento y movimiento de los visitantes en el sentido de que estos buscarán, por norma general, los espacios adaptados al turismo, es decir, zonas con una alta oferta de alojamiento, recreativa, de restauración, etc. en detrimento de las zonas no adaptadas para ello o las zonas más alejadas de lo que es estrictamente el centro histórico. No obstante, estas mismas zonas pueden ser transitadas por un gran número de residentes, que por diferentes motivos sí que les otorgan valor.
- **Mobiliario urbano:** la tipología y diseño del mobiliario urbano (farolas, bancos, papeleras, maceteros, pérgolas, etc.), así como el material con el que están fabricados, son elementos que el visitante percibe y relaciona con calidad y con espacios transitables para ellos. En todo centro histórico podemos percibir que el mobiliario urbano allí ubicado difiere del ubicado en el resto de la ciudad, o incluso en el mismo centro del localizado en las zonas no adaptadas u orientadas al turismo.
- **Pavimento:** la tipología de pavimento utilizado en las calles de la ciudad condiciona el tránsito de los visitantes, de forma que estos suelen percibir los

materiales de mayor calidad como una tipología de señal no oficial que acota las diferentes áreas adaptadas al turismo o de uso principalmente turístico.

- **Localización y distribución de los atractivos turísticos de primer, segundo y tercer nivel<sup>2</sup>:** los lugares característicos del destino suponen una visita obligada y se encuentran en el itinerario de cualquier visitante, sea cual sea la distancia a la que se encuentre y el precio para acceder a ellos. Los visitantes se sienten obligados a visitarlos.

Sin embargo, conforme bajamos en la escala de interés, nivel de sustitución, distancia y precios, los atractivos son menos apetecibles para el visitante. Es decir, ante atractivos de similar relevancia, la distancia a la que se encuentren de la ruta establecida por el turista y el precio de acceso a ellos, son variables determinantes para escoger uno u otro. Sin duda prescindirían de su visita.

Según la teoría de la distancia junto a la del número de posibilidades de sustitución, el turista optimiza su tiempo, por lo que no visitará un atractivo localizado a gran distancia si dispone de uno que le reporte una experiencia similar más cerca, al menos que el desembolso realizado para ello justifique el desplazamiento. Estas teorías son aplicables a los atractivos que ocupan la escala más baja de la jerarquía.

- **Localización y distribución de las zonas de descanso:** las zonas de descanso o nodos de distribución son un elemento muy importante a la hora de redireccionar los flujos. Además de como zonas de descanso entre distintos puntos de la ciudad, hacen la función (a través de las señales turísticas allí ubicadas) de puntos distribuidores de turistas. Es decir, es en las zonas de descanso donde podemos incentivar al turista a cambiar su itinerario establecido o captar su atención hacia otros atractivos.

La localización y distribución de estos puntos debe ser estudiada a la hora de proponer nuevas rutas, itinerarios, o productos. Establecer una ruta que carezca de la inclusión de una zona de descanso en su itinerario repercutirá negativamente en la experiencia del turista. De igual forma, la distribución de estas de manera homogénea por el destino conseguirá un movimiento de los flujos por todo el área, descongestionando los tramos de mayor tránsito gracias a la diversificación y redireccionamiento que estos puntos posibilitan.

- **Localización y distribución de las oficinas de turismo:** las oficinas de turismo son un elemento de gran importancia para el visitante a la hora de ubicarse en el destino y realizar su visita. Su localización puede posibilitar el direccionamiento involuntario de éstos hacia lugares de menor congestión. Con el fin de evitar grandes aglomeraciones en torno a las oficinas de turismo, deberán ubicarse por norma general en las zonas de descanso o en torno a ellas.

---

<sup>2</sup> Los criterios utilizados para la distinción de esta clasificación se encuentran en el apartado Conceptos, página 10.

La existencia de una oficina de turismo, entre otras cosas, provoca seguridad en el turista, con lo que la distribución de estas por el destino será un factor que tendrán en cuenta en sus desplazamientos.

- **Localización y distribución de la oferta de alojamiento:** al igual que ocurre con las oficinas de turismo, generalmente los lugares donde se ubica la oferta hotelera (y aún más si esta es de calidad) generan seguridad en el turista, además de desarrollo económico en las zonas colindantes. Todo ello condicionará el movimiento de los visitantes por dichas zonas.

En cuanto a la distribución de la oferta de alojamiento (aplicada al área de estudio: casco antiguo), influye en el movimiento de los turistas en el sentido de la creación involuntaria de puertas de entrada al centro histórico, puesto que generalmente los alojamientos se concentran en pocos puntos concretos en torno al centro o dentro de este. Además, la concentración de este tipo de oferta en torno a un mismo punto, podría generar grandes masas de personas en ese área, con las consecuentes problemáticas en las calles colindantes.

- **Localización y distribución de la oferta de restauración y ocio:** en este caso, la localización y distribución de la oferta de restauración y ocio podría estar condicionada por el tránsito previo de grandes volúmenes de personas. Una vez consolidada, repercute en el visitante en el sentido de hacer las funciones de cauce durante el desplazamiento hacia los atractivos turísticos de la ciudad. También generan seguridad en el turista y facilitan la reactivación económica del entorno colindante, lo que a su vez genera mayor interés.

La limitación de licencias en ciertas zonas o la facilidad para la apertura de este tipo de oferta en otras, serían grandes medidas para descongestionar puntos concretos de la ciudad, así como fomentar el tránsito y desarrollo en otros.

- **Localización y distribución de los comercios:** además de generar la atracción de visitantes por tratarse de un tipo de turismo concreto, el turismo de compras, la localización y distribución de los comercios por el centro condiciona el movimiento de los turistas hacia las calles donde estos se ubican. No debemos olvidar que independientemente de la motivación de un turista, una parte importante del gasto se realiza en el concepto "compras". Los visitantes tenderán a visitar los comercios, por lo que la forma en que escogemos distribuirlos por la ciudad repercutirá en sus movimientos.

- **Localización y distribución de los aparcamientos y paradas de autobús:** la localización y distribución de las zonas de aparcamientos de coches, motos y bicicletas, así como la localización y distribución de las paradas de autobús, influyen en los flujos turísticos generando puertas de entrada a la ciudad, principalmente de excursionistas. Además pueden generar posibles congestiones en horarios concretos. De la misma forma, queda condicionado el tránsito por las calles anexas a esos aparcamientos, generando posibles aglomeraciones en horarios concretos. Por lo tanto, debemos planificar con cuidado dónde ubicamos dichas zonas de aparcamiento.

Lo mismo ocurre con las paradas de autobús, cuando varias líneas coinciden en el mismo horario y calle en la descarga de pasajeros, provocan grandes congestiones y problemas de tránsito. Si a esto le sumamos los tramos en los que los pasajeros al bajar del autobús necesitan cruzar varios pasos de peatones hasta llegar a su destino, el problema es aún mayor, pasando la gestión de esta problemática a intervenir en el tamaño de los pasos de peatones, el tiempo de tránsito, la colocación de piletas retráctiles, etc.

- **Zonas identificadas como entradas al casco histórico:** en todos los centros históricos existen diferentes puertas de entrada. En ocasiones vienen condicionadas por el gran interés de una calle, en otras por la ubicación del recurso de mayor interés, o en otras por ejemplo, como hemos mencionado antes, por la localización de la oferta hotelera. Debemos conocer dónde se ubican estas puertas de entrada con el objetivo de mejorar la gestión, crear rutas, ubicar oficinas de turismo, descongestionar las más masificadas, etc.

- **Callejeros, folletos y demás información turística oficial y no oficial:** como veremos entre los factores influyentes en el visitante, el conocimiento previo del destino condicionará su visita y movimiento en él. Es por esto que debemos utilizar los mecanismos de promoción de manera eficiente, fomentando la visita a todos los elementos de interés de la ciudad, no sólo a los más representativos, que además suelen visitarse a través de la misma ruta. Si ofrecemos pocas opciones de movimiento el conflicto de los flujos está creado. La difusión de información y la conformación de una adecuada imagen turística es uno de los primeros elementos que sirven para gestionar los flujos de visitantes que se quieren o pueden recibir (García Hernández, 2000).

## 6.2. FACTORES DEL VISITANTE

- **Tipología psicológica del visitante (Modelo de consumo espacial):** este factor responde a las diferencias en cuanto al consumo espacial que realizan los turistas y excursionistas en función de su tipología psicológica. Utilizando la clasificación propuesta por Stanley C. Plog (1987), psicológicamente el visitante puede clasificarse en:

- Alocéntrico: personas generalmente aventureras que prefieren visitar zonas poco turísticas con el objetivo de conocer nuevas culturas y lugares. Huyen de los destinos masificados. Es un perfil que se corresponde a personas que quieren ser los descubridores de nuevas experiencias. Buscan nuevas aventuras con alto nivel de actividad. Utilizan frecuentemente los viajes aéreos para desplazarse. Prefieren hoteles confortables y con buena comida típica. Quieren libertad y flexibilidad en sus viajes (Serralvo, 2004).

Para este tipo de turistas no supone ningún inconveniente visitar cualquier área de la ciudad, puesto que tiende a huir de lo comúnmente turístico. Lo hará generalmente a pie o recurrirá a medios de transporte locales.

- **Psicocéntrico**: personas cuyas preferencias se orientan a destinos soleados, relajantes y con posibilidad de realizar actividades recreativas en familia. Suelen desplazarse en coche, y se corresponden típicamente con el turismo interno. Prefieren alojamientos de características simples y visitar destinos comúnmente familiares (Serralvo, 2004).

Este tipo de psicología provoca que el turista tienda a buscar la seguridad en personas o grupos que reúnan sus mismas características. Suele visitar los itinerarios típicos establecidos. No es común la visita a lugares alejados del punto de referencia, en este caso el hotel o lugar de alojamiento.

- **Mesocéntrico**: personas que combinan factores de ambas definiciones anteriores. Prefieren destinos turísticos de moda, con una infraestructura turística desarrollada. La mayor motivación es la diversión. Viajan en grupos grandes. Se corresponde al mayor grupo de la población y suele ser el responsable de la masificación de los destinos (Rocha, 2010).

Este tipo de visitantes suelen moverse siguiendo la decisión del grupo. Por norma general es un movimiento por los lugares más característicos de la ciudad. Cuando el grupo se desglosa y la decisión es individual no tienen excesivos reparos en adentrarse en lugares menos comunes.

Cada mapa cognitivo posee unas características únicas en cuanto al comportamiento antes de viajar y a su movimiento una vez en el destino. Claro está que al factor psicológico habrá que sumar los diferentes factores que desarrollaremos a continuación, como serían la duración de la visita, la cultura de procedencia, etc.

- **Duración de la visita**: el tiempo medio del que dispone el visitante es una de las variables más influyentes en el movimiento en destino, y que deberemos medir a la hora de establecer los itinerarios y rutas oficiales. Y es que a menor disposición de tiempo o a mayor número atractivos de relevancia que visitar, menor será el tiempo dedicado a cada uno de los elementos por separado. Esto provocará que sólo se visiten las rutas establecidas o características de la ciudad, obviando el resto de detalles o atractivos que esta posee, con la consecuente desvirtuación de la imagen del destino. En consecuencia, estaremos ante una visita falta de valor.

Sin embargo, existe otro tipo de visitantes que precisamente valoran lo contrario, lo ajeno a lo habitual, no les importa el tiempo que necesiten para llegar o visitar un determinado atractivo porque eso es lo que realmente buscan en el destino.

- **Conocimiento previo del destino**: la información previa al alcance del visitante condiciona su impresión, concepción y expectativas sobre lo que ofrece el destino, así como le otorga un conocimiento exhaustivo sobre los atractivos de la ciudad, lo que facilita la creación de un itinerario propio antes incluso de realizarse el desplazamiento. Por lo tanto, los canales existentes y el tipo de información disponible en ellos son variables a tener en cuenta y que debemos controlar si queremos influir en el comportamiento en destino del

visitante. La capacidad para elegir qué destino y qué elementos del destino visitar es individual, sin embargo, los consejos ofrecidos por los intermediarios, blogs, páginas de destinos, etc. condicionan la elección y el movimiento del visitante.

- **Cultura de procedencia:** el trasfondo sociocultural también es influyente en el comportamiento en destino. Los visitantes con una cultura próxima a la encontrada en el destino suelen elegir áreas y elementos que visitar diferentes a los visitantes de culturas más lejanas. No obstante, ciertos estudios revelan que en los destinos bien definidos existen muy pocas diferencias en el comportamiento de los turistas, sea cual sea su procedencia. Es por eso que se piensa que el comportamiento del turista depende más de la correcta definición del destino y de la conformidad con respecto al grupo, que del propio individualismo de la persona.
- **Influencia del grupo:** la dinámica de grupo afecta al movimiento de este consiguiendo que las preferencias de cada uno, en cuanto a lugares a visitar, converjan en un pequeño conjunto de ellas elegidas entre todos. Las preferencias de un individuo quedan sometidas a la presión ejercida por el grupo.
- **Nivel cultural:** el nivel cultural de cada persona condicionará su visita en un destino en el sentido de que un mayor nivel cultural se traduce en un mayor conocimiento e interés a la hora de escoger atractivos a visitar y establecer la duración de la visita. Los visitantes con un nivel cultural elevado, generalmente elaborarán un itinerario contextualizado en torno a un elemento concreto (museos, patrimonio religioso, época concreta, etc.). Además, tenderán a realizar este itinerario de forma más pausada, pues su interés no es meramente contemplativo. Un visitante con un nivel cultural alto no tendrá en cuenta las distancias a recorrer ni el entorno, siempre que el atractivo que desea visitar posea un interés personal elevado.
- **Motivaciones:** la motivación que mueve a cada individuo a desplazarse a un destino, posteriormente condicionará su movimiento en este. Las diferentes motivaciones que pueda poseer un destino para su visita atraerá a diversas tipologías de turistas con preferencias, gustos, etc. totalmente distintos. Por lo tanto, los atractivos que para unos son de visita obligada, para otros pasarán desapercibidos. En consecuencia, la motivación de cada tipología conllevará la creación o existencia de itinerarios distintos en el destino. Este factor es un elemento clave a tener en cuenta a la hora de diversificar los flujos.
- **Condición física, edad y minusvalías:** el propio nivel de condición física del individuo y la presencia o ausencia de discapacidades físicas o relacionadas con la edad van a moderar la intensidad de su comportamiento en el destino. La relación entre la edad y el nivel de actividad se ha reconocido desde hace tiempo en el sector turístico, los turistas más jóvenes buscan actividades más enérgicas, por lo que también estarán dispuestos a recorrer mayores distancias a la hora de visitar atractivos. Mientras que los mayores prefieren actividades más sedentarias, y eso se verá reflejado en un tipo de

recorridos más cortos y generalmente contextualizados en torno a un elemento específico.

De la misma forma, algunos turistas con discapacidad prefieren participar en un número menor de actividades, puesto que requieren más tiempo para viajar a lugares de interés, y necesitan más tiempo para organizarse por la mañana.

## **CAPÍTULO 7    IMPACTOS DE LA SATURACIÓN**

Los impactos que a continuación se enumeran conforman la problemática elemental de una ineficiente gestión de flujos turísticos. La investigación empírica llevada a cabo junto al análisis realizado a lo largo de este estudio, tienen su razón de ser en la identificación de dichos problemas para posteriormente decidir qué acciones de gestión desarrollar con el fin de paliarlos y (I) contribuir con ello a la conservación del patrimonio; (II) reducir los impactos sobre los elementos urbanos que forman parte del destino; (III) a la mejora de la imagen de destino; (IV) al desarrollo económico de zonas en desuso; (V) y un largo etcétera de beneficios para la sociedad, la economía, las inversiones, y el destino en general. Tras la consulta de diferentes fuentes bibliográficas (García Hernández, 1999)(García Hernández & De la Calle Vaquero, 2012), se ha definido el concepto de saturación urbana como: "coincidencia en un mismo espacio y tiempo de un número de personas superior a la capacidad de carga<sup>3</sup> de ese espacio, provocando una serie de conflictos de diversa índole". Cuando hablamos de destino y turismo, nos encontramos en algunos casos ante la problemática de la saturación turística, cuyas repercusiones es nuestro deber minimizar, y este es el objeto de nuestro estudio, el cual inicia un análisis para identificar los principales conflictos generados por los flujos y proseguir con un módulo de gestión en el que se proponen medidas concretas que contribuirán a solventar algunos problemas puntuales identificados en el análisis.

A continuación se enumeran los principales efectos y repercusiones provocados en el destino por la saturación turística, según los principales autores españoles en la materia (Marchena Gómez & Repiso Rubio, 1999) (García Hernández & De la Calle Vaquero, 2012) y el propio trabajo de campo.

- Deterioro físico de los elementos que componen el espacio
- Deterioro físico de los hitos turísticos de primer nivel
- Congestión de accesos
- Insatisfacción del visitante por una experiencia recreativa negativa
- Sobreexplotación turística en zonas concretas
- Infraexplotación turística en zonas concretas

---

<sup>3</sup> Definición disponible en el apartado Conceptos, página 7.

- Infrautilización de recursos turísticos
- Conflicto visitante-residente
- Museificación y turistificación de espacios
- Banalización y deterioro en la calidad de la oferta
- Problemas de movilidad
- Incapacidad para gestionar conflictos

## CAPÍTULO 8 TIPOS DE MEDIDAS DE GESTIÓN

A la hora de intervenir en los flujos turísticos con el fin de evitar masificaciones, paliar el desgaste de los elementos urbanos, mejorar las relaciones con la sociedad local, etc. disponemos de dos tipos de medidas a llevar a cabo. Estas se clasifican en medidas blandas y medidas duras (Almeida, 2012). A continuación pasaremos a definir ambos conceptos:

- **Medidas blandas:** se asocian a acciones con un fin disuasorio o estimulante. Pueden ser de carácter temporal (celebración de nuevas actividades como ferias, festivales, y demás eventos fuera de la temporada alta) o espacial (creación de nuevas rutas, puesta en valor de atractivos fuera de las rutas convencionales, etc.).

A través de la aplicación de este tipo de medidas podemos gestionar las grandes masas turísticas redireccionando los flujos por todo el centro histórico a través, por ejemplo, de la puesta en valor de los atractivos menos característicos. En este caso deberemos analizar todos los elementos de valor del destino junto a las características del espacio para posteriormente definir nuevos itinerarios. Además, debemos definir una estrategia de promoción y comunicación turística previa bajo la cual hagamos llegar la imagen de destino que deseamos, diversificando la oferta por todo el territorio, con el objetivo de adaptar los diferentes productos a un mayor rango de motivaciones de la demanda, mejorando con ello la distribución y tránsito de los turistas por el espacio.

La mejora en la gestión de flujos a través de la puesta en valor de recursos infrautilizados y con interés turístico, con la creación de nuevos productos será materia en la que profundizaremos más adelante.

- **Medidas duras<sup>4</sup>:** se asocian a acciones con un fin restrictivo o de control. De igual forma que las medidas blandas, pueden ser de carácter temporal (limitación de accesos en horas, días, etc.) o espacial (prohibir áreas de visitas en el destino, construir infraestructuras que contribuyan a regular el tránsito,

---

<sup>4</sup> Este tipo de medidas suelen asociarse a la regulación de espacios cerrados, con el fin de paliar los daños intrínsecos a la actividad turística. No obstante, algunas acciones derivadas de este tipo de medidas podemos extrapolarlas al destino.

etc.). Este tipo de medidas se pueden aplicar a la oferta, restringiendo las visitas para reducir el número de personas. O a la demanda, incrementando precio de las visitas, estableciendo un sistema de reserva previa, etc. (Vera Rebollo, Palomeque, Gómez Marchena, & Anton Clavé, 2011)

Pese a que no desarrollaremos en este estudio estrategias enfocadas a la mejora en la gestión de los atractivos inmuebles de la ciudad, es conveniente contextualizar la repercusión de estas medidas para el destino en general y para la gestión de flujos en particular. A través de estas medidas podemos regular las entradas de visitantes a los diferentes atractivos gestionando la demanda potencial. Podemos controlar el número de visitas estableciendo un sistema de reservas previas, incrementando el coste de la entrada, regulando horarios, etc. Para que estas medidas tengan éxito y no terminen dañando la imagen del destino deberemos elaborar y poner en marcha una estrategia de promoción, comunicación y comercialización eficiente, que consiga hacer llegar los cambios a todo el público potencial. Con ello conseguiremos un visitante concienciado gracias a la información previa sobre las restricciones en la entrada a determinados hitos turísticos, con lo que aceptará de antemano mucho mejor las contrariedades encontradas durante su visita y le permitirá planificar su desplazamiento en función de ellas. Este tipo de acciones repercuten en la gestión de flujos en el sentido de liberar determinados atractivos en favor de otros, así como amplía la necesidad de tiempo en la visita para visitar cada uno de los elementos de interés. Por contra, no por cualquier atractivo de una ciudad se está dispuesto a invertir tiempo para reservar plaza, pagar una cantidad elevada, o modificar un itinerario previo porque en un momento determinado no se puede visitar.

De igual forma, a través de este tipo de medidas podemos regular el uso del espacio en el destino. Esta serie de acciones sí que podemos utilizarlas de forma directa en favor de la gestión de flujos. Hablamos de acciones enfocadas a, por ejemplo, mejorar la accesibilidad en determinados puntos, esto lo podemos conseguir a través de una intervención urbanística en un punto identificado como conflictivo por diferentes factores (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), 2013). Esta será una de las acciones a desarrollar en profundidad en el módulo de gestión. También trataremos en profundidad la importancia de una señalización turística eficiente, la orientación en el destino del visitante es un elemento clave en la gestión de flujos. Además de estas acciones, podemos mejorar la gestión de flujos interviniendo en los espacios destinados a aparcamientos (coches, motocicletas y bicicletas), así como en los puntos seleccionados como paradas de autobús en torno al centro histórico, puesto que determinarán los puntos de entrada este. La regulación de licencias para alojamientos, bares, restaurantes, discotecas, etc. también son un elemento de intervención importante, pues además de afectar a los puntos de entrada al casco histórico, su localización y distribución repercutirán en la congestión de espacios. Por último, a la hora de elaborar los Planes Generales de Ordenación Urbana se debe tener en cuenta qué tipo de restricciones debemos llevar a cabo para paliar los impactos de la saturación turística.

Como se ha mencionado, a pesar de las diferentes intervenciones que se pueden llevar a cabo para mejorar la gestión de los flujos turísticos en destino, en este estudio sólo desarrollaremos en profundidad las siguientes:

- **Medida dura:** Intervención urbana con el objetivo de mejorar el tránsito y accesibilidad en un punto concreto de la ciudad. Entendiendo que las medidas duras consisten en acciones de restricción o control para paliar los impactos negativos de los flujos, concebimos la intervención urbanística como una acción que contribuye a regular (control) el tránsito, la distribución por el espacio y el uso eficiente de este, de las grandes masas turísticas que conforman los flujos en determinados lugares de un destino. Además, el impacto físico, la transformación del espacio, y la inversión necesaria la convierten en una acción compleja.
- **Medida semidura:** Intervención en la señalización turística. Al igual que en la intervención anterior, la localización y ubicación eficiente de las señales turísticas, conforma una medida semidura en el sentido que contribuye a regular y canalizar el tránsito de los flujos turísticos por el destino, así como favorece la distribución de estos por todo el territorio. No se entiende como medida dura por la dimensión o impacto físico de la intervención, pero sí semidura por el grado de repercusión que generará en los desplazamientos de los flujos turísticos.
- **Medida blanda:** Puesta en valor de atractivos y áreas infrautilizadas a través de la creación de nuevos productos. Se trata de una medida blanda puesto que contribuimos a la gestión de flujos turísticos incentivando la visita a monumentos, museos, iglesias, etc. de menor valor en el destino.

## **MÓDULO II: ANÁLISIS**

### **CAPÍTULO 9 ANÁLISIS DE LOS FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA**

#### **9.1. CONTEXTUALIZACIÓN**

Antes de comenzar con el análisis de la situación de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga, contextualizaremos la necesidad de realizar estudios de este tipo con el fin de conservar el patrimonio de la ciudad, agilizar el movimiento en destino, mejorar la experiencia del visitante y la relación turista-residente (Noticias al respecto en Anexo, páginas 1 y 2), o prevenir futuros impactos entre otros muchos aspectos positivos.

Como ejemplo del auge turístico de las ciudades culturales turísticas en España, comenzaremos con un breve análisis de la evolución del turismo cultural extranjero en España, cuyo crecimiento augura un gran éxito a las

ciudades culturales. No obstante, un rápido crecimiento conlleva una aún más rápida adaptación, lo que exigirá a estos destinos estar en constante atención ante las diferentes problemáticas que el cada vez mayor número de turistas provocará en el destino.

Según Turespaña (Turespaña, 2011):

### ***Turistas que visitaron España por una motivación cultural***

- 9,4 millones de turistas extranjeros visitaron nuestro país atraídos por la cultura española. Esta cifra supuso un 17% del total de turistas recibidos.
- La tasa de variación respecto a 2010 fue del 26%, muy superior al aumento en el número de turistas.
- En los últimos años el número de turistas que viajan por motivos culturales ha variado en el mismo sentido que el resto de los turistas, pero con unas fluctuaciones más acentuadas. Desde 2006 los viajes culturales han crecido todos los años, excepto en 2009.
- De 2005 a 2011 los turistas por motivo cultural se han incrementado en un 90%, mientras que el total de turistas sólo lo ha hecho en un 1,4%.

### ***Turistas que realizaron alguna actividad cultural a lo largo de su estancia***

- 29,5 millones de turistas realizaron algún tipo de actividad cultural durante su visita. Esta cifra supuso un 52% del total de turistas y un 61,7% del total de turistas que viajaron por ocio, recreo y vacaciones.
- La tasa de variación respecto a 2010 se situó en un 9,6%, inferior al aumento en el número de turistas que vinieron por razones de ocio (9,8%), y superior al incremento del total de turistas (7,6%).
- El crecimiento acumulado a lo largo del periodo 2005-2011 fue de un 1,3%, similar al crecimiento del total de turistas (1,4%) e inferior al de turistas que acudieron en viaje de ocio (8,8%).

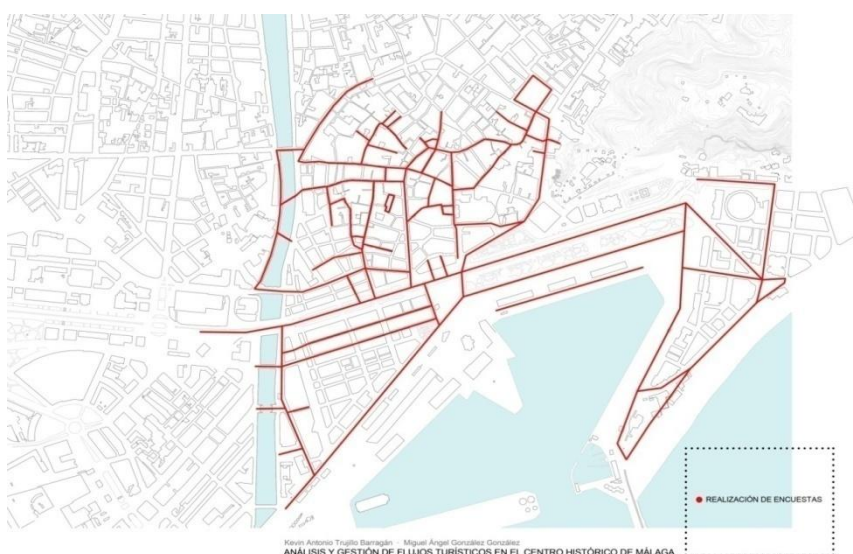
Como vemos, las ciudades históricas están expuestas de manera general a un panorama de crecimiento de la demanda turística asociada a los recursos culturales y patrimoniales. El segmento cultural es uno de los segmentos turísticos sujetos a una mayor tasa de crecimiento anual, como hemos podido observar en los datos ofrecidos por Turespaña, la tasa de variación de 2010 a 2011 fue del 26%. Como ya sucediera en el medio natural con el auge del turismo de masas donde el desarrollo incontrolado contribuyó a la degradación paisajística y medioambiental, en las ciudades consolidadas como destinos turísticos tradicionales el crecimiento exponencial y masivo de visitantes da lugar a graves problemas de saturación turística cuyos efectos negativos ponen en peligro la conservación del patrimonio, afectan a la calidad de la experiencia del visitante, perjudican a las relaciones turistas-residentes, etc. (García Hernández, 2000). Estos datos nos alertan sobre la importancia de una eficiente gestión de las grandes masas turísticas en destino y de los diferentes elementos patrimoniales, urbanísticos, etc. que lo componen.

## 9.2. DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO

A continuación pasaremos a delimitar y representar cartográficamente la zona de estudio y objeto de las diferentes intervenciones desarrolladas a lo largo de este estudio.

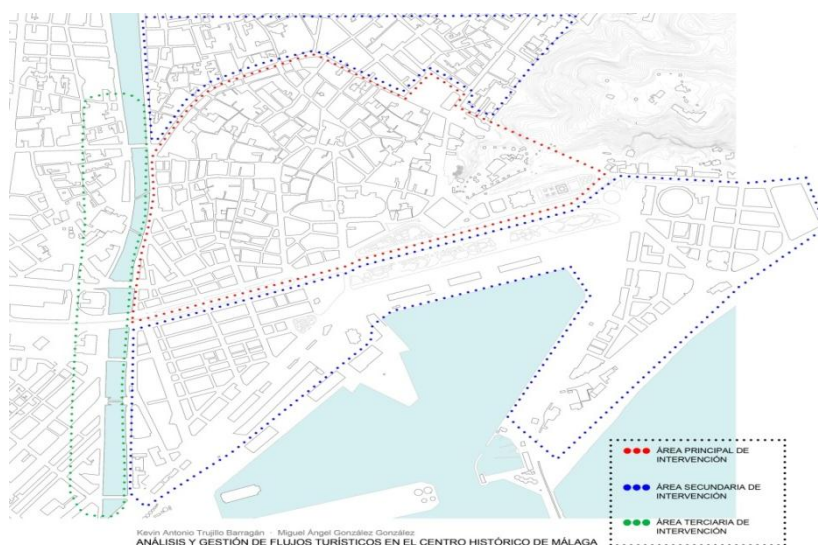
Además de delimitar el área de estudio en función del análisis desarrollado por el Observatorio Turístico, dentro de esta seleccionaremos aquellas zonas con una mayor y menor posibilidad de intervención o uso. Así, en los siguientes planos se delimitan el área de realización de las encuestas, el principal área de intervención y las zonas secundarias de influencia.

Mapa 1 - Delimitación del área de realización de las encuestas (Anexo pág. 3)



Fuente: (García Aranda, 2013). Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 2 - Delimitación de las áreas de intervención (Anexo pág. 4)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

### 9.3. INTRODUCCIÓN

Para la realización de este apartado hemos encontrado grandes dificultades ante las que nos hemos debido adaptar. El primer inconveniente para realizar un estudio fidedigno sobre los flujos turísticos es el tiempo, el capital humano disponible y la capacidad económica para acometer diferentes inversiones. Puesto que los recursos disponibles no nos permitían desarrollar las diferentes metodologías probadas en otros destinos para este tipo de estudios, recurrimos al Observatorio Turístico de Málaga, en concreto a un estudio sobre los flujos turísticos realizado en el año 2010.

Por la metodología desarrollada y el tiempo empleado en la obtención de datos, pensamos que podría tratarse de un estudio fiable y representativo en el que apoyarnos. Es aquí donde encontramos el segundo problema, al contactar con la profesora y colaboradora del Observatorio, Dña. Pilar Urbistondo para la cesión de los microdatos para su tratamiento y posterior uso a lo largo de este proyecto, se nos comunicó que esos datos y sus posteriores conclusiones estaban siendo evaluados por una revista científica y que debían mantener la propiedad, por lo que no se nos podía ceder. Pese a que sólo necesitábamos los datos referentes a los flujos generales para a partir de ahí relacionarlos con el resto de factores, se nos remitió a acudir y hacer uso del estudio de una compañera que sí dispuso de estos datos. Ante estas circunstancias nos vimos obligados a acudir al resultado obtenido por la compañera Dña. Susana García, la cual desarrolló un proyecto similar pero que sí tuvo la posibilidad de procesar los microdatos del Observatorio. Gracias a su colaboración pudimos obtener el mapa base de flujos turísticos.

A continuación desarrollaremos en dos apartados distintos las metodologías seguidas para la realización del mapa de flujos turísticos de manera propia, y la que desarrolló el Observatorio Turístico para obtener los microdatos que darían lugar a esa base cartográfica.

### 9.4. METODOLOGÍA PARA LA OBTENCIÓN DEL MAPA DE FLUJOS GENERAL

Como ya hemos comentado, la negación por parte del Observatorio a la cesión de los microdatos para su tratamiento y uso en este proyecto, nos obligó a recurrir a la compañera Dña. Susana García, quien pudo disponer hace un año de estos datos y estimar cartográficamente el nivel de flujos por las calles del centro histórico. Esta base cartográfica se desarrolla a partir de los resultados obtenidos a través de diferentes entrevistas realizadas por el personal del Observatorio a lo largo de un año. Lo desarrollaremos en más profundidad en el siguiente apartado.

La cesión de resultados por Dña. Susana García fue modificada posteriormente, configurando nuestra propia gama de intensidades con las que

representar el nivel de los flujos, para ello contamos con la colaboración del arquitecto D. Miguel Ángel González.

La representación está realizada en un plano del centro histórico carente de información, y consta del uso de colores diferentes en función del nivel de flujos estimados. Para facilitar la comprensión del estado de los flujos de manera visual, decidimos aunar en un mismo grupo los flujos máximos con los altos, y los bajos con los nulos. De esta manera obtenemos una clasificación representable en tres tonalidades y que nos permite disponer de una base cartográfica representada con nubes y no con líneas. Es este mapa de nubes el que utilizaremos posteriormente a lo largo de este módulo de análisis.

## **9.5. METODOLOGÍA DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS**

Para recopilar la información necesaria para la realización de este tipo de análisis, el Observatorio Turístico de Málaga, a través de la metodología de rutas aleatorias, realizó numerosas encuestas a lo largo de un año (2010), por diferentes zonas del centro histórico de la ciudad. Esta metodología permite conocer de forma indirecta la densidad de personas que transitan por los diferentes puntos de la zona delimitada para el estudio (mapa 1. Página 24).

En el estudio de campo se optó por el método de rutas aleatorias con el objetivo de no sesgar la muestra, puesto que la demanda turística de la ciudad es muy heterogénea, con lo que los movimientos realizados por los visitantes son muy diversos.

Este sistema de rutas aleatorias consiste en:

- Facilitar a cada encuestador un área de muestreo aleatoria dentro de los límites previamente establecidos.
- Proporcionar a cada encuestador una serie de criterios y pautas de actuación que permitan la realización eficiente del recorrido por el área asignada y la selección de la muestra. Esta información previa evitará la toma de decisiones subjetivas por parte del encuestador y que pueden producir sesgos de importancia.
- Se define un punto de partida sobre el área de muestreo preestablecida y se seleccionan los miembros de la muestra con arreglo a un procedimiento heurístico.
- Dentro de cada ruta, el primer individuo se selecciona de forma aleatoria, y para seleccionar los siguientes, el encuestador recorrerá la ruta establecida y contará de "n" en "n" individuos hasta localizar al siguiente encuestado. Este método busca asegurar una cobertura geográfica de la muestra y/o suplir la falta de censo.

Como hemos mencionado, el estudio se tuvo lugar en el año 2010. Se realizaron más de 3.600 encuestas (Anexo pág. 5). Consistían en entrevistas

personales, con cuestionarios semiestructurados, con preguntas abiertas y cerradas, y con una explicación previa de cómo debían cumplimentar cada una de las preguntas. Las encuestas estaban orientadas a personas no residentes en Málaga, mayores de 18 años y que fueran turistas y/o excursionistas, aunque se dejó fuera de la muestra a los cruceristas por considerar que sus comportamientos y patrones son muy específicos y diferentes del resto. Bajo nuestro punto de vista este es un error metodológico que trataremos a lo largo del estudio.

Para el análisis y tratamiento de los datos recopilados se utilizó el programa SPSS. A través de tablas de agrupación o de recuento se filtraron todos los datos pertenecientes a una misma zona geográfica, al mismo tiempo que se relacionaban con otras características del visitante como la nacionalidad o la motivación del viaje. De esta forma se pudo obtener el número exacto de encuestas realizadas en una misma calle, por lo que se obtuvo la variable "intensidad de tránsito por las calles", que es exactamente lo que concierne a este estudio.

Tras la agrupación de los datos se puede pasar a su interpretación cartográfica. Pese a que en nuestro caso nos vimos obligados a recurrir al material facilitado por Dña. Susana García, como ya hemos mencionado, con la colaboración del arquitecto D. Miguel Ángel González hemos realizado nuestro propio material cartográfico a través del programa Autocad en su versión 2014. Para ilustrar los resultados obtenidos se han distribuido los datos agrupados en intervalos de frecuencia, identificando cinco intervalos que serán representados con diferentes tonalidades. Hemos escogido cinco intervalos por separar la muestra en un espectro amplio. No obstante, para la elaboración del mapa de nubes y dado los volúmenes de tránsito obtenidos, hemos agrupado los flujos en sólo tres intervalos.

A toda esta metodología oficial aplicada por el Observatorio Turístico debemos añadir el análisis empírico realizado a través de la visita aleatoria por diferentes zonas del centro histórico durante los meses de octubre a diciembre de 2013, y de enero a mayo de 2014. En ellas se pudo percibir a simple vista las calles e hitos turísticos con mayor afluencia de visitantes de manera constante en el año. Esta información servirá para matizar algunos resultados oficiales obtenidos por el Observatorio Turístico.

#### *9.5.1. Problemáticas de la metodología empleada*

A pesar de la representatividad y fiabilidad de los resultados del estudio realizado por el Observatorio Turístico, en nuestra opinión se dan algunas deficiencias metodológicas que podrían desvirtuar la realidad. A continuación pasamos a enumerarlas:

- Todas las calles identificadas con flujo alto, en especial Calle Larios, Plaza de la Constitución, y entorno de la Plaza de la Merced, pueden no llegar al intervalo de flujo máximo porque son calles muy transitadas también por

residentes, y el sistema de establecer un número aleatorio de personas que el encuestador debe cruzarse antes de parar al encuestado puede llevar a que muchos de los encuestados fueran residentes y se desechara su participación, con el consecuente nuevo inicio del proceso de búsqueda.

- No considerar a los cruceristas dentro del proceso por la diferencia de hábitos puede ser comprensible, pero de esta manera no se ha identificado uno de los problemas que, bajo nuestro punto de vista, es muy relevante para la ciudad. Se trata de la gran masa de cruceristas que se concentran a la salida del Palmeral de las Sorpresas, junto a la Plaza de la Marina, y que deben transitar por un espacio muy reducido, incluso cruzar una vía rodada falta de adaptación para el tránsito de grandes masas de personas.
- El entorno del Teatro Romano según el estudio del Observatorio posee un nivel de flujos medio, algo extraño si tenemos en cuenta que se trata de uno de los elementos más visitados, así como se encuentra junto a la Alcazaba y a uno de los restaurantes más conocidos y visitados de la ciudad, El Pimpi. Esto puede venir explicado por el año de realización del estudio, 2010, cuando el entorno del Teatro Romano se encontraba en obras.
- Pese a que se facilitan instrucciones detalladas de cómo actuar, es prácticamente imposible ofrecerlas tan específicas que el encuestador no tenga que involucrarse de forma subjetiva en algún momento. Esta subjetividad puede producir sesgos importantes en la muestra.

## **9.6. ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DE FLUJOS GENERALES**

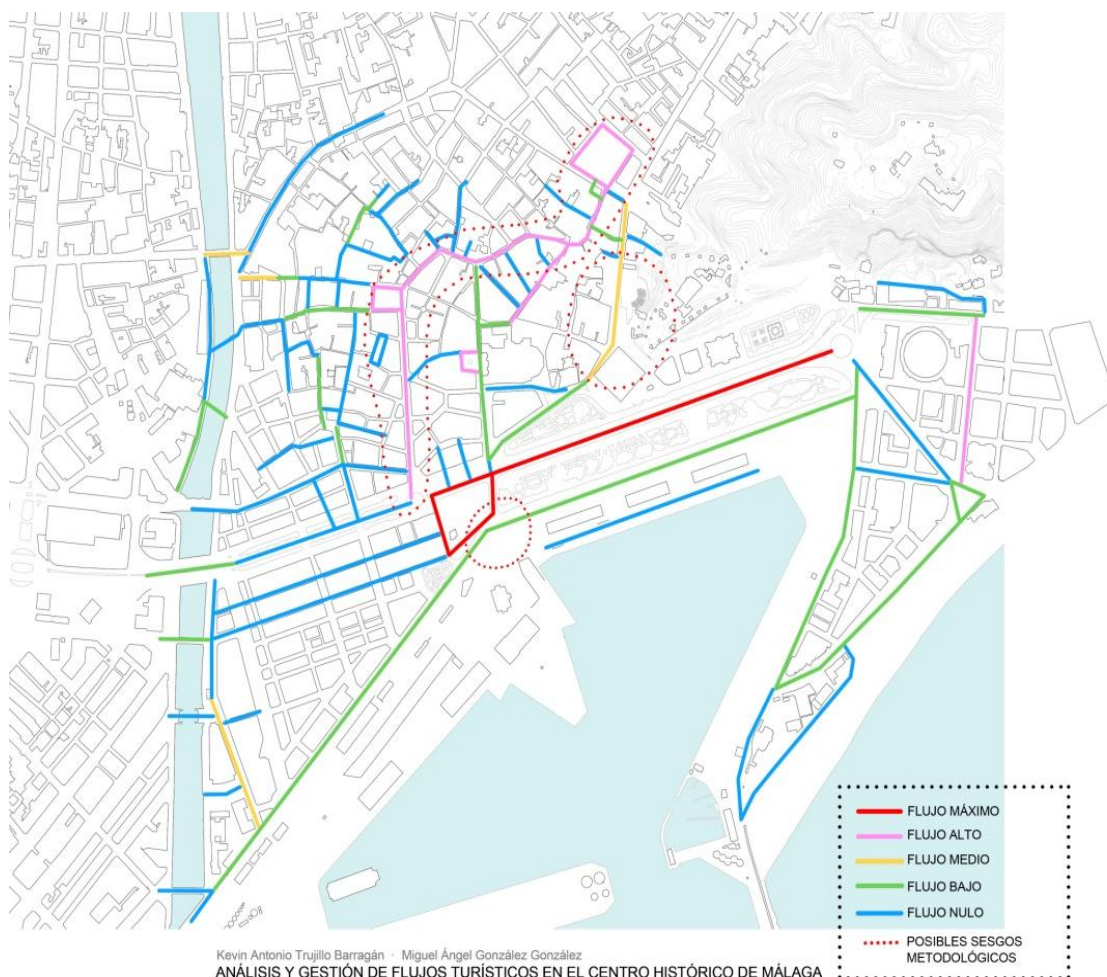
Aunque los datos referentes a la relación de los flujos con algunos de los factores que inciden en ellos vendrán dados tras relacionar el mapa de flujos generales con los mapas concluidos tras analizar dichos factores, si observamos tanto el mapa de representación de flujos por calles como el de nubes, vemos como la principal actividad turística se desarrolla en el corazón del centro histórico. Las razones que pueden llevar a ello las analizaremos a lo largo de los siguientes apartados.

Podemos ver en el mapa tres áreas representadas en círculos discontinuos de color rojo que se corresponden con posibles sesgos metodológicos identificados al relacionar los resultados obtenidos por el Observatorio y los concluidos tras el estudio de campo propio. La observación directa entre los meses de octubre de 2013 y mayo de 2014 nos hace cuestionarnos si realmente el eje principal desde Calle Larios hacia la Plaza de la Merced, que tras tratar los datos arroja un resultado de flujo alto, no se correspondería de forma más acertada con el rango de flujos máximos. Este posible sesgo metodológico puede venir explicado, como hemos mencionado en el apartado anterior, por la gran afluencia de residentes que transcurren de forma conjunta con los visitantes en dichas calles, y que por la naturaleza metodológica del proceso de encuestas puede sesgar la muestra.

Por otro lado tenemos el caso del entorno del Teatro Romano y la Alcazaba como un área con un nivel medio de flujos, a priori, siendo dos de los recursos con mayor número de visitantes en la ciudad, no parece lógico que sólo recoja un flujo medio. No obstante, en el año en el que se realizaron las encuestas (2010) este área se encontraba en obras, lo que pudo mermar sustancialmente el volumen del tránsito turístico.

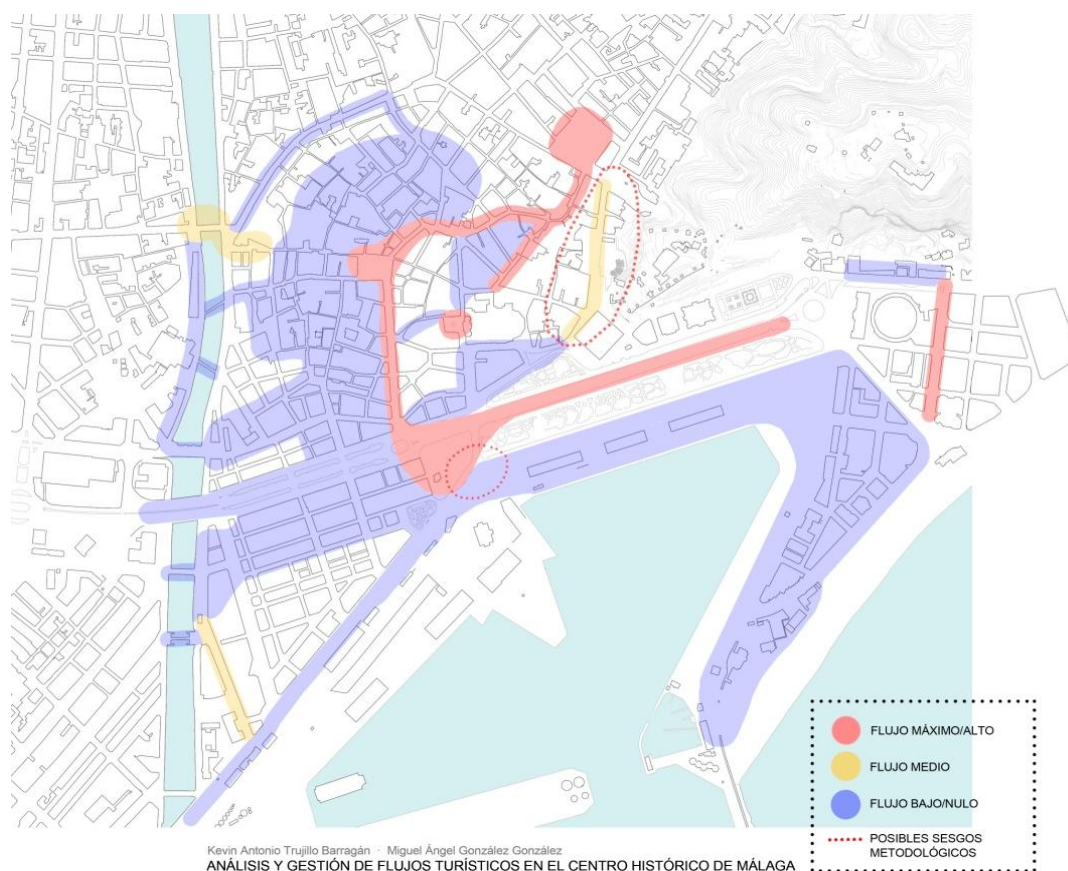
Por último, tenemos el entorno de la Plaza de la Marina como un área de flujo máximo. Efectivamente, el estudio de campo así lo confirma, no obstante, al no tener en cuenta a los cruceristas en la recopilación de datos, no se identifica un grave problema de tránsito, congestión e ineficiencia en la gestión de flujos en la conexión puerto-ciudad por la salida del puerto por el Palmeral de las Sorpresas. Este es uno de los puntos conflictivos sobre el que aportaremos medidas y acciones para solventarlo.

Mapa 3 - Distribución de los flujos turísticos por calles. Cinco frecuencias (Anexo pág. 6)



Fuente: (García Aranda, 2013). Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 4 - Distribución de los flujos turísticos por áreas. Tres frecuencias (Anexo pág. 7)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Principalmente, y observando el mapa de nubes cuya representación aún a las frecuencias establecidas para la representación por calles con el objetivo de obtener una mejor e intuitiva percepción a simple vista, podemos concluir que las principales zonas calientes se corresponden con el Paseo del Parque, Plaza de la Marina, Calle Larios, Plaza de la Constitución, Plaza del Obispo, Calle Granada, Plaza de la Merced y Calle San Agustín. Si bien es cierto que sorprende que el entorno del Teatro Romano no se vea afectado por un flujo elevado de turistas, la razón podría ser como hemos citado en el apartado de "problemáticas de la metodología empleada" que para el año de realización de las encuestas, esta zona se encontraba en obras. También es destacable la gran afluencia de visitantes en las cercanías de la Plaza de Toros de la Malagueta, la localización cercana de algunos recursos de interés y el Muelle Uno podrían ser las razones de este fenómeno.

Como principales nodos de distribución o zonas de descanso podemos identificar de forma clara y de uso actual por los visitantes, la Plaza de la Marina, Plaza de la Constitución, Plaza del Carbón, Plaza de la Merced y la Plaza del Obispo. El espacio disponible en el entorno del Teatro Romano también reúne las características necesarias como para funcionar como zona

de descanso. Aunque no disponen de demasiado espacio físico, por su localización en el centro histórico, podrían ejercer como nodos de distribución la Plaza de Uncibay, Plaza de Félix Sáenz, Plaza de las Flores, Plaza de Camas, y el entorno del Cervantes.

Además debemos destacar la existencia de flujo medio en el entorno del CAC, algo lógico teniendo en cuenta que se trata de uno de los hitos más visitados de la ciudad, como trataremos posteriormente; y en las proximidades del Puente de la Aurora, que como veremos a continuación en la relación con la oferta de alojamiento, podría deberse a la concentración de este tipo de actividad en sus inmediaciones, lo que daría lugar a una puerta de entrada al centro histórico.

Las principales consecuencias de esta distribución tan concentrada de los flujos en torno a unos pocos puntos y recursos de la ciudad, son (I) la infrautilización de la mayoría de áreas, hitos y recursos que componen el resto del centro histórico, abocándolos a la inactividad; (II) el deterioro físico de los elementos que componen el espacio urbano; (III) el impacto acústico generado en las zonas más transitadas, cuya problemática afectará a las relaciones sociales y profesionales en el destino (turista-residente; residente-propietario de establecimientos de ocio; etc); (IV) la congestión de accesos en calles, a comercios, museos, etc.; (V) la generación de una experiencia recreativa negativa en el visitante; (VI) la generación de conflictos entre los visitantes y los residentes, viendo estos últimos cómo alteran el espacio donde realizan actividades tan cotidianas y simples como la compra, y que ahora son todo obstáculos; (VII) da lugar a la museificación de espacios, desplazando a la población local a residir en zonas alejadas de los núcleos calientes; (VIII) la reiteración constante del uso del espacio y la oferta que lo compone, da lugar al deterioro de la calidad de la experiencia y la oferta; (IX) se producen problemas de movilidad, incrementándose el tiempo de los desplazamientos, con la consecuente generación de situaciones incómodas y conflictivas entre viandantes, etc. Nuestro objetivo a través diversas acciones será disminuir la congestión de los puntos calientes, así como redireccionar los flujos hacia las áreas más inactivas con la intención de reactivar económicamente la zona gracias a la puesta en valor de los recursos cercanos. Pese a que la cantidad de acciones posibles es amplia, sólo nos centraremos en tres áreas de intervención: intervención urbana, señales turísticas y productos.

## **9.7. RELACIÓN ENTRE LOS FLUJOS GENERALES Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

Antes de iniciar el análisis debemos clasificar los recursos turísticos localizados en el centro histórico y sus proximidades. Como definimos en el apartado de conceptos, los recursos o hitos turísticos se pueden clasificar en recursos de primer nivel, segundo y tercero en función del número de visitantes que acojan, la publicidad de la que se vean dotados y la relación con la imagen de la ciudad.

En este sentido, basándonos en un informe de Analistas Económicos de Andalucía ([www.economiaandaluza.es](http://www.economiaandaluza.es)) para el año 2009, los recursos clasificables como de primer nivel por número de visitantes serían:

- Castillo de Gibralfaro con 264.006 visitantes.
- Alcazaba con 290.423 visitantes.
- Museo Picasso con 324.861 visitantes.
- Fundación Picasso Museo Casa Natal con 114.131 visitantes.
- CAC Málaga con 344.237 visitantes.
- Catedral con 298.818 visitantes.

Debemos sumar a ellos el Teatro Romano, con más de 320.000<sup>5</sup> visitantes en 2010; el Museo Thyssen Málaga, que aunque bajo nuestro punto de vista no termina de conjugarse con la oferta consolidada de la ciudad, en 2012 acogió un total de 120.000<sup>6</sup> visitantes; y el Museo del Patrimonio de Málaga, con más de 121.000<sup>7</sup> visitantes en 2011. Ninguno de estos han sido contemplados en el informe referenciado. Además de ser los que acogen un mayor número de visitantes, son los únicos elementos que tras el análisis de apariciones promocionales realizado consultando diferentes web ([sobremalaga.com](http://sobremalaga.com); [minube.com](http://minube.com); [malagainformation.com](http://malagainformation.com); [webmalaga.com](http://webmalaga.com); [malagaturismo.com](http://malagaturismo.com); [andalucia.org](http://andalucia.org); [viajes.michelin.es](http://viajes.michelin.es)) y el callejero turístico oficial, aparecen en el 100% de los medios, exceptuando el Museo del Patrimonio de Málaga que aparece en cinco de los ocho medios consultados. Esta metodología se desarrollará en mayor profundidad más adelante.

A todos ellos debemos añadir los elementos de la ciudad que no siendo monumentos o museos, son lugares de visita obligada por su reconocimiento, como serían la Calle Larios, la Alameda Principal, la Plaza de la Constitución, la Plaza de la Merced, la Plaza del Obispo, Calle Granada, Pasaje de Chinitas o el Paseo del Parque.

Además, excepto el CAC, todos ellos se encuentran incluidos en la ruta principal propuesta de manera oficial por el Ayuntamiento de Málaga en los planos turísticos en todos sus formatos.

En las web oficiales de turismo de la ciudad son los elementos que componen las rutas establecidas para las estancias de un día, al mismo tiempo que forman parte imprescindible de las rutas estructuradas para una estancia mayor.

---

<sup>5</sup> Datos recogidos en un artículo de prensa publicado el 1/10/2010. Periódico web [elmundo.es](http://elmundo.es). Consultado el 25/07/2014 a través de:

[http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/01/andalucia\\_malaga/1285946792.html](http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/01/andalucia_malaga/1285946792.html)

<sup>6</sup> Datos recogidos en un artículo de prensa publicado el 16/01/2013. Periódico web [diariosur.es](http://diariosur.es). Consultado el 25/07/2014 a través de:

<http://www.diariosur.es/v/20130116/cultura/museo-thyssen-pierde-visitantes-20130116.html>

<sup>7</sup> Datos recogidos en un artículo de prensa publicado el 26/01/2012. Periódico web [andaluciadeviaje.es](http://andaluciadeviaje.es). Consultado el 26/07/2014 a través de:

[http://www.andaluciadeviaje.es/noticia/malaga\\_supera\\_todos\\_los\\_registros\\_anteriores\\_en\\_numero\\_de\\_visitantes\\_1582](http://www.andaluciadeviaje.es/noticia/malaga_supera_todos_los_registros_anteriores_en_numero_de_visitantes_1582)

Debemos sumar a esto que de manera general son los elementos más característicos de la ciudad para un visitante sin una formación cultural elevada, y que por tanto el resto de recursos carecen de demasiado interés para ellos. Centrarnos en captar un segmento especializado y con una formación e interés cultural elevado será clave para poner en valor el resto de recursos que componen la oferta cultural del centro histórico.

Continuando con la clasificación, es complicado establecer los rangos de segundo y tercer nivel por la falta de datos en cuanto a número de visitantes. No obstante, como hemos descrito en apartados anteriores, la publicidad e información de la que disponen los visitantes antes de realizar el desplazamiento al destino condicionará el movimiento en este. Entendiendo que un destino busca promocionar sus mejores recursos con el objetivo de captar visitantes, podemos concluir que de entre toda la oferta disponible, será la que aparezca en mayor medida la que esté otorgando valor añadido a la visita. Así, analizando las principales web de turismo, oficiales y no oficiales (sobremálaga.com; minube.com; malagainformation.com; webmalaga.com; malagaturismo.com; andalucia.org; viajes.michelin.es), junto al callejero oficial disponible en las oficinas de turismo de la ciudad, podemos esbozar por número de apariciones, aunque no de manera determinante, qué recursos podrían clasificarse como de segundo y tercer nivel. Los recursos analizados son los que se encuentran estrictamente dentro del área de estudio definida o cercanos a su entorno, esto no quiere decir que no existan otra serie de elementos de interés en la ciudad, simplemente no los tratamos por encontrarse fuera del entorno de análisis y excesivamente alejados de posibles rutas a pie.

Teniendo en cuenta que se han consultado un total de siete páginas web, así como el callejero turístico oficial disponible en las oficinas de turismo de la ciudad, concluiremos que estamos ante un recurso de segundo nivel cuando las apariciones en los medios consultados iguale o supere la cantidad de cinco ocasiones, entendiéndose que se tratan de recursos con una probabilidad de consulta por parte del visitante igual o mayor al 63%. Escogemos este valor por suponer la aparición en más de la mitad de estos medios. Por lo tanto el resto pasará a ser clasificado como de tercer nivel por su menor probabilidad de consulta e inferior promoción junto al destino.

### **Segundo nivel:**

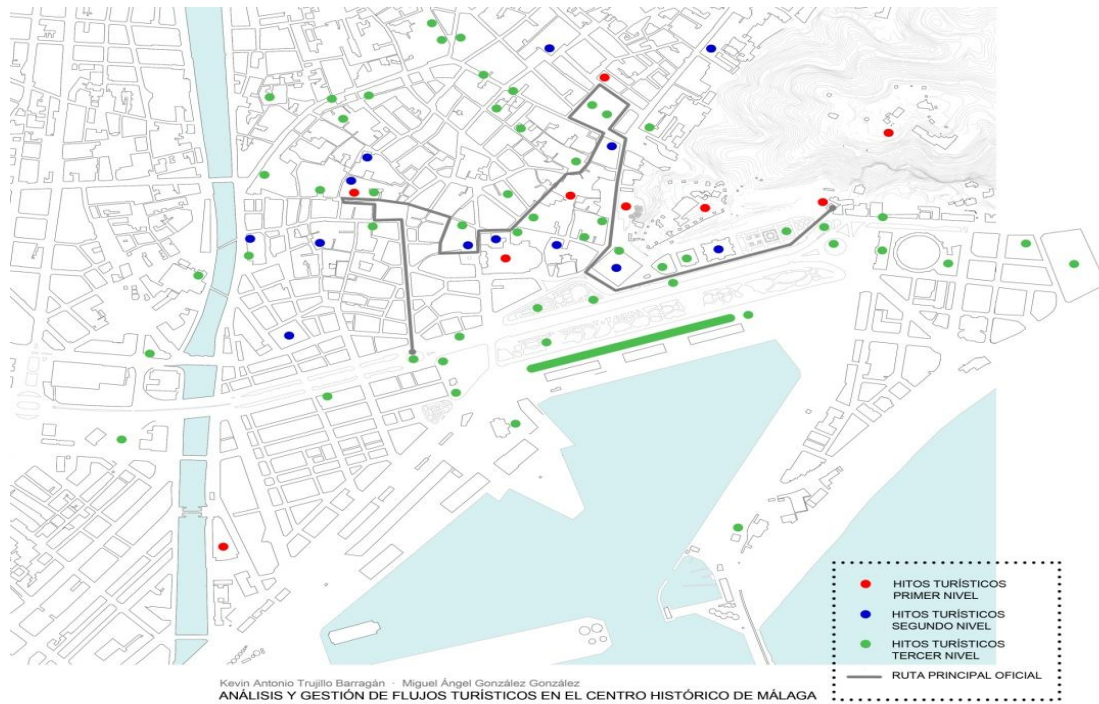
- Museo Revello de Toro
- Museo de artes y costumbres populares
- Iglesia del Sagrario
- Iglesia del Cristo de la Salud
- Iglesia de Santiago
- Iglesia de los Mártires
- Iglesia de San Juan Bautista
- Museo Basílica de Santa María de la Victoria
- Edificio del Ayuntamiento
- Teatro Cervantes
- Palacio de la Aduana
- Palacio Episcopal
- Mercado de Atarazanas

**Tercer nivel:**

- Museo del vidrio y del cristal
- Museo Bellas Artes
- Museo de la Semana Santa / I. San Julián
- Plaza de toros-Museo taurino
- Museo Alborania-Aula del Mar
- Museo de arte flamenco Juan Brea
- Basílica y Museo Cofradía de la Esperanza
- Museo Casa de muñecas
- Museo Cofradía Santo Sepulcro
- Museo Cofradía de la Expiración
- MIMMA
- Museo de arte Sacro/Abadía de Sta. Ana
- Museo del vino
- ARS Málaga Museo
- Iglesia Sagrado Corazón
- Iglesia San Felipe Neri
- Convento de Santo Domingo
- Convento de San Agustín
- Convento de las Catalinas
- Capillas de la Catedral de Málaga
- Museo Cofradía de los Estudiantes
- Diputación provincial
- Banco de España
- S.E.A. del País
- Cementerio Inglés
- Casa del Jardinero
- Teatro Echegaray
- Ateneo E.B.A.
- Palacio de Buenavista (no por museo)
- Palacio de Villalón (no por museo)
- Palacio Valdeflores
- Palacio Marqués de la Sonora
- Palacio Miramar
- Palacio Zea-Salvatierra
- Rectorado
- Hospital Noble
- Archivo Municipal
- Palacio de la Tinta
- Casas Félix Sáenz
- Edificio Autoridad Portuaria
- La Farola
- Monumento al Marqués de Larios
- Palmeral de las Sorpresas
- Puente de Sto. Domingo
- Muelle Uno
- Monumento a Salvador de Rueda
- Monumeno al Comandante Benítez
- Monumento al Marqués de Guadiaro
- Monumento a Rubén Darío
- Monumento a Picasso
- Fuente de las Tres Gracias
- Escultura a Cánovas del Castillo
- El Cenachero
- El Biznaguero
- Muralla Medieval
- Monumento a Hans Christian Andersen
- Escultura Point of View
- Monumento a Torrijos

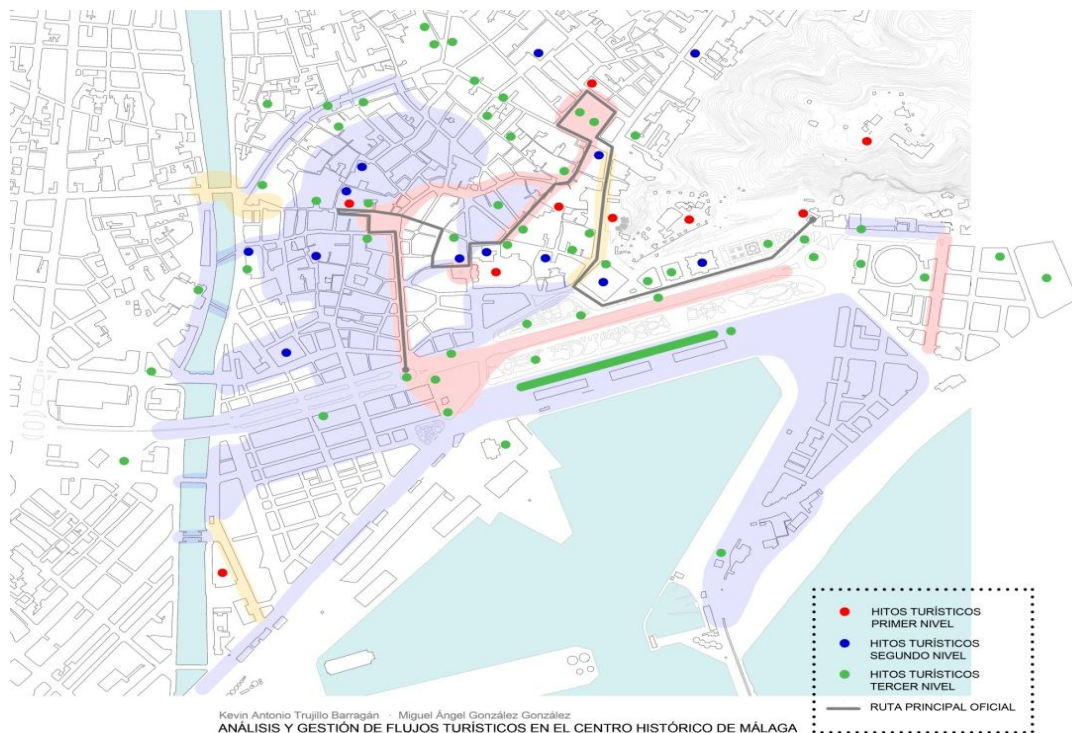
Pasando ya a la relación entre la distribución de los hitos turísticos y el movimiento de flujos, podemos observar como la organización en el centro histórico de los hitos de primer nivel, así como la ruta oficial ofertada en el callejero turístico oficial, coincide de forma prácticamente perfecta con los lugares de mayor tránsito turístico. Esto contribuye a verificar la afirmación de que la disposición de este tipo de recursos en el destino determina el movimiento de los visitantes en este. Sin embargo, el elevado flujo recogido en el entorno de la Plaza de toros, en principio no puede explicarse por la distribución de los atractivos turísticos, por lo que trataremos de justificarla en los siguientes apartados del análisis.

Mapa 5 - Localización y distribución de los hitos turísticos de primer, segundo y tercer nivel (Anexo pág. 8)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 6 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los hitos turísticos (Anexo pág. 9)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

De igual forma, los recursos clasificados como de segundo nivel se encuentran distribuidos en su mayoría en torno a la ruta oficial y muy cercanos a los de primer nivel, exceptuando algunos casos. Esto dificultará el redireccionamiento y redistribución de los flujos turísticos hacia otras áreas del centro, pues estas disponen de elementos que actualmente no son muy apreciados por el visitante. Conseguir otorgar valor a aquellos recursos identificados como de tercer nivel a través de la creación de nuevas rutas, paquetes conjuntos, nuevos productos, bonos, etc. será determinante para descongestionar tanto las calles más transitadas como los hitos con mayor volumen de visitantes. La distribución de estos por el centro es muy diversa, posibilitando que prácticamente cualquier zona posea atractivos interesantes para el visitante, no obstante deberemos tener en cuenta el entorno que rodea a estos, la accesibilidad para llegar a ellos, las inversiones necesarias, etc.

Si nos basamos en el mapa de flujos y recordamos las cifras de visitantes de los diferentes hitos, realmente son sólo los hitos de primer nivel y algunos de segundo los susceptibles de ser visitados. Para realizar esta visita no se necesita de excesivo tiempo ya que muchos recursos son simplemente visitables a nivel externo, con lo que la redirección de los flujos y puesta en valor de otras zonas del centro no sólo supondrá un beneficio en cuanto a descongestión, desarrollo económico de la zona, etc. sino que repercutirá directamente en el tiempo de estancia del visitante. La ampliación de la gama de productos, rutas, actividades, etc. supondrá una mayor necesidad de tiempo para disfrutar de toda la oferta que posibilita el destino.

## **9.8. RELACIÓN ENTRE LOS FLUJOS GENERALES Y LA DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO, OCIO Y RESTAURACIÓN**

Para la realización de este apartado hemos recurrido a fuentes de información que coordinan la oferta disponible de la ciudad junto con su representación cartográfica. Se trata de la web de opiniones "tripadvisor" ([www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es)), la web de reservas "booking" ([www.booking.com](http://www.booking.com)), la plataforma web oficial del Ayuntamiento de Málaga para localizar instalaciones y espacios en la ciudad ([www.malaga.eu](http://www.malaga.eu)), y el plano turístico<sup>8</sup> (Callejero turístico oficial, 2014) disponible en las oficinas de turismo de la ciudad .

Además de tratarse de fuentes fiables por su relevancia en el mercado tanto a nivel de consulta por parte de la demanda como de contrato por parte de la oferta, por lo que a priori aparecerán en ellas la mayoría de empresas de alojamiento y restauración de la ciudad, hemos recurrido al SIMA y obtenido los últimos datos de alojamientos y restauración en la ciudad para cotejarlos con los obtenidos en las fuentes consultadas. Según el SIMA, para el año 2013 existían en la ciudad de Málaga 328 alojamientos (hoteles, pensiones y apartamentos), según las fuentes consultadas, en 2014 existen en la ciudad un

---

<sup>8</sup> El callejero turístico utilizado se encuentra en el Anexo. Página 10.

total de 279<sup>9</sup> alojamientos (hoteles, hostales, pensiones, apartamentos), que a continuación situaremos en un mapa y valoraremos su relación con los flujos turísticos.

En cuanto a la restauración (restaurantes y cafeterías), el SIMA para el año 2009 registraba un total de 620 establecimientos. Las fuentes consultadas arrojan un resultado de 1.149 establecimientos (restaurantes, bares, cafeterías, discotecas y pubs) en 2014. Esta diferencia entre cifras oficiales y no oficiales puede venir explicada por tratar años diferentes, además de porque las fuentes no oficiales incluyen, aparte de restaurantes y cafeterías, establecimientos de distinta índole.

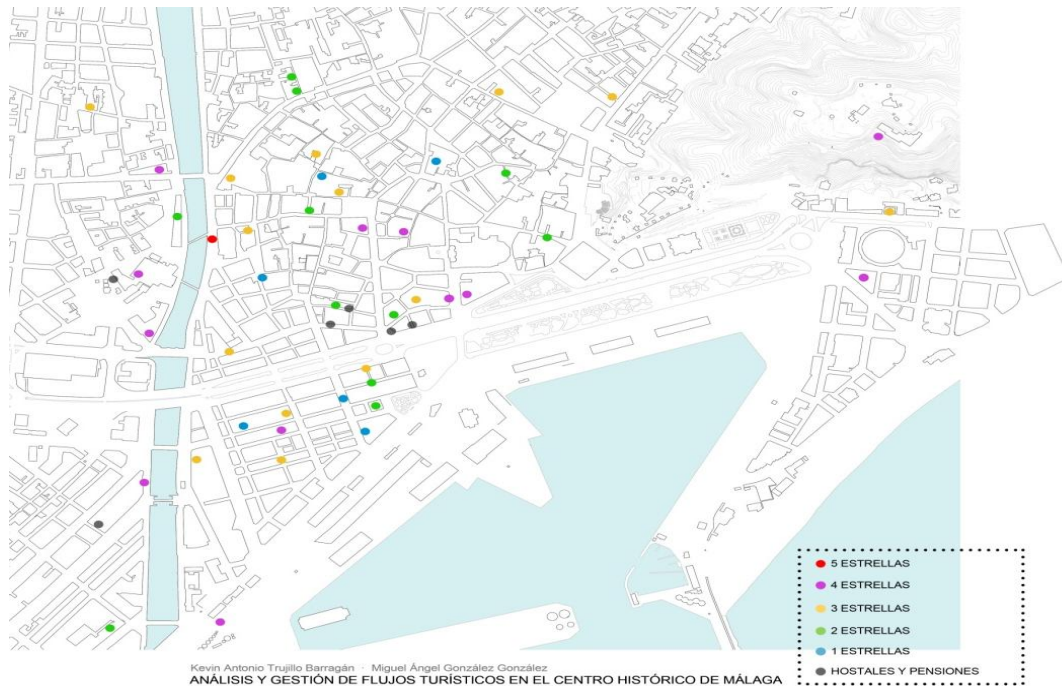
En el siguiente mapa se muestra la distribución individual de la oferta de alojamiento en el centro histórico, representando a los establecimientos con diferentes colores en función de su categoría. La dificultad para el análisis de la distribución individual nos ha llevado a realizar una nueva cartografía en la que hemos representado con nubes aquellos lugares en los que cinco o más establecimientos se encuentran relativamente cerca los unos de los otros, lo que puede generar grandes masas de personas en torno a un mismo punto. El objetivo es identificar a primera vista aquellos puntos del centro en los que se aglomera la oferta de alojamiento, proporcionándonos una idea de los puntos concretos que podrían estar funcionando como puertas de entrada comunes al centro histórico, además de áreas en las que se concentran importantes volúmenes de turistas.

Como podemos observar en el mapa de distribución individual, la principal oferta de alojamiento se concentra en el entorno del centro histórico, dándose casos puntuales dentro de los límites. Los establecimientos de tres estrellas o categoría inferior se encuentran dispersos por la parte céntrica y sur del casco antiguo, en cambio, los establecimientos de cuatro y cinco estrellas se ubican tanto al oeste como al sureste. Esta distribución ofrecerá diferentes inicios a los itinerarios a seguir por los turistas. Dependiendo de la tipología de visitante alojado en cada uno de los tipos de establecimientos escogerán diferentes rutas a seguir e hitos a visitar.

---

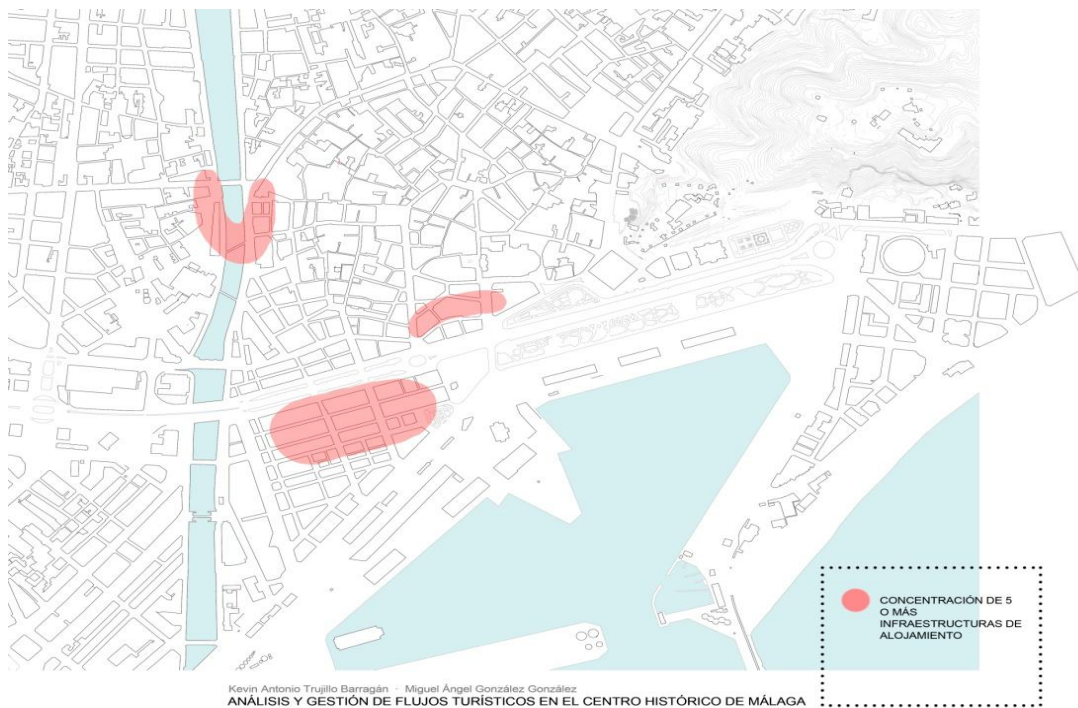
<sup>9</sup> El resultado varía ligeramente, no obstante debemos tener en cuenta que se trata de años diferentes, y que además no todas las empresas existentes aparecen en las web.

Mapa 7 - Localización y distribución individual de la oferta de alojamiento  
(Anexo pág. 11)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

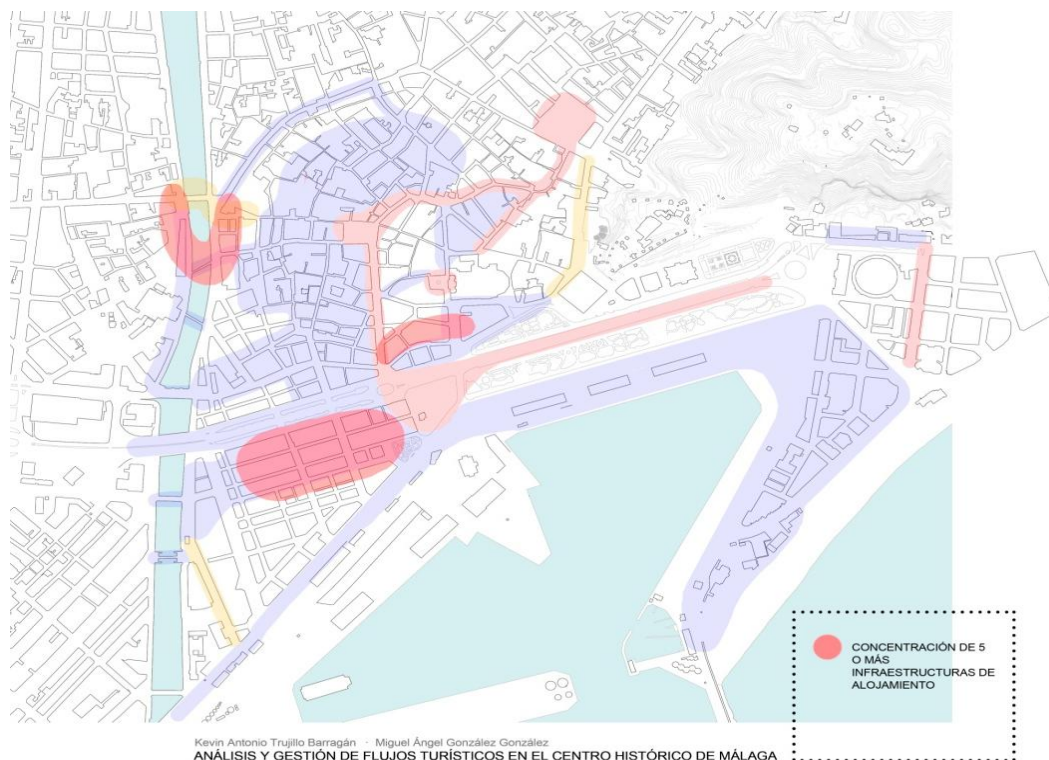
Mapa 8 - Representación de la concentración de cinco o más establecimientos de alojamiento por áreas (Anexo pág. 12)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Podríamos identificar, si superponemos el mapa de nubes de los alojamientos con el mapa de nubes de flujos, un punto de entrada a la altura del Puente de la Aurora al oeste; y otros dos en el entorno de la Plaza de la Marina / Calle Larios, al norte del Soho y al inicio del Paseo del Parque.

Mapa 9 - Relación entre los flujos turísticos y la concentración de los alojamientos por áreas (Anexo pág. 13)

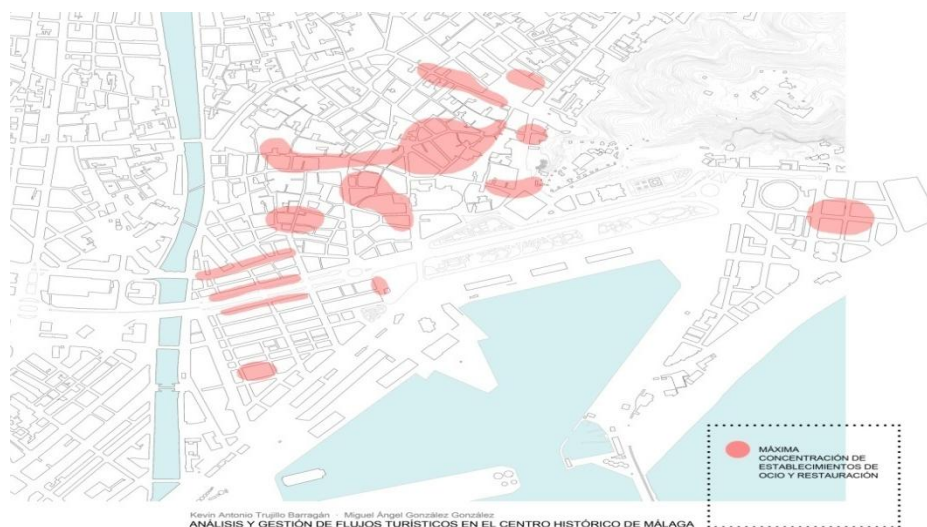


Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Además, en nuestra opinión, la metodología aplicada por el Observatorio Turístico al realizar las entrevistas para medir los flujos es deficiente al no tener en cuenta al turista de cruceros, puesto que empíricamente a través de diferentes días y meses de observación directa en el entorno de la Plaza de la Marina, hemos identificado la salida del puerto por el Palmeral de las Sorpresas como otro punto de entrada más al centro histórico. Ubicamos esta conclusión en este apartado porque entendemos el buque de cruceros como un tipo de alojamiento más. Este conflicto será el que tratemos en el módulo de gestión a través de una medida de gestión en el ámbito de intervención urbana.

En el caso de la oferta de restauración y ocio, según las fuentes consultadas su localización individual está dispersa por todos los límites y calles del centro. Puesto que la representación individual dificulta el análisis por la elevada cantidad de puntos localizados en una superficie cartográfica tan pequeña, hemos optado por representar en forma de nubes las grandes masas aglomeradas de establecimientos. En las zonas carentes de nubes no quiere decir que no exista oferta de ocio y restauración, simplemente no aglomeraban un número tan elevado como las representadas.

Mapa 10 - Distribución de la oferta de restauración y ocio por áreas (Anexo pág. 14)

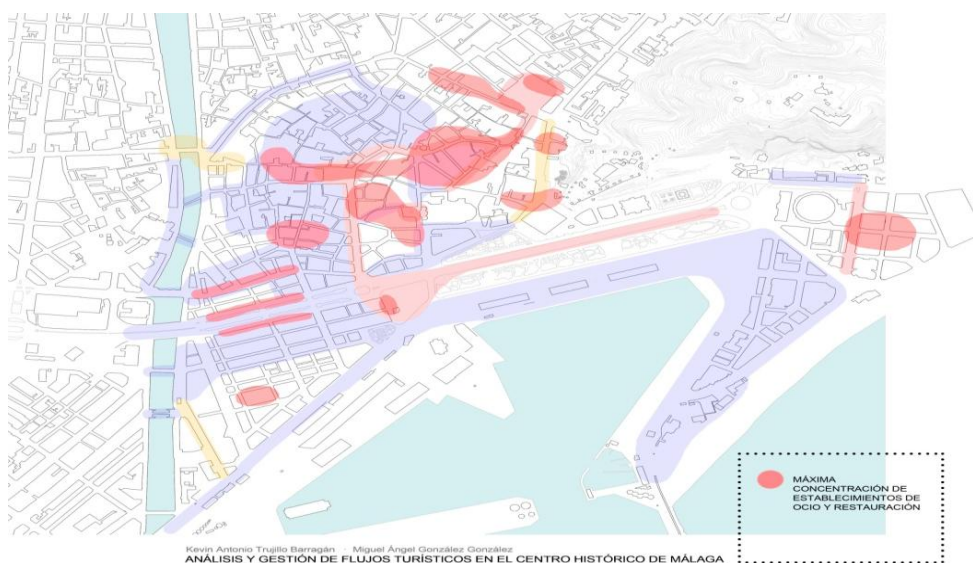


Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

La principal oferta de ocio y restauración se localiza en el corazón del centro histórico. Aunque también encontramos un número importante de establecimientos tanto al sur en torno al barrio del Soho, como al norte cerca de la Plaza de la Merced, y al este en las cercanías de la Plaza de toros de la Malagueta.

Si superponemos el mapa de nubes de la oferta de restauración y ocio con el mapa de nubes de los flujos, podemos observar como las zonas de concentración de este tipo de oferta, en su mayoría, coinciden con los puntos de mayor tránsito turístico.

Mapa 11 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los establecimientos de ocio y restauración por áreas (Anexo pág. 15)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Las relaciones entre oferta de alojamiento, oferta de restauración y ocio, y distribución de los flujos que observamos en este estudio, como describimos en apartados anteriores, verifican la relación e influencia directa de estas variables en el tránsito y desplazamiento turístico por las ciudades históricas. Por ejemplo, el control o límite de licencias de apertura en zonas masificadas, o proporcionar facilidades para la generación de oferta de ocio y restauración en otras, son medidas necesarias para regular el flujo de visitantes y residentes en el destino.

### **9.9. RELACIÓN ENTRE LOS FLUJOS GENERALES Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTACIONAMIENTOS Y PARADAS DE AUTOBÚS**

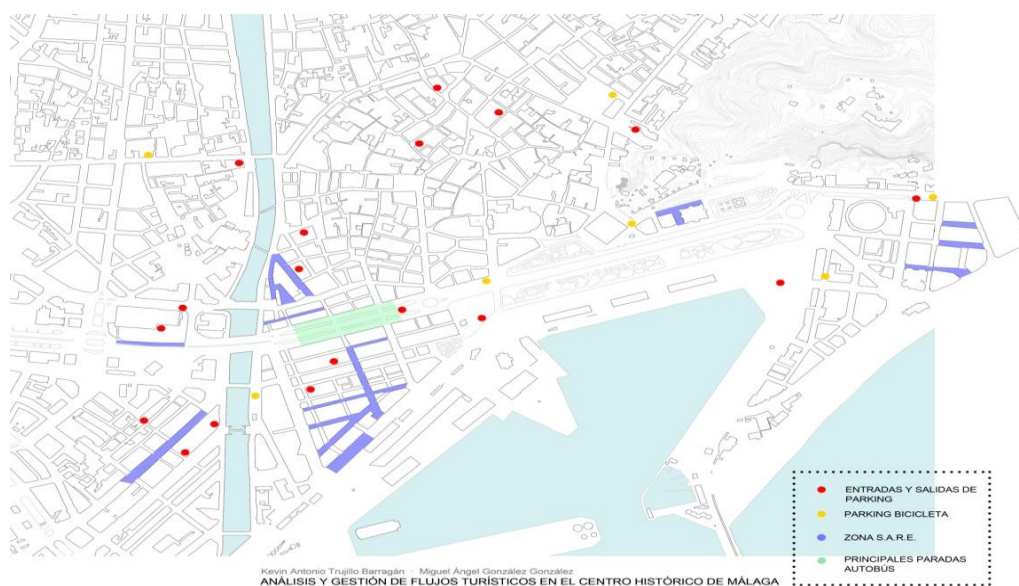
Como describimos al inicio de este documento, la distribución de las zonas de estacionamiento, paradas de autobús, etc. puede influir en los flujos turísticos en el sentido de creación de puertas de entrada al centro, aglomerando masas importantes de personas en un pequeño radio cercano a las inmediaciones de la zona histórica. De igual forma, la concentración de estacionamientos, paradas, etc. en una misma zona puede crear congestiones y conflictos a lo largo de un trayecto determinado para el que no existe otra vía alternativa.

Para la realización de esta cartografía hemos recurrido a la web del Ayuntamiento de Málaga en su apartado de localización de equipamientos ([www.malaga.eu](http://www.malaga.eu)), identificando tanto entradas como salidas de parking; a la web de la EMT en su apartado "Líneas y horarios" ([www.emtmalaga.es](http://www.emtmalaga.es)), localizando la mayor aglomeración de paradas en el centro, optando por no representar las paradas aisladas por no poseer un elevado interés para el análisis; a la web de estaciones de bicicletas en Málaga ([malagabici.malaga.eu](http://malagabici.malaga.eu)), representando aquellos estacionamientos dentro o cercanos al centro histórico; y al Plan Municipal de Movilidad Sostenible de Málaga (Plan Municipal de Movilidad Sostenible de Málaga, 2011), a través del cual hemos localizado las zonas S.A.R.E. del centro histórico.

Como vemos en el mapa de localización de parking, paradas de autobús, parking de bicicletas y zonas S.A.R.E., el principal conflicto de congestión lo podríamos encontrar en la Alameda Principal, puesto que se concentran las principales paradas de autobús, junto con la existencia de dos parking cercanos y una zona S.A.R.E. bastante amplia en la zona del Soho. Empíricamente reconocemos un problema de tránsito elevado en la zona. Este problema de congestión surge porque se trata del trayecto de obligado tránsito para entrar al centro histórico, ya sea filtrando personas por las pequeñas calles que colindan con ella o hasta la llegada de las masas al inicio de Calle Larios. Si superponemos este mapa con el de flujos generales veremos que para esta zona no se identifican problemas de flujos, y es que como aclaramos anteriormente, existe un sesgo en la metodología importante. En la recogida de datos no se tenía en cuenta a la población residente, y esta zona en concreto y los elementos que estamos analizando son de uso principalmente local. Los

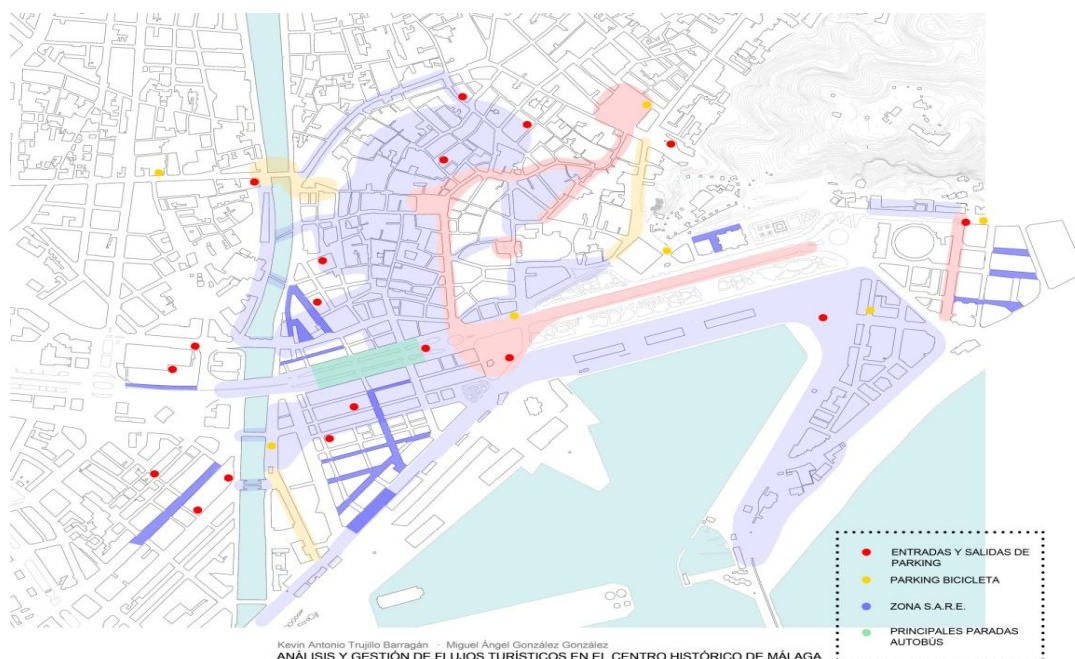
visitantes suelen alojarse en el mismo centro histórico y no tienen necesidad de hacer uso ni de parking ni de autobuses. No obstante, aunque no sea una zona de tránsito turístico, las dificultades que se puedan encontrar tanto residentes como visitantes afectarán negativamente a la imagen de la ciudad y a la experiencia en esta.

Mapa 12 - Localización y distribución de parking, paradas de autobús, parking de bicicletas y zonas S.A.R.E (Anexo pág. 16)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 13 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los parking, paradas de autobús, de bicicletas y zonas S.A.R.E. (Anexo pág. 17)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Un elemento importante principalmente pensando en los excursionistas es la posibilidad de realizar rutas en bicicleta en lugar de a pie. Esto posibilitaría el desplazamiento a zonas y recursos más alejados de las rutas e hitos principales, lo que contribuiría a la diversificación de los flujos. Sin embargo, la existencia de parking de bicicletas en el centro es muy deficiente, con tan solo cuatro paradas ([malagabici.malaga.eu](http://malagabici.malaga.eu)) en el núcleo y tres en las zonas colindantes a este. Además, la inexistencia de paradas en la parte oeste y céntrica del casco histórico imposibilita la redirección de usuarios hacia estas zonas por carecer de lugares donde estacionar sus bicicletas.

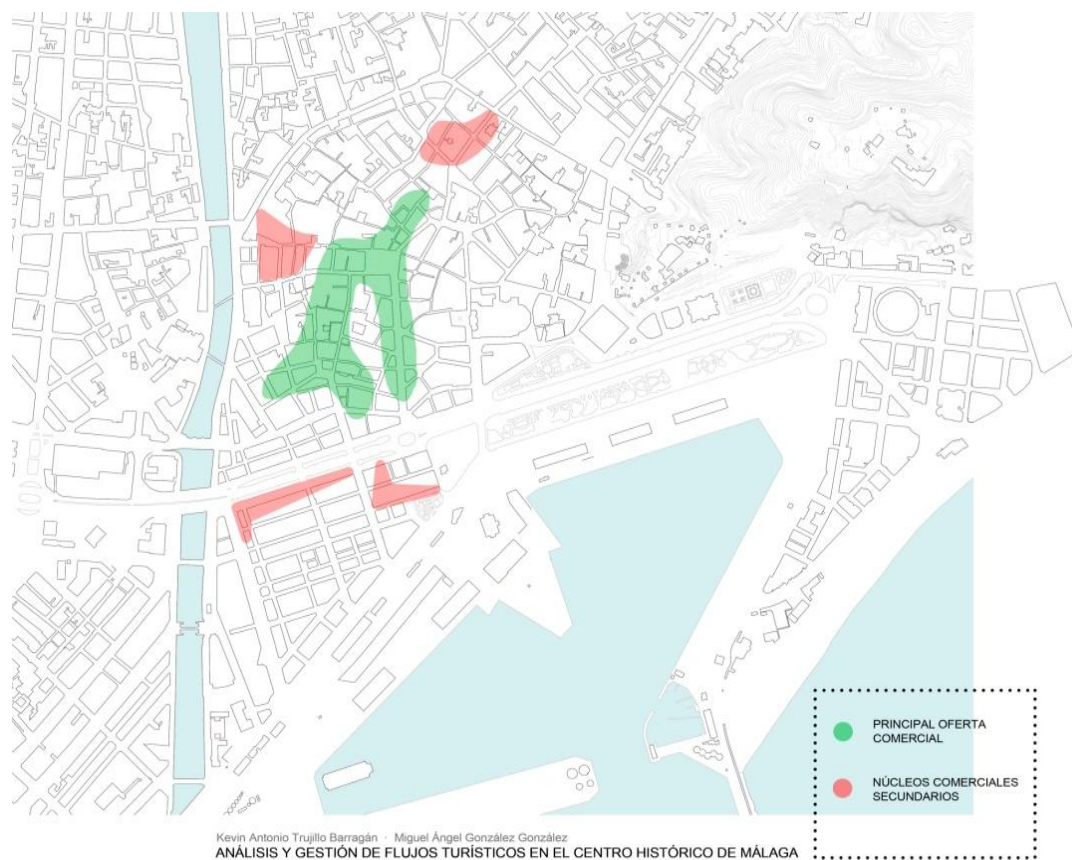
#### **9.10. RELACIÓN ENTRE LOS FLUJOS GENERALES Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES**

Para la realización de este apartado hemos recurrido a fuentes de localización cartográfica de comercios en el centro histórico de Málaga. Concretamente hemos utilizado la web "centrohistoricomalaga.com" ([www.centrohistoricomalaga.com](http://www.centrohistoricomalaga.com)) y "google maps" con la referencia de búsqueda "tiendas en el centro histórico de Málaga" ([www.google.es](http://www.google.es)). Ambas web arrojan unos resultados similares, por lo que eliminamos el sesgo que pudiéramos encontrar. Uno de los inconvenientes es el tipo de información que ofrecen, agregando toda tipología de oferta. A este respecto el visitante, pese a que en ocasiones se interesa por comercios de todo tipo, principalmente hace uso de comercios de marcas conocidas de ropa o joyería, y no acude a establecimientos de venta de electrodomésticos, electricidad, etc. Al no ser posible filtrar la información, representaremos los datos individuales de forma agregada con nubes. La intención es identificar las zonas que aglomeran una mayor cantidad de comercios para intentar buscar patrones influyentes en los flujos turísticos. No obstante, la experiencia empírica nos permite identificar zonas dentro de estas masas agrupadas, que conocemos que acumulan comercios típicamente visitables por los visitantes.

A continuación se representa la distribución de los comercios por el centro histórico de manera agrupada. Aquellas zonas que carecen de representación no quiere decir que no dispongan de oferta comercial, simplemente no reúnen un número tan elevado de comercios como las representadas.

Como vemos, la principal oferta comercial se concentra en el corazón del centro histórico, a lo largo de la Calle Larios, los alrededores de la Plaza de la Constitución, el entorno de la Plaza Félix Sáenz, la calle San Juan y calle Nueva y sus alrededores. También observamos pequeños núcleos en el entorno de la Plaza San Pedro de Alcántara, las inmediaciones de la calle Compañía cerca del Puente de la Aurora, y algunos núcleos pequeños en el barrio del Soho en sus límites con la Alameda Principal.

Mapa 14 - Distribución de los comercios por áreas (Anexo pág. 18)



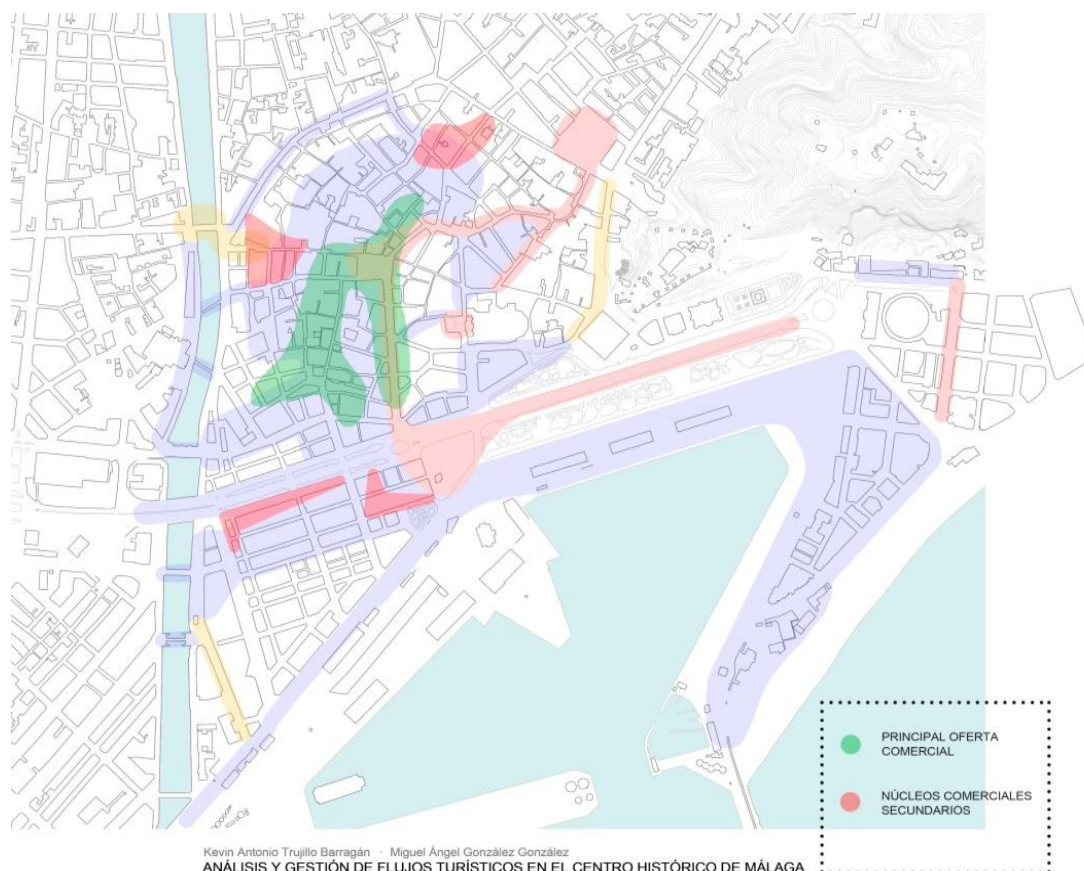
Fuente: *Elaboración propia en colaboración con González, M.A.*

Esta organización céntrica, cercana y en torno a calles principales, facilita la compra de los visitantes, pues como ya definimos en apartados anteriores, suelen moverse en entornos seguros y con afluencia de personas. Pese a que como hemos mencionado la oferta representada no ha sido filtrada, la exploración directa nos ayuda a identificar dos núcleos principales en cuanto a compras del visitante: Calle Larios e inmediaciones, y entorno de la Plaza Félix Sáenz y calle Nueva.

Además de la disposición de los comercios como factor influyente en el movimiento de los visitantes, el tipo de franquicias y marcas de las que disponga el destino también condicionará la tipología de visitante y con ello el movimiento en destino. A su vez, la concentración de marcas en una misma zona consigue que esta sea identificada por el visitante como una zona principalmente turística, por lo que no servirá a la hora de gestionar los flujos utilizar los comercios de manera individual como medida de diversificación, siempre deberemos hacerlo de manera aglomerada.

Si superponemos el mapa de flujos generales con el de distribución de los comercios, podemos llegar a varias conclusiones según estos resultados.

Mapa 15 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los comercios por áreas. (Anexo pág. 19)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Por una parte, observamos que los mayores flujos coinciden con el trayecto comercial de Calle Larios hacia la Plaza de la Constitución. En nuestra opinión no son los comercios los que determinan en este caso la gran afluencia de flujos por aquí, puesto que se trata de una calle principal y de alto reconocimiento para el visitante. Sin embargo, sin los comercios que la componen, ese trayecto no sería lo que es hoy día. La afluencia de personas, la posibilidad de realizar compras, la imagen de ciudad, etc. que otorga la existencia de las principales franquicias de ropa (aunque no de alta gama, se adapta a la tipología de visitante que acoge el destino) distribuidas a lo largo de esta calle, supone un incentivo más para transitar por ella.

Por otra parte, sorprende que la segunda zona de concentración de comercios no disponga de flujos elevados. Una razón podría ser que el tipo de oferta que podemos encontrar allí no es capaz de captar la atención del visitante. Otra razón podría ser que al inicio del itinerario turístico, comúnmente comenzado por Calle Larios, los visitantes realizan sus compras a lo largo de este trayecto, y una vez alcanzan la altura de la Plaza de la Constitución, continúan su itinerario en dirección este, donde se localizan los principales elementos turísticos de interés.

## **MÓDULO III: MEDIDAS DE GESTIÓN**

### **CAPÍTULO 10 INTRODUCCIÓN**

Los diferentes conflictos ocasionados por los flujos turísticos deben ser gestionados con el objetivo de mejorar el funcionamiento turístico de la ciudad, así como las relaciones entre el turismo y la población local, o la imagen de destino entre otros muchos efectos positivos. Para gestionar de manera eficiente los flujos turísticos, como desarrollamos en el módulo I, existen diferentes medidas de gestión. Estas se clasifican en blandas y duras en función del grado de efecto que supongan dichas acciones. A lo largo de este módulo desarrollaremos diferentes medidas de gestión que contribuirán a solventar algunos problemas puntualmente localizados, mejorar la redistribución de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga, poner en valor hitos y áreas turísticamente infrautilizadas, incentivar el desarrollo económico de las zonas menos transitadas, etc.

### **CAPÍTULO 11 INTERVENCIÓN URBANA**

#### **11.1. CONTEXTUALIZACIÓN**

Incluida en las medidas de gestión de flujos turísticos encontramos la intervención en el entorno urbano como una de las acciones de mayor impacto físico, que requiere de una inversión más elevada y cuyos beneficios repercuten de forma directa tanto en la redistribución como en la canalización de los flujos turísticos. De esta forma, tras el análisis elaborado y la investigación empírica durante meses en el entorno de la Plaza de la Marina, observamos en la salida del Palmeral de las Sorpresas por la intersección entre Plaza de la Marina y Paseo del Parque, un grave conflicto en lo que a flujos turísticos se refiere, aglomerando grandes masas de cruceristas en torno a una única salida hacia la ciudad que obliga el tránsito por pasos de peatones no adaptados a grandes flujos y aceras de medidas inferiores a las necesarias para un tránsito fluido. Todo ello sumado a una deficiente señalización turística y una incorrecta canalización de flujos hacia el centro histórico.

Intervenir en esta zona se hace necesario si como vemos a continuación, el sector de cruceros en Málaga ha experimentado una evolución positiva en los últimos años, aportando importantes volúmenes de turistas a la ciudad, aunque en 2013 viera mermadas las llegadas de forma considerable. Si bien es cierto que no todos los cruceristas desembarcan para visitar la ciudad, un elevado porcentaje de ellos sí que deciden hacerlo. Es aquí donde reside la importancia de generar una experiencia positiva en el visitante a todos los niveles, consiguiendo que este se sienta satisfecho después de desplazarse

por la ciudad sin barreras arquitectónicas, aglomeraciones o sufriendo situaciones indeseadas.

Tabla 1 - Número de cruceristas puerto de Málaga

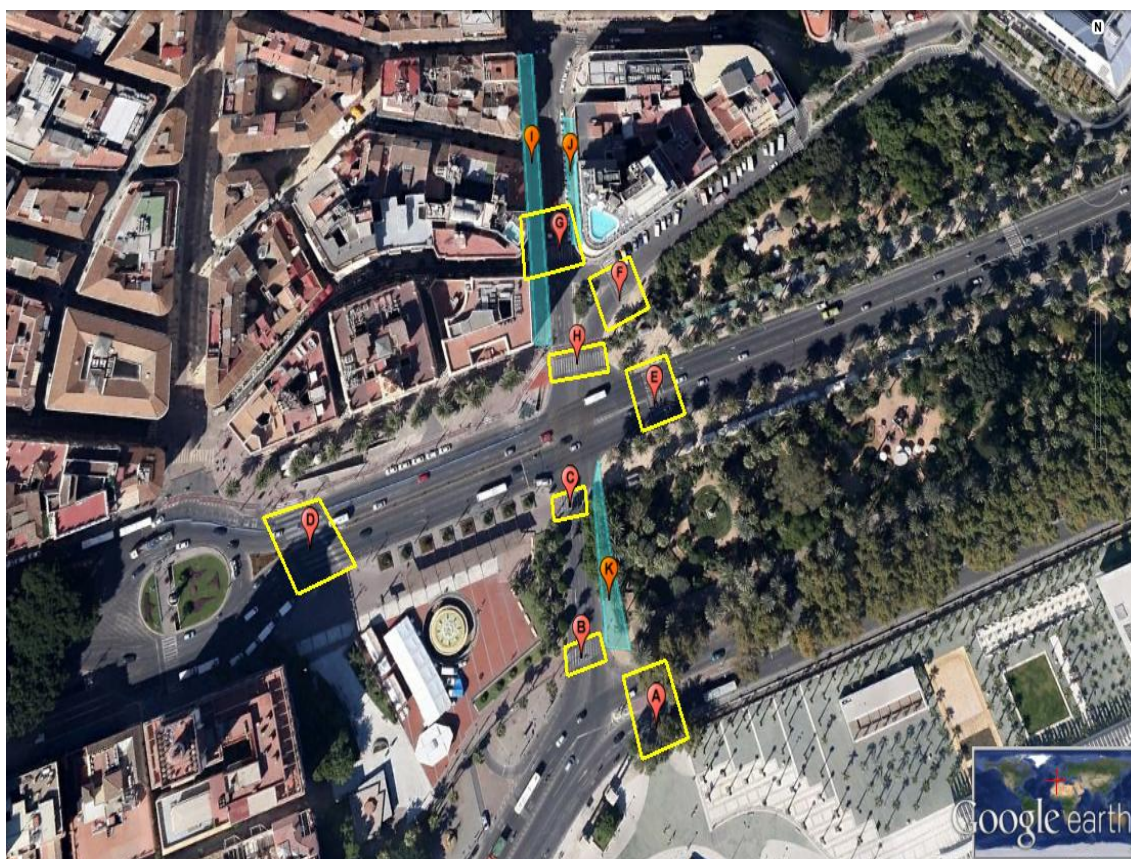
Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Cruceistas	292567	352993	487955	659123	638845	651517	397095

Fuente: Elaboración propia a partir de [www.puertos.es](http://www.puertos.es)

Este crecimiento constante, salvando 2013 y el ligero decrecimiento sufrido en 2011, requiere no sólo incrementar la oferta turística del destino sino remodelar el urbanismo de la ciudad para poder efectuar una redistribución de flujos más efectiva.

En cuanto al problema de las medidas de las aceras que conforman el actual itinerario de los cruceristas al salir del puerto, el cual desarrollaremos en los siguientes apartados, utilizando la herramienta de Google Earth hemos podido medir la anchura de las aceras que conforman la zona de intervención y que por sus dimensiones causan conflicto, así como la de los pasos de peatones que necesariamente se deben cruzar para pasar del puerto a la ciudad.

Mapa 16 - Localización y medición de las aceras y pasos de peatones influyentes en el tránsito de flujos en la zona de intervención (Anexo pág. 20)



Fuente: Elaboración propia. Google Earth

En rectángulos amarillos se representan los pasos de peatones. Y en áreas azules translúcidas se representan aquellas pequeñas calles o aceras de dimensiones problemáticas.

Las dimensiones obtenidas son las siguientes:

A: 6,5 m      G: 5 m  
B: 5,2 m      H: 5 m  
C: 5,1 m      I: 2,5 m  
D: 15 m      J: 2,5 m  
E: 5 m      K: Parte más ancha 9,5 m / Media 4,2 m/ Más estrecha 2 m  
F: 5 m

Si tenemos en cuenta el gran número de personas que de forma conjunta se desplazan por este área y hacen uso concurrente de aceras y pasos de peatones, estamos ante un grave problema de congestiones y aglomeraciones en todas aquellas calles y pasos de peatones que no superan como mínimo los 15 m de ancho. Se estima esta medida tras la observación directa del tránsito por el paso de peatones "D" y concluir que su medida es óptima para evitar conflictos en el desplazamiento de grandes flujos. Debemos tener en cuenta que hablamos de volúmenes de flujos conformados por decenas e incluso centenas de personas desplazándose en un mismo momento por un mismo área e itinerario.

## 11.2. OBJETIVO

El objetivo principal de esta intervención es conseguir integrar de forma física y visual la Plaza de la Marina con el Paseo del Parque, con el fin de obtener un espacio homogéneo con menor densidad de tráfico para los peatones; con un mayor espacio disponible para el desarrollo de actividades económicas que favorezcan el consumo turístico en este nodo de distribución; que mejore la accesibilidad a la zona y aporte una mayor flexibilidad de movimientos turísticos hacia la Alameda Principal, Calle Larios y entorno de la Catedral; así como evite conflictos de aglomeraciones como los generados en las zonas de tránsito actuales.

## 11.3. DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN

La intervención se realizaría en la Plaza de la Marina, ubicada en el distrito centro de la ciudad. Esta plaza constituye uno de los puntos neurálgicos de la ciudad, puesto que es aquí donde se cruzan dos importantes ejes, como son la Alameda Principal y el Paseo del Parque. De la misma manera encuentra intersecciones con algunas de las calles más concurridas del centro histórico, como serían Calle Larios, Calle Molina Lario y el acceso principal al

Puerto de Málaga. Además, supone la conexión directa con el puerto y con el barrio del Soho. A todo ello debemos sumar el hecho de que localiza en sus límites una oficina de información turística.

Así mismo, aunque la acción material se realice en la Plaza de la Marina, la intervención abarca un espacio más amplio, puesto que debemos tener en cuenta el proyecto propuesto por la Gerencia Municipal de urbanismo del Ayuntamiento de Málaga en el entorno de la Catedral.

La zona de intervención quedaría delimitada de la siguiente manera:

- Por el oeste: Calle “Plaza de la Marina”. Y aunque se encuentra fuera de nuestra capacidad de intervención, también se vería afectada la calle Córdoba, por la necesaria redirección del tráfico que transcurre por la vía que separa el Paseo del Parque de la Plaza de la Marina (como veremos en el apartado Descripción de la actuación).
- Por el este: Inicio del Paseo del Parque
- Por el sur: Salida del puerto. Avenida Manuel Agustín Heredia.
- Por el norte: Alameda principal desde Calle Larios hasta calle Molina Lario.

#### **11.4. JUSTIFICACIÓN**

Como ya hemos mencionado, la Plaza de la Marina constituye el primer contacto entre los turistas de cruceros y la ciudad. Por esto y por su función dentro del destino como nodo de distribución que facilita la gestión de los flujos turísticos, debe consolidarse como una zona segura, agradable, con actividad, atractiva y accesible en la ciudad. Actualmente, por diversos motivos no nos encontramos ante esta situación. Hoy día, de la manera que está constituida la zona, existen grandes deficiencias e ineficacias en la gestión de flujos que proceden del puerto.

La intervención que proponemos y que se describe en el siguiente apartado, es necesaria para este punto neurálgico de la ciudad, ya que se ha detectado una grave falta de permeabilidad visual y física en la zona. Todo ello implica grandes dificultades en la distribución y tránsito de los flujos turísticos, ya que existen una gran cantidad de obstáculos que el turista debe sortear para poder acceder al centro histórico desde el puerto.

La investigación empírica a través del estudio de campo realizado durante diferentes días de los meses comprendidos entre octubre de 2013 y mayo de 2014, nos ha permitido detectar una serie de problemáticas habituales y de diversas naturalezas que hacen necesario intervenir en la zona. Se observa:

- Un déficit importante en la ordenación y canalización de flujos turísticos.
- Falta de conexión Puerto-Ciudad.

- Incoherencia entre el urbanismo actual en el ámbito de intervención y los mapas que se presentan a los turistas.
- Desubicación turística por falta de integración.
- Numerosos obstáculos para el tránsito entre Puerto-Ciudad.
- Itinerario seguido por los turistas erróneo y deficiente (Imagen 1. Punto crítico).
- Falta de permeabilidad visual Puerto-Calle Larios.
- Fracturación y fuerte diferenciación de espacios (Paseo del Parque y Plaza de la Marina).
- Señales turísticas deficientes y mal ubicadas en el área de intervención.
- Falta de elementos de mobiliario urbano.
- Problemas de accesibilidad a personas con problemas de movilidad reducida.
- Ausencia de actividad económica que permita el filtrado en tiempo de visitantes.

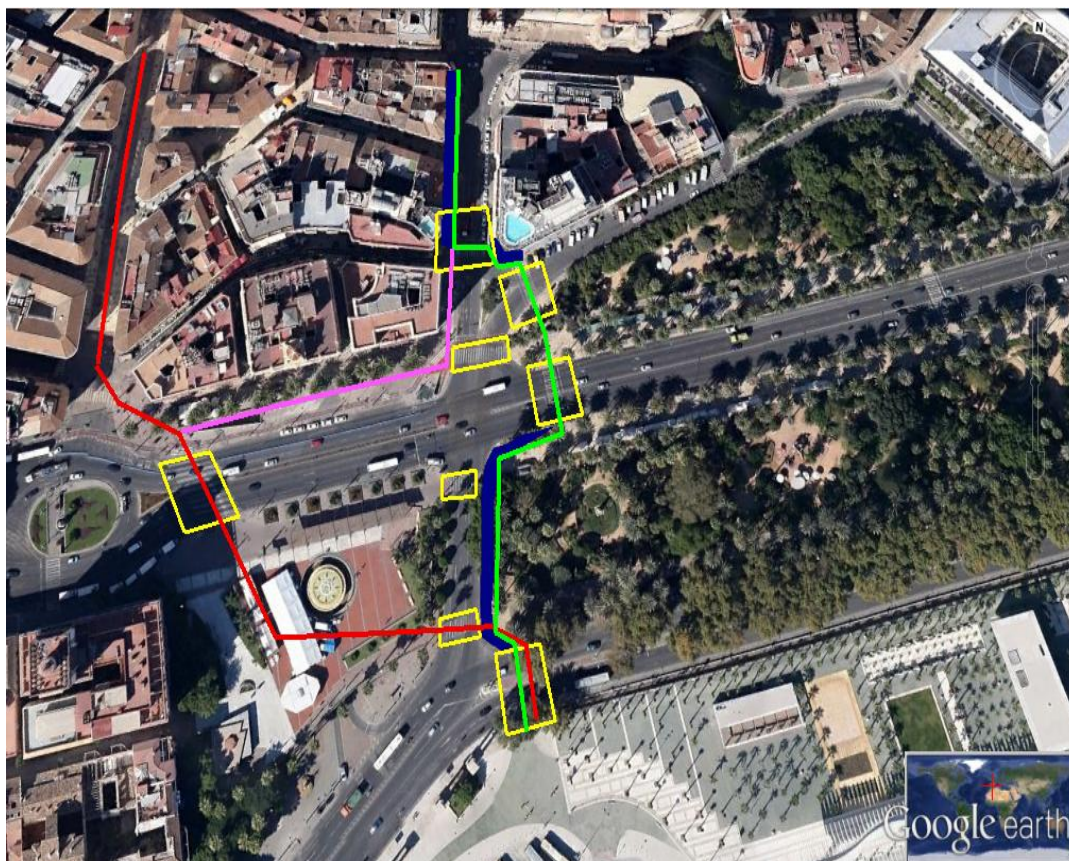
Imagen 1 - Composición del recorrido actual de los cruceristas (Punto crítico)  
(Anexo pág. 21)



*Fuente: Elaboración propia*

Como vemos, representado en tono verde localizamos el itinerario que realizan los cruceristas en la actualidad cuando salen del puerto. Atravesar cinco pasos de peatones de dimensiones no adaptadas para la acogida de grandes masas, el tránsito por aceras de dimensiones inferiores a las óptimas para evitar aglomeraciones, y el desuso y posible filtración que podría realizar la Plaza de la Marina, son los principales inconvenientes de la realización de este itinerario. En rojo se representa el posible itinerario hacia Calle Larios. En tono rosa se representa el posible desvío desde Calle Larios hacia Molina Larios y viceversa dependiendo del primer itinerario escogido. En rectángulos amarillos se representan aquellos pasos de peatones influyentes en el tránsito de los flujos. Y en áreas azules se representan aquellas aceras de dimensiones inferiores a las óptimas para un desplazamiento de flujos eficiente.

Mapa 17 - Posibles desplazamientos actuales (Anexo pág. 22)



Fuente: Elaboración propia. Google Earth

A continuación, en el apartado "Descripción de la intervención" proponemos una serie de remodelaciones, actuaciones, creación de infraestructuras, etc. que contribuirán a mejorar el tránsito de los flujos turísticos en este área y a subsanar los problemas existentes actualmente.

## 11.5. DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

Con esta intervención proponemos una Plaza de la Marina que funcione como nexo de unión entre el puerto y la ciudad, consiguiendo un tránsito ininterrumpido desde/hacia Calle Larios, entrada al Palmeral de las Sorpresas y el Paseo del Parque.

Concretamente, proponemos ampliar la Plaza de la Marina para unificarla con el Paseo del Parque. Para ello planteamos cortar la circulación en la vía rodada intermedia entre estos dos puntos. Se trata de una intervención que permite unificar un espacio que actualmente se encuentra fragmentado. Dentro de este área hemos concluido que el punto más conflictivo es la esquina que da inicio al Paseo de España por la parte enfrentada a la Plaza de la Marina, ya que los cruceristas que salen del puerto se dirigen mayoritariamente hacia la Catedral de manera intuitiva, puesto que no existe un recorrido preestablecido o señalizado que los dirija hacia un itinerario más eficiente, con las consecuentes aglomeraciones provocadas por las reducidas medidas de las aceras y el riesgo que supone cruzar el elevado número de pasos de peatones que forman parte de ese trayecto. Con la unión de espacios y la puesta en marcha de diferentes acciones que incentiven el desarrollo económico y turístico de la zona, conseguiremos una redirección de flujos hacia Calle Larios o hacia el entorno de la Catedral, pero siempre una vez cruzada la avenida por el paso de peatones que une Plaza de la Marina con Calle Larios, con el fin de minimizar el tránsito por vías rodadas no adaptadas, puesto que este paso de peatones sí que dispone de las medidas y el tiempo de espera adaptados a grandes masas de personas. O como proponemos, adaptar el resto de pasos de peatones influyentes en el tránsito para posibilitar dos itinerarios posibles, el ya mencionado y la opción de continuar recto hacia el entorno de la Catedral.

El tráfico rodado que se verá afectado por el cierre de la vía secundaria que intersecciona la Plaza de la Marina con el Paseo del Parque, se redireccionará por calle Córdoba, y desde allí volverán a tener acceso al Paseo del Parque a través de la Alameda Principal.

Una vez revisado el PGOU (Anexo, pág. 23 y 24) la zona elegida de intervención es apta para realizar las propuestas descritas. La Plaza de la Marina corresponde a Suelo Urbano y la vía que se pretende eliminar es una Vía Secundaria, que además verá reducido su volumen de tráfico cuando finalice la peatonalización del entorno de la Catedral.

Las actuaciones concretas a llevar a cabo para conseguir nuestro objetivo serían:

- Salvar el desnivel existente provocado por el muro actual y mejorar la accesibilidad de la zona a través de la creación de una infraestructura de escaleras y rampas (Imagen 2).
- Sustituir las pérgolas longitudinales actuales por nuevas pérgolas cuya base interior presentará un cristal de espejo (Imagen 3), como el utilizado en el

proyecto de Foster & Partners en el Puerto de Marsella. Estos espejos estarán distribuidos en tres áreas de la plaza, en dos de ellas cubrirán espacios de descanso y la central no sólo servirá para proteger del sol, sino también como unión hasta el Parque.

- Incorporar una “barrera cromática de diseño” (Imagen 4) que minimizará el impacto visual provocado por el tráfico y los coches de caballos reubicados.
- Sustituir la fuente actual por una fuente multichorro sin base (Imagen 5), permitiendo así una utilización total del espacio de la plaza en momentos puntuales.
- Incluir un área de pequeños puestos que dinamicen la actividad económica de la plaza en el ámbito comercial.
- Incorporar dentro de la plaza las terrazas de los bares ubicados actualmente en su entorno, con el objetivo de desarrollar la actividad económica, favorecer el tránsito y la estancia en la plaza de personas. Esto permitirá que el filtrado de turistas hacia el interior del centro histórico sea en núcleos de un número menor.
- Sustituir las jardineras actuales por unas láminas de vegetación bajas que permitan visualizar la Calle Larios desde la misma salida del puerto, con el fin de canalizar los flujos hacia allí.
- Eliminar las zonas ajardinadas de la plaza para obtener un espacio diáfano que permita usos múltiples además de incrementar el espacio. Toda esta vegetación afectada la reubicaremos en el Jardín Botánico de la Concepción.
- Reubicar el estacionamiento de calesas de la Ruta Romántica que actualmente se encuentra al inicio del Paseo del Parque, en la Alameda principal. Esta nueva zona de estacionamiento estará adaptada a las necesidades derivadas de la naturaleza de la actividad (alcantarillado) con el fin de minimizar malos olores. Estará ubicado tras la “barrera cromática de diseño”, de esta forma ni malos olores ni un impacto visual no deseado formarán parte de la primera impresión del turista.
- Recubrir con vegetación natural las diferentes estaciones de luz y agua que actualmente se encuentran a plena vista. Este recubrimiento se hará con arbustos y plantas enredadera para que el efecto visual tenga un impacto reducido, de esta manera se encontrarán ocultas entre el resto de vegetación.
- Ampliar las dimensiones del paso de peatones que une la salida del puerto con el Paseo del Parque. Proponemos un paso de peatones de 15 m, frente al actual de 6,5 m.
- Modificar el tiempo de espera de los semáforos pertinentes.
- Ubicar en los pasos de peatones a intervenir pilonas retráctiles ralentizadoras, con el fin de incrementar la seguridad del viandante.

A continuación podemos observar en plano cómo quedaría la Plaza de la Marina y su entorno tras las intervenciones propuestas. Para la elaboración de los planos ha colaborado con nosotros la arquitecto Dña. Beatriz Perea Medina. De igual forma mostramos, a través de varias imágenes obtenidas de diferentes web, ejemplos de en qué consisten exactamente algunas de las acciones propuestas.

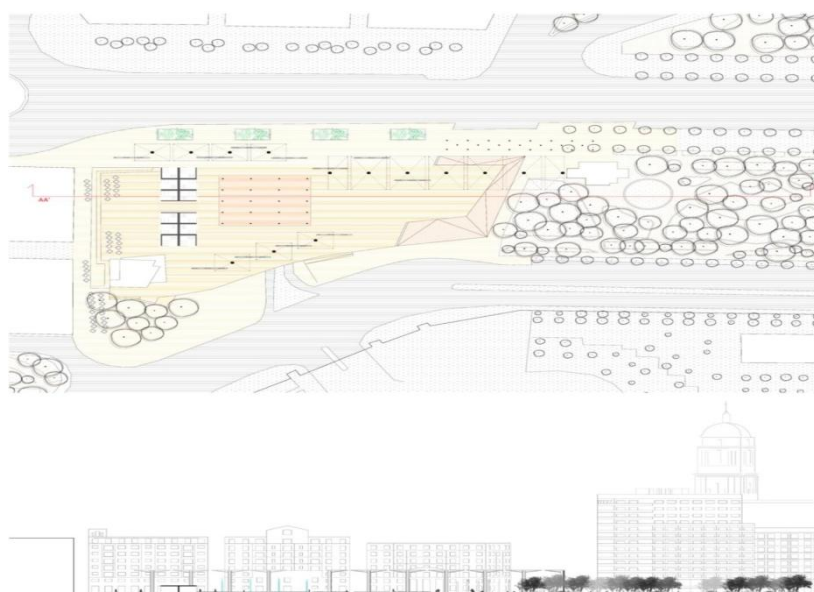
### Plano 1 - Representación del antes y el después de las acciones propuestas (Anexo pág. 25)



Kevin Antonio Trujillo Barragán - Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

Fuente: Elaboración propia en colaboración con Perea, B

### Plano 2 - Intervenciones propuestas representadas en planta y alzado (Anexo pág. 26)



Kevin Antonio Trujillo Barragán - Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

Fuente: Elaboración propia en colaboración con Perea, B.

Plano 3 - Levantamiento en tres dimensiones de la zona intervenida (Anexo pág. 27)



Kevin Antonio Trujillo Barragán · Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

Fuente: *Elaboración propia en colaboración con Perea, B.*

Imagen 2 - Ejemplo de infraestructura de escaleras y rampas (Anexo pág. 28)



Fuente: [www.solucionista.es](http://www.solucionista.es)

Imagen 3 - Ejemplo de pérgola con base de cristal de espejo (Anexo pág. 28)



Fuente: [www.scalae.net](http://www.scalae.net). Fosters and Partners (Puerto de Marsella)

Imagen 4 - Ejemplo de barrera cromática de diseño (Anexo pág. 28)



Fuente: Sociedad de Alumnos ESIA Tecamachalco. Creación de C. Díaz, D. Verón, M. Valdepeña y C. Luna

Imagen 5 - Ejemplo de fuente multichorros sin base (Anexo pág. 28)



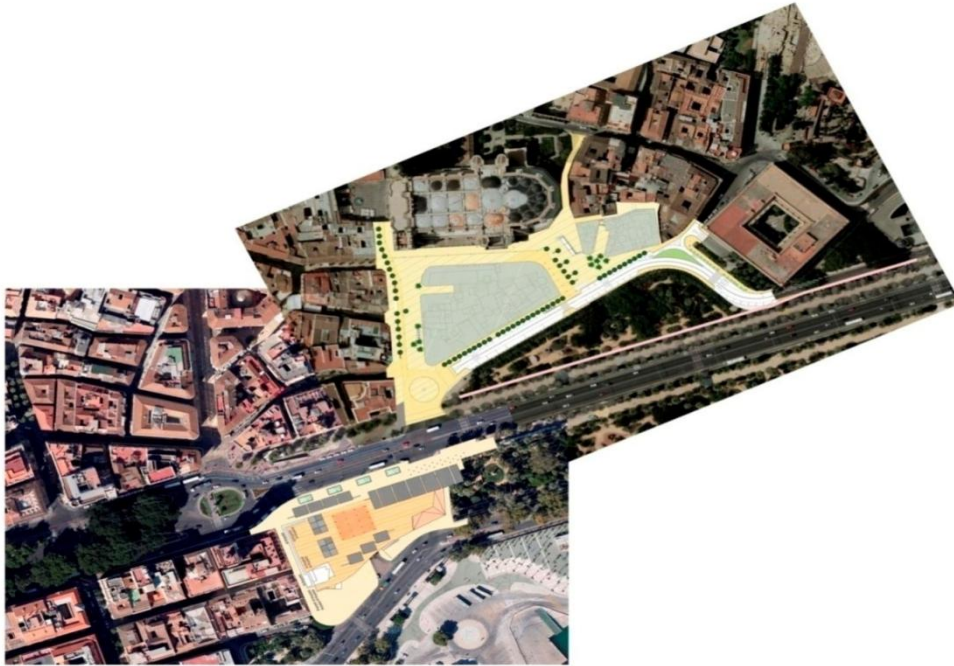
*Fuente: [www.elandroidelibre.com](http://www.elandroidelibre.com)*

Además, la intervención sería complementaria al Proyecto de Urbanización del Entorno de la Catedral (Plano 4) que propone el Ayuntamiento de Málaga, ya que entra dentro de la obtención de calidad urbana y recuperación socio-cultural que se pretende conseguir. Generando la unión de ambos espacios un incremento en la satisfacción turística.

Con las actuaciones propuestas, el punto crítico detectado (conexión deficiente puerto-Catedral. Imagen 1. Página 50) se corregirá, ya que el recorrido intuitivo que realizan actualmente los cruceristas quedaría totalmente integrado en la nueva Plaza de la Marina, incentivando el tránsito por ésta hacia el inicio de Calle Larios para llegar hasta la Catedral. Y en el caso de decantarse por la ruta directa atravesando en línea recta el espacio salida del puerto-Catedral, el espacio se encontrará adaptado para la acogida y tránsito de grandes masas de personas.

Además, como podemos observar en el mapa 18, reduciríamos el número de pasos de peatones a sólo dos sea cual sea el itinerario escogido, esto también contribuirá a reducir la inversión a la hora de modificar estos pasos de peatones para adaptarlos al tránsito de grandes flujos. De igual forma, aquellas estrechas aceras o pequeñas calles que impedían el tránsito fluido, quedan ahora enmarcadas dentro de un gran espacio homogéneo y abierto que evita cualquier conflicto en lo que a flujos se refiere.

Plano 4 - Representación de la intervención propia junto con la propuesta en el entorno de la Catedral (Anexo pág. 29)



Kevin Antonio Trujillo Barragán - Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

Fuente: *Elaboración propia en colaboración con Perea, B.*

Mapa 18 - Mejoras en la gestión de flujos después de las intervenciones (Anexo pág. 30)



Fuente: *Elaboración propia. Google Earth*

## 11.6. FINANCIACIÓN

Por las características de la intervención, su financiación debe provenir principalmente de la Administración Pública Local. Si bien pueden intervenir la Junta de Andalucía y Puertos del Estado, puesto que aunque no se realice en terreno portuario afecta directamente en beneficio de este, así como contribuye a la mejora del destino en general y dinamiza económicamente la zona.

Dadas las limitaciones propias de un proyecto como este, nos es imposible generar un presupuesto exacto y detallado. No obstante, basándonos en intervenciones similares como la llevada a cabo por el Consorcio Qualifica para la Plaza Virgen de la Peña en Mijas y cuyo presupuesto se estimó en 4.850.000 euros, podemos estimar un presupuesto en torno a los 5.000.000 euros. Este proyecto fue financiado 70% Consorcio Qualifica y 30% Ayuntamiento de Mijas. La descripción del proyecto la podemos encontrar en la web del Consorcio ([www.qualifica.es](http://www.qualifica.es)), aunque se detalla a pie de página<sup>10</sup>. De forma resumida, esta intervención lleva a cabo acciones de remodelación, peatonalización y regeneración económica, tanto en la plaza como en su entorno, con el objetivo de generar un espacio más amplio que facilite el tránsito y la actividad de los peatones .

## CAPÍTULO 12 INTERVENCIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN DE LAS SEÑALES TURÍSTICAS

### 12.1. INTRODUCCIÓN

Pese a los diferentes tipos de señales generales y turísticas que veremos más adelante, este estudio se centra en la intervención en una sola tipología de señalización turística. Se trata de la señalización direccional peatonal en centro urbano. Nos centramos en esta tipología porque es la que influye en mayor medida en la gestión de flujos turísticos peatonales en destino, y esta cuestión es la que hemos estado tratando a largo de todo el trabajo. La señalización turística orienta a los visitantes durante su recorrido de inicio a fin, brindándole información precisa y anticipada de los recursos o atractivos turísticos de la zona, lo que contribuirá a la redirección de los flujos, dirigir la visitas hacia recursos menos conocidos, establecer itinerarios de visita, etc. Por lo tanto, las señales turísticas deberán reunir una serie de pautas

---

<sup>10</sup> Descripción detallada de la intervención: *"El objeto es la remodelación, embellecimiento y peatonalización de la plaza Virgen de la Peña con el fin de conformar un espacio público abierto y versátil, de tamaño suficiente para poder alojar manifestaciones de gran aforo y en el cual el peatón sea el privilegiado. Para ello se hace necesaria una reorganización de la circulación de vehículos para reducir el tráfico en la zona y peatonalizar el vial que circunda la plaza actualmente. En el proyecto se contempla la ejecución de muros de contención de los desniveles existentes, el emplazamiento del mobiliario urbano y llevar a cabo iluminación artística y ajardinamiento. Como consecuencia, se pondrá en valor la plaza en términos turísticos y comerciales y como enclave de ocio y restauración de indudable potencial para el municipio de Mijas."*

técnicas y metodológicas en su diseño y ejecución con el fin de mejorar la orientación de los visitantes en su desplazamiento en el destino (Manual de señalización turística del Perú, 2011).

Generalmente, las señales turísticas, tanto las indicativas como las referentes a información y planos (monolitos informativos, planarios, etc.), suelen localizarse en torno a los recursos más representativos del destino, siendo estos a su vez los que se promocionan en mayor medida. Este hecho, de cara a la gestión de flujos, supone un error relevante. El sentido de orientación a través de las señales turísticas en todos sus formatos condiciona el movimiento de los flujos, por lo que la información contenida en esta así como su localización influirán directamente en los itinerarios seguidos por los visitantes y en la elección de los recursos a visitar.

Las señales turísticas, además de poseer un significado convencional, responden a un idioma universal para informar al turista sobre los sitios, atractivos, servicios y actividades que pueden realizar. Por lo tanto, toda la información contenida en ellas, así como su diseño, deberán ser claros, reconocibles, y comprensibles para cualquier persona.

En el proceso de intervención en las señales turísticas, concretamente a la hora de establecer su localización y ubicación exactas, debemos tener en cuenta la composición del proyecto o actuación. Este consta de varios procesos, cada uno con un orden de ejecución en el tiempo. De esta manera tenemos:

- Estudio y análisis de la señalización existente.
- Estudio y planos sobre la localización y ubicación provisional.
- Confrontación del estudio provisional con los planos de localización del sistema general de infraestructuras urbanas (agua, electricidad, gas y telecomunicaciones). Puesto que si las señales deben anclarse al suelo, debemos modificar su ubicación provisional hacia aquellos lugares que no generen conflicto con estas infraestructuras subterráneas.
- Generación de los planos de la localización y ubicación definitiva del sistema de señales.
- Ejecución de su implantación.

Debido a las restricciones propias de tiempo y medios económicos, nuestro estudio sobre señales turísticas se desarrollará sólo hasta la segunda fase del proceso, es decir, sólo realizaremos un análisis de la señalización existente y una propuesta de localización y ubicación provisional.

## **12.2. REVISIÓN DEL MARCO LEGAL**

A la hora de intervenir en las señales turísticas de la ciudad de Málaga, debemos tener en cuenta la diferente normativa vigente referente a este tema.

El contenido y restricciones al respecto pueden limitar nuestro campo de actuación. Puesto que proponemos una reubicación de estas, deberemos prestar especial atención a las normas referentes al tipo de suelo, permisos y restricciones en cuanto a los lugares de ubicación.

Después de consultar diferentes fuentes normativas (PGOU, PEPRI, Ordenanza de movilidad, Ordenanza reguladora de accesibilidad en el municipio, Ordenanza reguladora de la ocupación de la vía pública y la Ordenanza de las instalaciones y las actividades publicitarias de la ciudad de Málaga), concluimos que no existe ninguna normativa específica y concreta referente a la señalización turística. No obstante, podemos encontrar limitaciones en diferentes planes y ordenanzas. A continuación se citan las fuentes y el contenido al respecto en ellas relevantes para la intervención en las señales turísticas.

- **Plan General de Ordenación Urbana de Málaga**

Cuando decidimos instalar una nueva red de señales por el centro histórico, debemos prestar especial atención al lugar escogido para su localización exacta, puesto que la mayoría de señales necesitan de anclado a la base en la que se encuentran. Un plan de señalización requiere una primera ubicación provisional, que posteriormente será cotejada con la localización de los diferentes elementos que pueden verse alterados por dicha ubicación. Los elementos que pueden verse afectados son los recogidos en el PGOU dentro de la subsección "Sistema General de Infraestructuras Urbanas" y son agua, electricidad, gas y telecomunicaciones.

- **Plan Especial de Protección y Reforma Interior del centro histórico de Málaga (PEPRI)**

En este Plan sólo encontramos información referente a la señalización y la publicidad, pública y privada, localizada en la fachada de los edificios que conforman el centro histórico. Se detallan aspectos relacionados con el diseño, tamaños, etc. No se trata la señalización turística dentro de este Plan.

- **Ordenanza de movilidad de la ciudad de Málaga**

En esta ordenanza se desarrollan las diferentes obligaciones que tienen conductores, ciclistas y peatones en su desplazamiento por la ciudad. Se jerarquizan las tipologías de señales para agilizar el tránsito ante situaciones confusas. Sí que nos es útil el artículo 26.1: "No se permite la colocación de publicidad en las señales de circulación (...) que impida o limite a los usuarios la normal visibilidad de semáforos o señales, que puedan distraer su atención o inducir a error o dificulten la circulación". Este será uno de los factores que se deberá tener en cuenta a la hora de plantear una ubicación definitiva de las señales.

En este mismo artículo pero en su sección 3ª, dice: " Toda señalización viaria (...) deberá ser autorizada previamente por los servicios municipales competentes". Por lo tanto deberemos contar con el permiso del Ayuntamiento

para el desarrollo del proyectos, así como con la asistencia de la policía local a la hora de ubicar físicamente las nuevas señales.

Aunque no aporta datos específicos a la señalización turística, esta ordenanza nos aporta algunos datos importantes a tener en cuenta en el desarrollo del proyecto.

- **Ordenanza reguladora de accesibilidad en el municipio**

Al igual que la anterior, y por su especialización en el desarrollo de ordenanzas beneficiosas a las personas con algún tipo de minusvalía, no trata la señalización turística de forma directa. Sin embargo, en sus artículos 15 y 17, podemos encontrar información útil para nuestro estudio. Por ejemplo, el artículo 15 en su sección 1ª dice: "Las señales de tráfico, semáforos, postes de iluminación o cualesquiera otros elementos verticales de señalización que deban colocarse en un itinerario o espacio público peatonal, se dispondrá de forma que no constituyan obstáculos para personas con movilidad reducida."

El artículo 17 también en su sección 1ª, nos ofrece información acerca de las medidas a tener en cuenta a la hora de realizar obras si fuese necesario. Dice: "Todo tipo de obra o elemento provisional que implique peligro, obstáculo o limitación de un recorrido, acceso o estancia peatonal (zanjas, andamios, materiales de construcción, etc.) deberá quedar señalizado y protegido mediante vallas estables y continuas, dotadas de señalización luminosa para horarios de insuficiente iluminación natural."

- **Ordenanza reguladora de la ocupación de la vía pública**

Aunque en esta ordenanza no se localice ninguna información acerca de la señalización turística, existe un apartado de infracciones, que aunque orientadas al sector privado, pueden sernos de utilidad a la hora de poner en marcha la nueva señalización. Las infracciones contempladas son las siguientes:

- El deterioro leve del mobiliario urbano anexo o colindante con la instalación.
- La reiteración o reincidencia en la comisión de cualquier falta leve.
- Ocupar mayor superficie que la autorizada.
- La producción de molestias a los vecinos o transeúntes, derivadas del mal uso de la autorización.
- El deterioro grave de los elementos del mobiliario urbano anexos o colindantes a la autorización.
- Realizar conexiones eléctricas aéreas.
- Ocultación, manipulación o falsedad de los datos o de la documentación aportada con la intención de obtener la autorización.
- La no exhibición de las autorizaciones correspondientes a los policías locales o inspectores que las soliciten.

- La reiteración o reincidencia en la comisión de cualquier falta grave.
  - La ocupación de la vía pública sin autorización.
  - La realización en la vía pública de extensiones de actividades, según lo recogido en el artículo 26.
  - La desobediencia a las disposiciones del Excmo. Sr. Alcalde o de su Concejal Delegado.
  - Mantener la instalación una vez anulada la autorización.
- **Ordenanza de las instalaciones y las actividades publicitarias**

Esta ordenanza, aunque al igual que el resto no es específica para el ámbito turístico, sí que incluye diversas e interesantes normas que deberemos tener en cuenta en el desarrollo de nuestra propuesta. A continuación se mencionan los artículos y contenido de estos que nos serán de ayuda:

Artículo 3: Se favorecerá, (con mecanismos fiscales o de cualquier otra naturaleza que se apruebe), la sustitución de los sistemas estructurales de configuración actual para el soporte de las vallas publicitarias por soluciones de diseño más actual que permiten una menor ocupación del espacio y un mejor acabado del conjunto con soportes estructurales de poca sección y la posibilidad de carenado posterior del conjunto al no disponerse elementos oblicuos de refuerzo estructural (...).

Artículo 4: La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología zonal (...)

Artículo 5: (...) No se permitirán las instalaciones publicitarias que produzcan graves distorsiones del paisaje urbano o natural (...)

Artículo 11: Los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o nombres de establecimientos no son autorizables en suelo de titularidad pública de ninguna clase, como tampoco la utilización de señales de circulación o rótulos viarios para incluir dicho tipo de mensajes.

### 12.3. TIPOLOGÍAS DE SEÑALES

La señalización turística se puede clasificar atendiendo a su contenido y a su ámbito de aplicación (Manual de señalización turística del Perú, 2011). De esta manera obtenemos la siguiente clasificación.

Por su contenido pueden ser:

- **Informativas:** aquellas que cuentan con la información más completa referida al atractivo, servicio o actividad turística correspondiente, y se utilizan al inicio de una ruta o circuito turístico, en los desvíos de carreteras principales y en el ingreso o acceso inmediato al mismo.

- **Referenciales:** aquellas señales que se colocan en puntos intermedios de una ruta o circuito, y que sirven de guía y orientación. Se utilizarán con mucha frecuencia en los puntos de intersección y bifurcación de vías.

Según su ámbito de aplicación pueden ser:

- **Señalización para el visitante en vehículo "A":** aplicable en carreteras asfaltadas. Son señales de gran tamaño debido a la velocidad de circulación en este tipo de vías.
- **Señalización para el visitante en vehículo "B":** aplicable en carreteras no asfaltadas, caminos rurales, entradas y alrededores de sitios turísticos. Por la velocidad a la que se circula en estas vías, son señales de escala intermedia.
- **Señalización para el visitante o peatón:** aplicable en el ámbito de los lugares e instalaciones de servicios, siendo mayoritariamente zonas de acceso peatonal. Por lo tanto, son señales de menor escala. No es aplicable al interior de los recursos turísticos cuando se trata de recursos arqueológicos o áreas naturales protegidas.

Como ya hemos mencionado, nuestro objeto de estudio serán las señales referenciales cuya información será relevante para el visitante a nivel peatonal.

#### 12.4. FACTORES FUNCIONALES DE LAS SEÑALES TURÍSTICAS

Para que las señales turísticas sean útiles, cumplan con su función de una manera eficiente y eficaz, y permitan una gestión pública sencilla y de costes no muy elevados, deberemos configurarlas y ubicarlas prestando especial atención a los siguientes factores. Estos han sido definidos apoyados en la consulta bibliográfica (Manual de señalización turística del Perú, 2011) (Quintana Orozco, 2010) aplicando nuestro propio criterio. El listado de factores quedaría configurado de la siguiente manera:

- **Diseño:** la combinación de sus dimensiones, colores, forma, composición y visibilidad debe conseguir que la señalización llame apropiadamente la atención del visitante, de forma que el mensaje sea comprendido con claridad, repercutiendo directamente en el desplazamiento realizado.
- **Localización:** nos referimos a su localización general en el destino, a nivel de calles, intersecciones, áreas, distritos, etc. La concentración de señales en un único área conllevará una masificación turística en torno a esta, puesto que no se ofertan itinerarios alternativos, además perjudicará al resto de áreas del destino. En el caso contrario, la ausencia absoluta de señales en áreas determinadas generará rechazo por parte del turista al tránsito por ellas, pues se está dando a entender que posee escaso valor.

- **Ubicación:** cuando hablamos de ubicación nos referimos al lugar exacto de colocación de las señales. El punto concreto y exacto en el que se localiza. A la hora de ubicar las señales deberemos tener en cuenta que no intercedan obstáculos en su visibilidad plena. De igual forma deberemos evitar la ubicación junto a contenedores, papeleras, zonas de alcantarillado, y demás elementos que puedan generar rechazo visual u olfativo en relación a la consulta de las señales como método de guía en el desplazamiento por el destino.
- **Uso:** el uso de las señales deberá estar estrictamente de acuerdo con la naturaleza de la actividad turística. No se utilizarán las señales turísticas como un elemento de publicidad, merchandising, etc.
- **Uniformidad:** constituye una condición indispensable para que los visitantes sean capaces de reconocer e interpretar de forma adecuada el mensaje de las señales. De la misma forma, la uniformidad de las señales generará confianza en el visitante, al contrario de lo que sucede cuando nos encontramos en el destino señales de diferentes formatos, diseños, colores, etc. ubicadas en un mismo lugar y con una misma información.
- **Mantenimiento:** las señales deberán ser diseñadas en materiales duraderos, resistentes a las inclemencias del tiempo, y que permitan un mantenimiento asequible económicamente, en mano de obra y tiempo.
- **Mensaje e información:** las señales turísticas deben orientar al visitante durante su recorrido desde el lugar donde se ubican hasta el lugar que se quiere visitar. Para ello el mensaje deberá ser claro, fácilmente legible y contener toda información relevante para el visitante (lugar, indicación y distancia). La disparidad de itinerarios a seguir, lugares de entrada a la ciudad, etc. requieren que las señales tengan en cuenta la aportación de información desde prácticamente cualquier punto de la ciudad.
- **Estudio previo a su ubicación:** la decisión de utilizar señales turísticas en cualquier ubicación debe basarse en un estudio de ingeniería previo cuyo alcance deberá abarcar las características de la señal y la geometría visual, así como su funcionalidad y el entorno. Los profesionales y autoridades que participen en este estudio se responsabilizarán de la inadecuada o ineficiente localización de las señales.
- **Anclaje:** a la hora de anclar las señales al pavimento deberemos tener en cuenta, como mencionamos en el apartado de revisión del marco legal, los sistemas de aguas, electricidad, gas y telecomunicaciones. A nivel funcional, el anclaje no debe poner en riesgo la integridad física de los individuos, por lo que no deben existir salientes, filos cortantes, etc. A nivel estético, el anclaje no debe interceder en la percepción estética y visual de la señal a nivel general.
- **Color:** la elección de los tonos cromáticos dependerá del entorno ante el que nos encontremos, de manera que estos no afecten a la composición estética y visual de este. Aunque en el campo del marketing la elección

cromática es fundamental para incrementar el interés en los productos, en las señales turísticas no debe suponer un elemento que capte llamativamente la atención, dado que esto puede suponer alterar la composición del entorno. Deben reducirse al máximo las combinaciones, y contrastar el uso de colores.

- **Material:** el tipo de materiales utilizados deberán ser seleccionados en función del entorno ante el que nos encontremos. La reflectividad de ciertos materiales ante su exposición al sol, la dificultad para llevar a cabo su mantenimiento, el riesgo de desprendimiento ante situaciones meteorológicas de riesgo, etc., serán algunos factores a tener en cuenta antes de tomar la decisión final. De la misma forma, la calidad y apariencia que otorgue el material utilizado generará una imagen positiva hacia el turista, haciendo de las señales un elemento aún más relevante para el destino.
- **Idiomas:** aunque por las dimensiones de la señales no es posible que la información se represente en todos los idiomas de las principales nacionalidades que visitan el destino, al menos deberán contener la información en el idioma local y el inglés, ya que se trata del idioma internacional. La representación de la información sólo en el idioma local hace que las señales turísticas pasen a un segundo plano en cuanto al uso de medios de guía por el destino, siendo sustituida por los GPS, planos turísticos, etc.
- **Ortografía:** como en cualquier campo, los errores ortográficos son intolerables. La existencia de errores de este tipo no afecta a las señales en su función de orientar al visitante, pero sí que generará una imagen de destino negativa.
- **Tipología de letra utilizada:** el tipo de letra utilizada para representar la información debe ser legible fácilmente a cierta distancia, por lo tanto deberá ser clara, sin adornos ni ornamentados, bien espaciada, sin abreviaturas y escrita en mayúscula.
- **Tamaño:** el tamaño de las señales no debe suponer un inconveniente a la hora de divisar el entorno en su conjunto o dificultar el disfrute de los recursos de manera parcial. De igual forma, no deberá suponer un inconveniente para el tránsito fluido de personas, por lo que las dimensiones establecidas deberán ser óptimas para cumplir con su función sin perjudicar con ello al visitante en diferentes sentidos.
- **Distancias entre señales:** por norma general, las señales turísticas no se distribuyen de una manera homogénea por el destino. Esto provoca que en la mayoría de ocasiones nos encontremos ante señales tan distantes que generan confusión, además de limitar la orientación del visitante. Y en cambio otras, nos encontremos con señales con una separación entre sí de unos pocos metros. A nuestro entender, la distancia óptima entre señal y señal sería entre los 100 y los 150 m. Esta es una distancia óptima con la

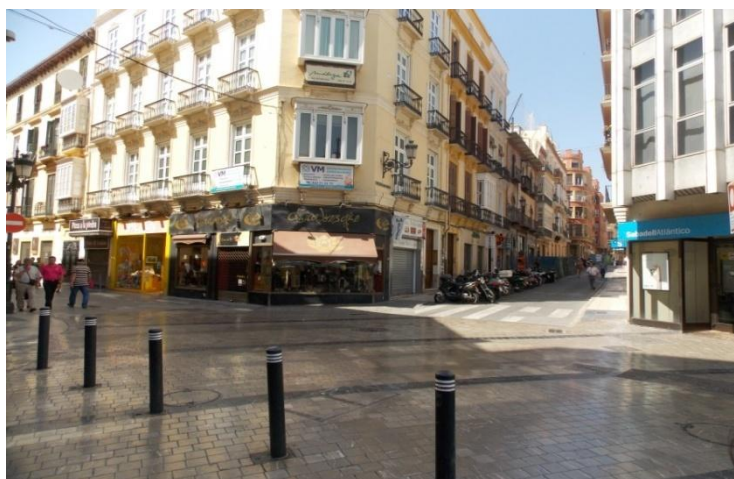
que al mismo tiempo que contribuimos a la orientación eficiente del visitante, podemos reducir el número de señales utilizadas en el destino.

## 12.5. PRINCIPALES PROBLEMAS DE LAS SEÑALES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

Tras el análisis empírico a lo largo de varios meses en el centro histórico de Málaga en el que se investigaba los principales conflictos en cuanto a flujos turísticos, también se le dedicó una parte importante de tiempo a la investigación sobre la eficiencia de las señales turísticas. A continuación se detallan los principales problemas detectados, así como se aporta material fotográfico que muestran algunas de estas deficiencias. En este caso, además de las señales direccionales peatonales, valoraremos los planarios y los monolitos informativos e identificativos.

- Ausencia de señales turísticas en posibles puntos de entrada al centro histórico.
- Ausencia de monolitos identificativos de calles, plazas y recursos turísticos de elevado interés. Por ejemplo: Calle Larios, Plaza Constitución, etc.
- Orientación sin continuidad en el espacio. Ausencia de señalización tras realizar un largo desplazamiento. Alto riesgo de desorientación.
- Ausencia de representación informativa de determinados elementos de interés en puntos concretos directamente influyentes en la realización del itinerario hasta él. Por ejemplo: falta de señalización hacia la Plaza de la Merced desde la Plaza Uncibay.

Imagen 6 - Ausencia de señalización hacia la Plaza de la Merced desde la Plaza Uncibay. (Anexo pág. 31)



Fuente: Elaboración propia.

- Orientaciones físicas confusas (grado de inclinación con respecto al eje). En el ejemplo que se muestra a continuación, los recursos promocionados se

localizan adentrándonos en la calle que se visualiza al frente. Sin embargo, la inclinación de la señal nos orienta hacia la calle a la derecha del itinerario a seguir.

Imagen 7 - Ejemplo de grado de inclinación confuso (Anexo pág. 31)



Fuente: Elaboración propia

- Publicidad privada invadiendo el espacio de la señalización turística.

Imagen 8 - Ejemplo de publicidad privada junto a señales turísticas (Anexo pág. 32)

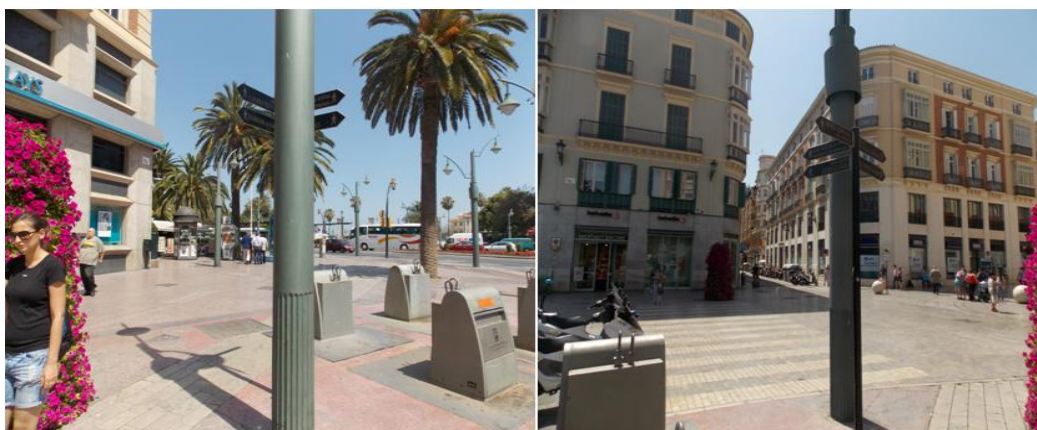


Fuente: Elaboración propia

- Monolitos informativos dañados y faltos de valor. Repercusión negativa en la imagen de destino.
- Ausencia de señalización turística en entornos clave para la redirección y redistribución de flujos. Por ejemplo: ausencia de información óptima en la Plaza de la Merced.

- Ausencia de señalización en la Plaza de la Merced que direcciona a los visitantes hacia el Centro de Recepción de visitantes o el Teatro Romano.
- A la altura del Centro de Recepción de visitantes, ausencia de señalización hacia el Teatro Romano.
- Ubicación deficiente junto a elementos que entorpecen la visibilidad.

Imagen 9 - Ejemplo de ubicación de señales junto a elementos que dificultan su visibilidad (Anexo pág. 33)



Fuente: Elaboración propia

- Ubicación deficiente junto a contenedores de basura, papeleras, etc.

Imagen 10 - Ejemplos de ubicación de señales junto a contenedores (Anexo pág. 34)



Fuente: Elaboración propia

- Error en la elección de la información contenida en las señales localizadas en determinadas zonas.
- Monolitos de información ubicados en lugares confusos que invitan a error al visitante. Ejemplo: monolito informativo junto a la Catedral que contiene la información relativa al punto de interés turístico situado en frente.
- Uso privado de la señalización turística. Falta de homogeneidad. Perjudica a la imagen de destino.

Imagen 11 - Ejemplo de uso privado de señalización turística (Anexo pág. 35)



Fuente: Elaboración propia

## 12.6. PROPUESTA DE REUBICACIÓN DE LAS SEÑALES TURÍSTICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

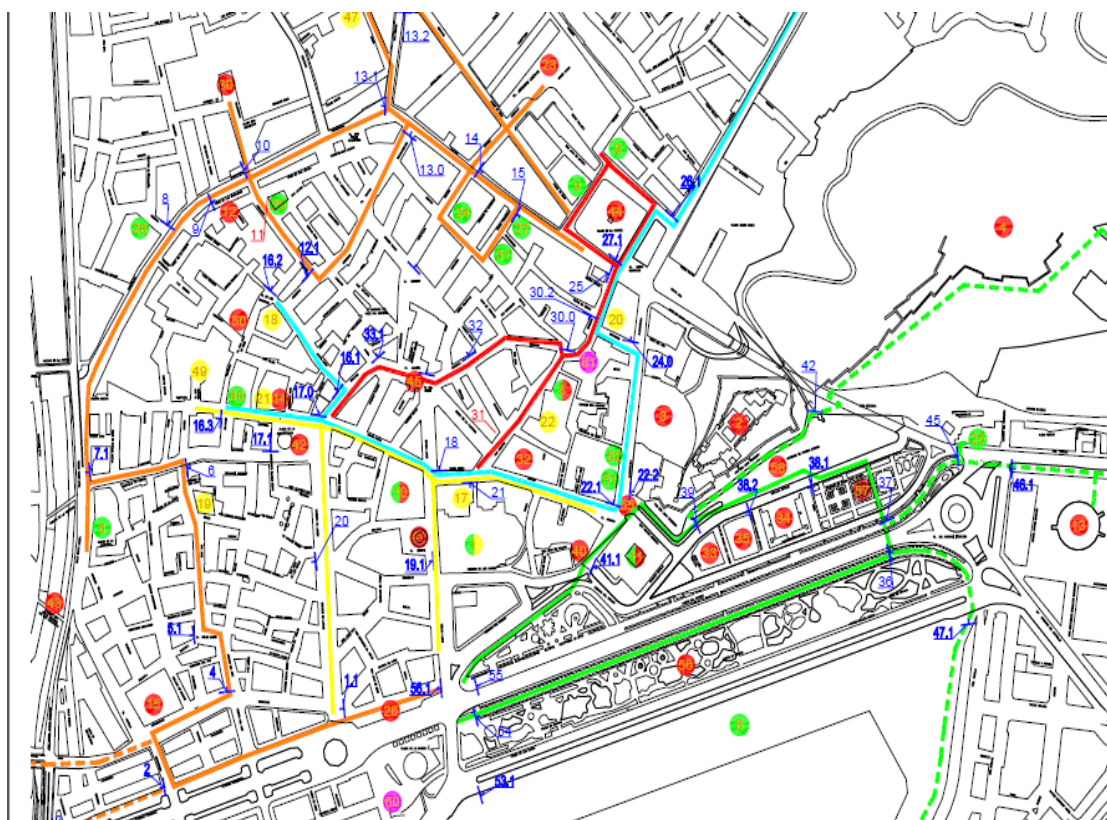
El eje vertebral de cualquier proyecto de señalización reside en el criterio de localización ideado para cada señal. Contar con una cantidad exagerada de señales no es sinónimo de eficacia. En cambio, instalarlos en los lugares debidamente justificados siempre será más eficiente y reducirá la cantidad de señales necesarias, así como los costes de instalación y mantenimiento. Todo ello dará lugar a un destino señalizado de manera eficiente, y esto a su vez generará seguridad en el visitante. Este valor es indispensable para incrementar el valor turístico del destino, así como contribuye a mejorar su imagen, y su consolidación como destino de prestigio.

Sobre este tema no existen reglas escritas, cada región, país, etc. decide sobre el lugar ideal dónde las señales tendrán mayor efectividad. Pero no debemos olvidar que una señal mal localizada o ubicada no solo aporta valor negativo al destino, sino que tampoco cumple con su función informativa, y por lo tanto perjudicará el desplazamiento de los flujos turísticos por el

destino, el desarrollo de áreas infrautilizadas, la visita a recursos menos conocidos, etc.

A continuación se muestra el plano oficial, facilitado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, en el que se localizan las señales turísticas actuales. En función de las deficiencias mencionadas en el apartado anterior, la falta de homogeneidad en la distribución, y la ausencia de señales en algunas zonas del territorio que veremos a continuación, propondremos un nuevo sistema con el que optimizar la distribución de las señales por todo el destino, así como disminuir el número de estas y por lo tanto reducir costes sin que la calidad del destino y la eficiencia de las señales turísticas se vean afectadas.

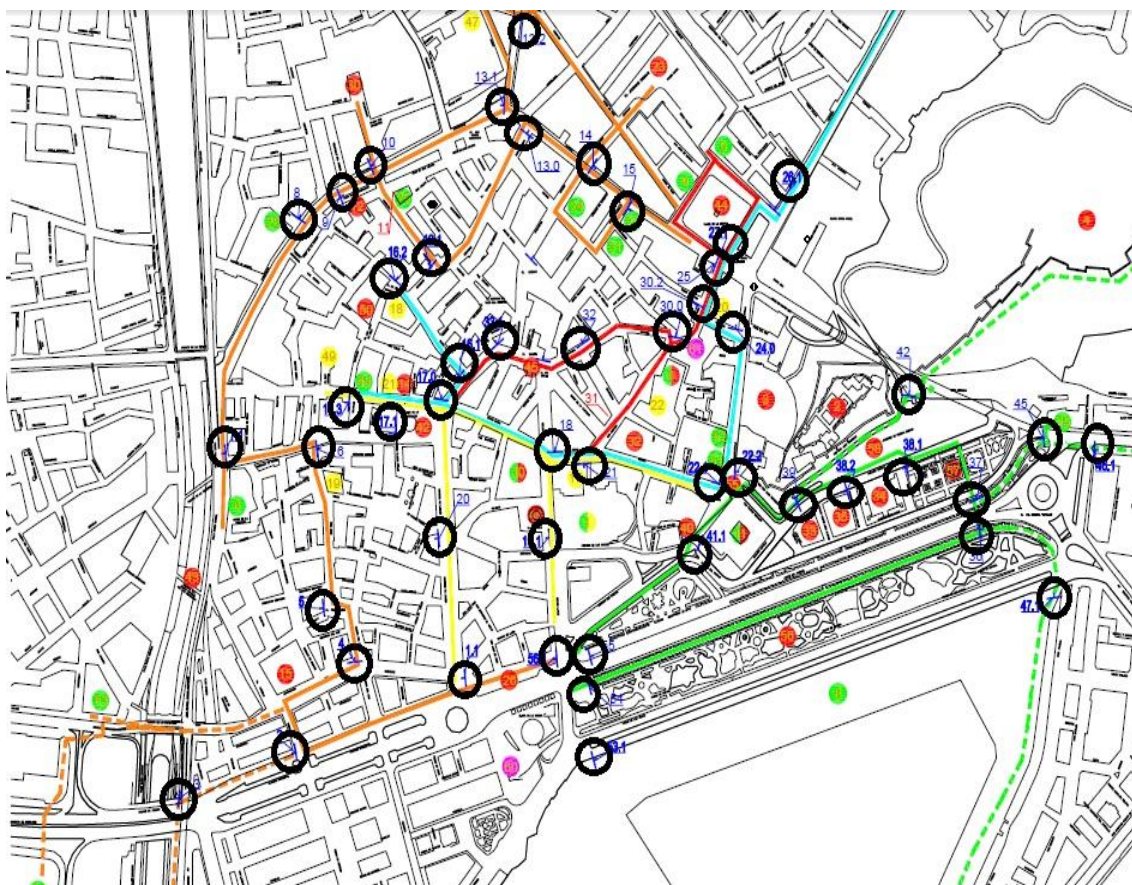
Mapa 19 - Distribución oficial de las señales turísticas actualmente. Elementos de color azul (Anexo pág. 36)



Fuente: Área de Turismo. Ayuntamiento de Málaga

Los elementos numéricos representados en tono azul muestran la localización y ubicación exacta de cada una de las señales turísticas actuales. Para el resto de elementos representados no se añade descripción puesto que no son objeto de estudio. En el siguiente mapa las representamos rodeadas de un círculo negro que facilitará su interpretación.

Mapa 20 - Distribución oficial de la señales turísticas actualmente II (Anexo pág. 37)



Fuente: Elaboración propia. Área de Turismo. Ayuntamiento de Málaga.

En el mapa 20 podemos observar la distribución que sigue actualmente la señalización turística, localizando 49 señales en el área representada. La aglomeración de señales en determinadas zonas, las grandes distancias existentes entre otras, los grandes vacíos ausentes de señalización existentes en gran parte del centro histórico, y la posibilidad de reducir el número de estas, incrementando a la vez la efectividad en su distribución, nos llevan a proponer el siguiente sistema de localización y ubicación de las señales turísticas en el centro histórico de Málaga.

Como mencionamos en el apartado de introducción a este análisis, sólo propondremos un plan de localización y ubicación de la señalización turística provisional. Por lo tanto, no estudiaremos en detalle si las ubicaciones provisionales establecidas suponen un conflicto con la distribución del sistema de infraestructuras urbanas.

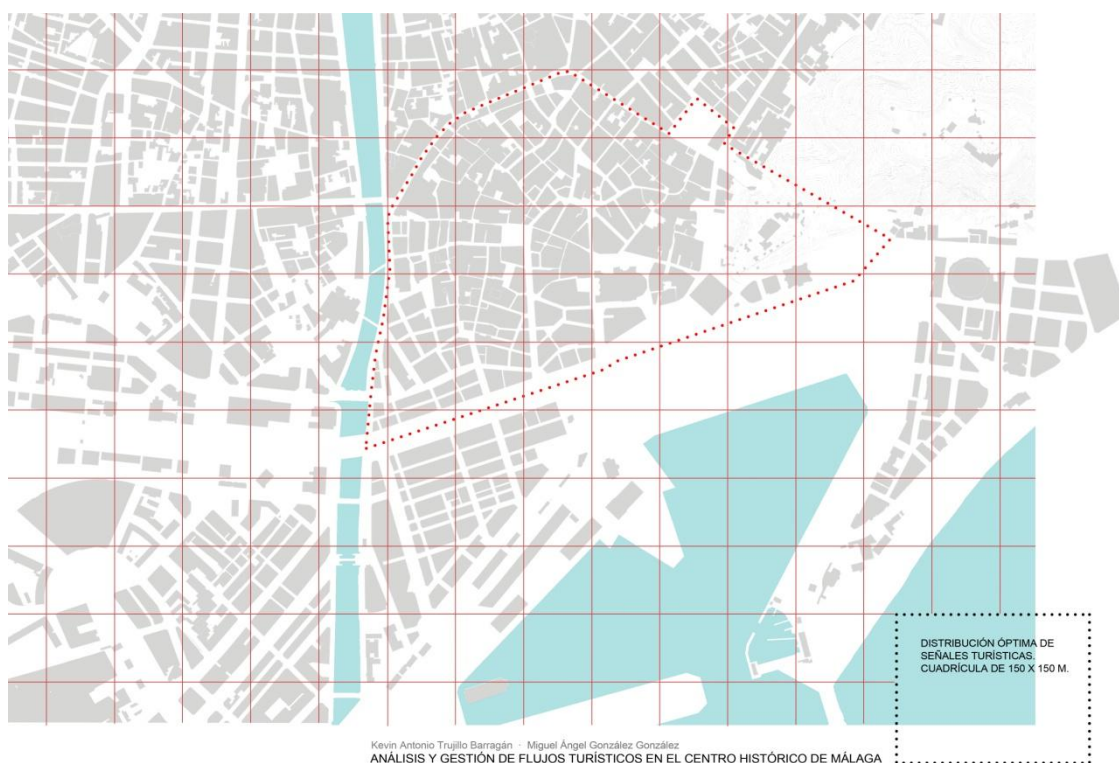
La metodología empleada para constituir el plano que recoja una localización y distribución homogénea, más eficiente con un menor número de señales, y por lo tanto suponga un ahorro económico en el presupuesto destinado al Área de Turismo, es la siguiente:

- Como hemos descrito anteriormente, una distancia óptima entre señales, que no confunda al visitante y cumpla su cometido de orientación, sería de entre 100 y 150 metros.
- Tras definir y delimitar claramente el área de interés para la ubicación del sistema de señalización, extrapolando esta medida (150 m) a la escala del plano utilizado, podemos fragmentarlo bajo un sistema de cuadrículas que contengan dicha área. Para ello utilizaremos el programa Autocad en su versión 2014, y contaremos de nuevo con la colaboración del arquitecto D. Miguel Ángel González.
- Esta base cartográfica la superpondremos a la base correspondiente a la distribución de los hitos turísticos concluida en el módulo de análisis. El objetivo es facilitar la elección de ubicación de las señales, fundamentando dicha elección en el número y clasificación de los hitos que encontramos dentro de cada área definida.
- De la misma forma y sumado al paso anterior, para realizar la ubicación provisional de las señales, dentro de cada una de las áreas definidas elegiremos el lugar en función de la relevancia de las calles contenidas en ella. Así, otorgaremos prioridad de ubicación en las intersecciones importantes y en las calles que comuniquen directamente con el núcleo del centro histórico.
- A los dos pasos anteriores añadiremos como lugares de ubicación de las señales, aquellos puntos identificados como nodos de distribución por su relevancia estratégica a la hora de distribuir los flujos turísticos. Por norma general contendrán al menos una señal en su entorno aunque en el área definida en la que se encuentren exista otra señal localizada. Se exceptuarán los casos en los que dichos nodos se encuentren cercanos a otros nodos de distribución más relevantes o a calles principales, y en estos se ubique ya una señal.
- Tras la aplicación de estos pasos aseguramos que la señalización turística estará presente en cualquier lugar dentro de los límites; que el visitante no encontrará áreas desiertas de señalización; que ante un error al realizar el itinerario previsto, conseguirá reubicarse sin recorrer una larga distancia; y disminuirémos el número de señales actual, lo que repercutirá positivamente a la hora de su gestión.
- Como hemos descrito en el paso tercero, cuando obtengamos el mapa superpuesto de la localización y ubicación provisional de las señales junto al de la distribución de los hitos, concluiremos qué información deberán contener cada una de ellas. Pese a que este paso no será objeto de intervención, proponemos que en todas las señales definidas se promocionen un máximo de seis recursos, atendiendo a las recomendaciones para la señalización informativa urbana A.I.M.P.E. (Recomendaciones para la Señalización Informativa Urbana, 1995) que aconseja un máximo de cinco lamas por conjunto, correspondiendo la mitad

de ellos a los atractivos identificados como de primer nivel. La inclusión de una lama más no quebranta en demasía la recomendación, y nos aporta la posibilidad de incrementar el volumen de información. La otra mitad promocionará a los hitos clasificados como de segundo y tercer nivel que se encuentren más cercanos. Proponemos esta organización de la información por estimar que a los hitos de primer nivel se debe acceder desde cualquier punto de la ciudad; porque hacen las veces de reclamo en la configuración del itinerario del visitante y por lo tanto en el trayecto puede cambiar su destino hacia otros recursos de menor relevancia; porque la información sobre estos hitos en cualquier punto de la ciudad genera movimiento por todo el territorio; porque la posible distancia desde el lugar en el que se encuentra el visitante y la del hito de primer nivel puede ser muy amplia, y por lo tanto optar por visitar el resto de recursos que se le indican y se localizan mucho más cerca; entre otros aspectos positivos.

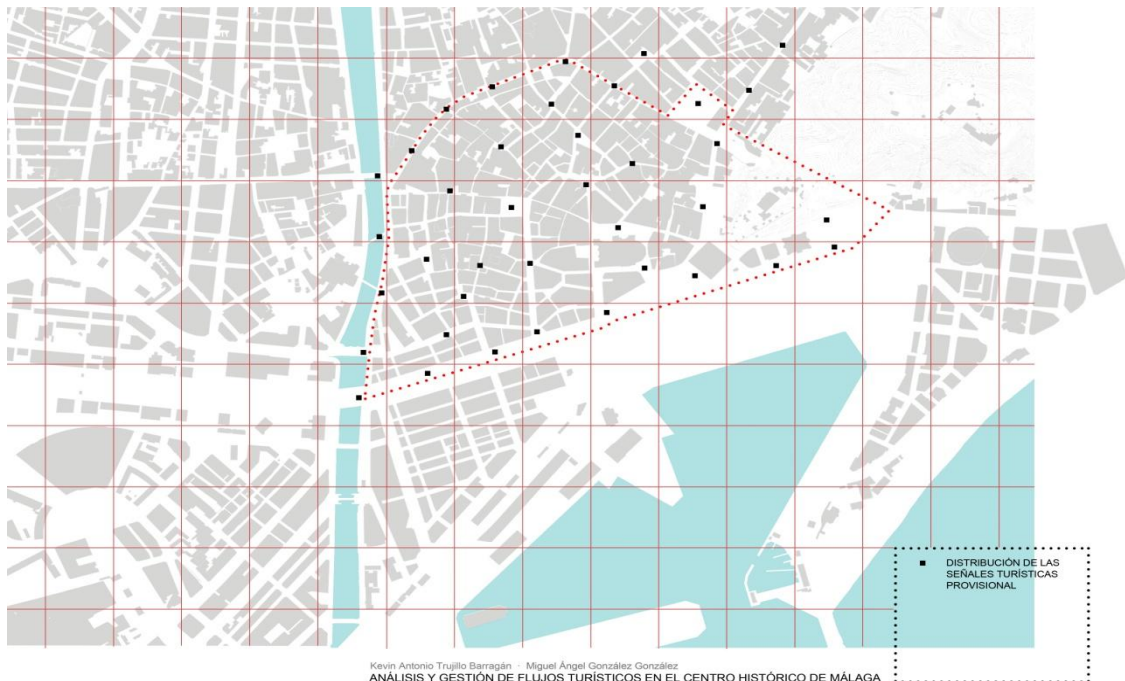
El resultado de la aplicación de esta metodología se muestra a continuación:

Mapa 21 - Delimitación de la zona de intervención y representación del sistema de cuadrículas (Área = 150 m x 150 m) (Anexo pág. 38)



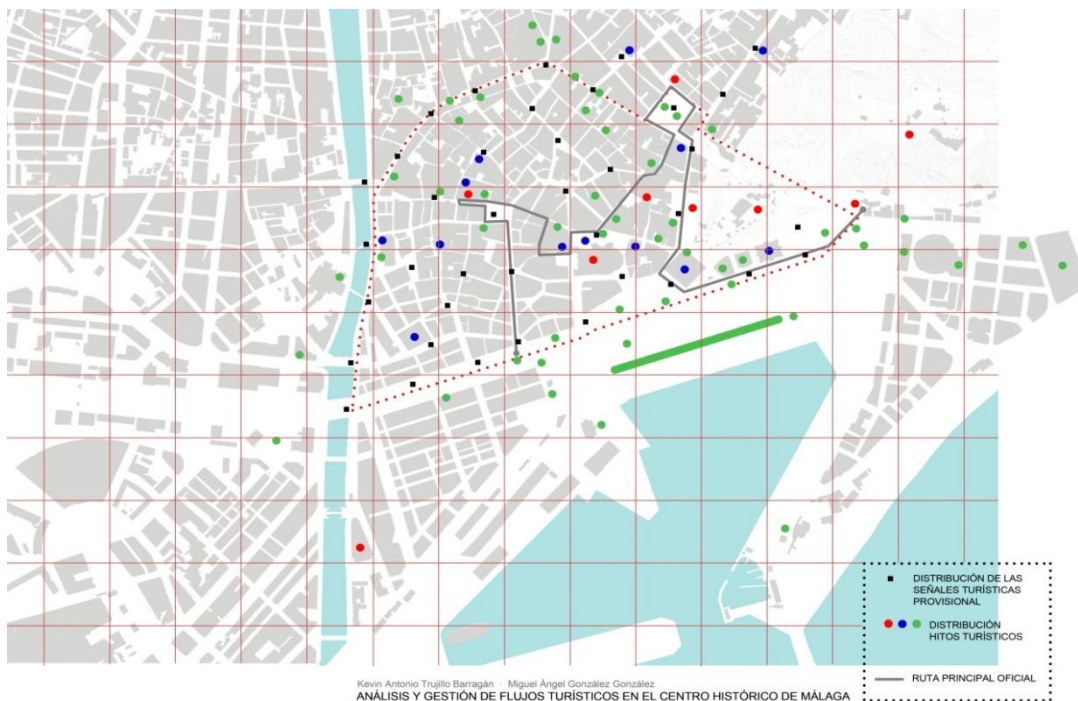
Fuente: *Elaboración propia en colaboración con González, M.A.*

Mapa 22 - Distribución provisional de las señales turísticas. Representación junto al sistema de cuadrículas (Área = 150 m x 150 m) (Anexo pág. 39)



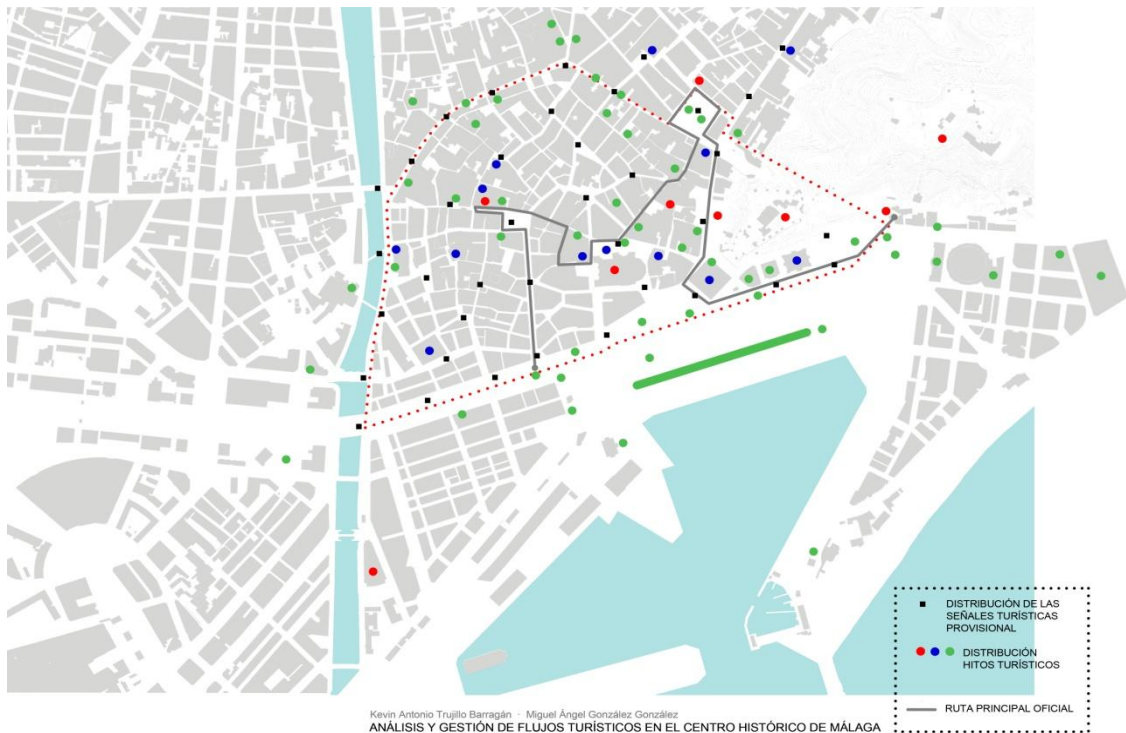
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 23 - Distribución provisional de las señales turísticas junto a la localización de los hitos turísticos. Representación junto al sistema de cuadrículas (Área = 150 m x 150 m) (Anexo pág. 40)



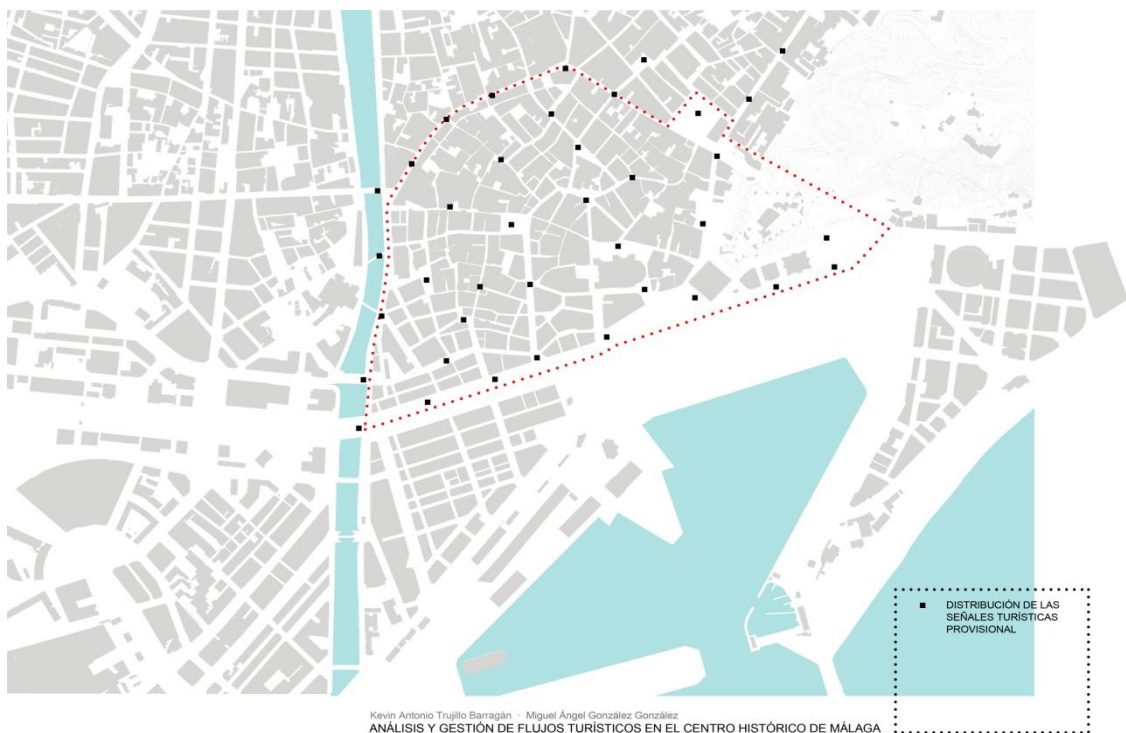
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 24 - Distribución provisional de las señales turísticas junto a la localización de los hitos turísticos. (Anexo pág. 41)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 25 - Distribución provisional de las señales turísticas (Anexo pág. 42)



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

## CAPÍTULO 13 CREACIÓN DE PRODUCTOS

La diversidad de hitos, productos turísticos, rutas, etc. en un destino favorecen el movimiento de los visitantes por este, evitando posibles aglomeraciones en zonas concretas. Si nos basamos en el mapa de flujos y el de hitos turísticos concluidos en el módulo de análisis, el centro histórico de Málaga carece de una diversidad de productos turísticos importante. Prácticamente toda la oferta, promoción, etc. está orientada hacia los mismos recursos, lo que provoca la sobreexplotación de estos. Ante esta situación se ha optado por la creación de oferta de poco valor, como ejemplo tenemos la proliferación de gran cantidad de pequeños museos difíciles de mantener; o el intento por parte de la Administración Pública competente de imponer una ciudad cultural a base de instalar museos franquicia en la ciudad, muchos de ellos sin una relación con lo que es realmente una ciudad cultural, con pagos de cánones altísimos y cuyas obras más relevantes las podemos encontrar únicamente en sus sedes. La generación de oferta sin planificación y límites, acabará expulsando a los residentes de determinadas zonas del centro histórico al generarse escenarios turísticos artificiales en los que estos no tienen cabida. Con el tiempo, todo ello acabará dañando la imagen del destino, así como los recursos y entorno que lo componen.

Disponer de una amplia oferta museística no es negativo en términos turísticos y sociales. No obstante, cuando estos museos no se encuentran a la altura de las expectativas de sus visitantes pueden acabar siendo contraproducentes para el destino, generando una imagen negativa en estos. Además, puede contribuir a la pérdida de identidad como destino el basar la oferta museística principal en marcas extranjeras (franquicias).

Otra de las medidas que nos hacen concluir que la oferta disponible es escasa es la inversión pública para la creación de un barrio cultural, el Soho. Este tipo de barrio surge después de un largo período de tiempo de convivencias entre diferentes culturas, intereses, ideologías, etc. no a través de inversiones para crear algo que es producto del conjunto tiempo, sociedad y cultura. Dicho esto, la iniciativa nos parece acertada de cara a la rehabilitación de la zona y sus edificios, incentivar el desarrollo económico en el barrio, favorecer el éxito de la cultura en la ciudad y a los artistas nóveles con dificultad para comenzar, y después de un largo etcétera, también porque favorece y amplía las posibilidades de gestión de los flujos turísticos.

Centrándonos en la redirección de los flujos hacia la parte oeste y sur del centro histórico por su baja densidad de tránsito, elaboraremos diferentes productos capaces de captar la atención de los visitantes hacia estas áreas y los recursos que forman parte de ellas, consiguiendo descongestionar las zonas más transitadas, así como favoreciendo el futuro desarrollo económico en ellas.

### 13.1. SOHO, EXPOSICIÓN URBANA

La intervención que proponemos en el barrio del Soho está orientada para desarrollarse, por el concepto de este, en las cercanías del CAC. O bien podría desarrollarse a través de todo el barrio del Soho con el objetivo de que sirva también como una especie de señalización atractiva hasta el CAC, a la vez que conseguiría hacer de todo el barrio la mejor sala de exposiciones de la ciudad.

Hablamos de llevar a cabo una exposición pública, al aire libre, utilizando todos los elementos urbanos existentes, consiguiendo que realmente genere interés en los visitantes. Además de favorecer la redirección de visitantes y poner en valor el barrio del Soho, esta idea nace con la intención de facilitar a los artistas noveles, sin demasiada experiencia, la oportunidad de dar a conocer sus obras y proyectos. Por el concepto de exposición pública, tipo de materiales utilizados, limitación de uso del espacios, etc. entendemos que no reunimos a todas las ramas del arte en este proyecto, por lo que nos centraríamos en fotógrafos, graffiteros, escultores y maestros del chalk paint.

La calle y los espacios urbanos posibilitan un nuevo sistema de relaciones artista/espectador que las galerías y los museos no pueden ofrecer. No sólo es distinta la localización, sino los conceptos, el comportamiento de los espectadores, la naturaleza de las obras, etc. El uso urbano para exponer arte puede convertir una zona desolada, económica y socialmente hablando, en una de las zonas de mayor interés de la ciudad, además de incentivar el interés por la cultura de la sociedad local. De igual forma, ofrece la posibilidad de minimizar los diferentes impactos que algún edificio, estructura, obras, etc. pueda estar provocando a nivel visual. No se trata de llenar las calles de pinturas, esculturas y demás, ni mucho menos de favorecer o incentivar el deterioro y daño de los elementos que componen el paisaje urbano, sino de conseguir poner en valor a los artistas con talento y con escasos medios, y a la vez lograr hacer más físico y palpable el arte, en todas sus vertientes.

En la ciudad de Málaga la mayoría de los elementos artísticos y patrimoniales los encontramos como rigen las normas, en edificios característicos en los que debemos pagar una entrada, con las obras ubicadas en vitrinas descontextualizadas en cuanto a su origen, la visita ha de realizarse de forma pausada y en silencio, y cuya interpretación por norma general depende del nivel de interés que nos genere. La exposición utilizando elementos urbanos cotidianos como una fachada, el pavimento, o un simple banco, facilita el acercamiento de la cultura a la sociedad, así como la comprensión de las obras, puesto que se observan ubicadas en el elemento físico adecuado para comprender su esencia, crítica y valor. En términos turísticos suponen un recurso visitable de interés no sólo a nivel cultural sino a nivel de atracción por su contexto y singularidad.

Para desarrollar este proyecto a nivel visual, conceptual, y acercarlo a lo que realmente obtendríamos tras su puesta en marcha, contamos con la

colaboración del fotógrafo novel D. Juan Barragán. Este artista nos ha facilitado una de sus obras "La persiana indiscreta ©" (Todos los derechos reservados)<sup>11</sup>, que describiremos y posteriormente mostraremos en montaje, con el objetivo de facilitar la interpretación del tipo de proyecto que se propone.

De forma breve, la obra consiste en la exposición vertical en edificios de diferentes imágenes de personas mostrando algún tipo de sentimiento desde su soledad. Las imágenes estarán enmarcadas en una ventana en la que encontramos una persiana con posibilidad de subir y bajar. A continuación se exponen los objetivos y se desarrolla el concepto de forma precisa.

El proyecto desarrollado por D. Juan J. Barragán persigue los siguientes objetivos (Barragán Gutiérrez, 2014):

- Poner en evidencia el "mirón" interior del espectador.
- Ironizar con el hecho de que el espectador se sienta observado, siendo realmente él quien observa.
- Evidenciar que el ser humano prejuzga por naturaleza.
- Lograr que el espectador reflexione sobre la soledad del individuo de las sociedades modernas en las ciudades.
- Generar en el espectador la necesidad de conocer más acerca de los personajes que está observando.
- Despertar la imaginación del espectador, consiguiendo que recree las posibles historias de los personajes que observa.
- Utilizar la expectación generada para promocionarse como artista.

El concepto de la obra consiste en demostrar que el ser humano prejuzga por naturaleza. Cuando el espectador se sienta observado pensará ¿me miran a mí? ¿por qué no respetan mi intimidad? ¿no tienen vida propia? ¿qué quieren?. Estos y otros pensamientos pasarán por la cabeza de los espectadores, que pronto descubrirán que nadie los observa, sino que son ellos con sus prejuicios e hipocresía, los que están actuando como ellos mismos critican. Una vez descubierta la realidad de lo que ocurre, se espera que el espectador repare en cada una de las imágenes, y ahora sí, se convierta en un espectador directo y voluntario de la obra en la que se hace reflexionar sobre la soledad y el aislamiento de los individuos de las sociedades modernas en las ciudades. Se pretende generar en el espectador la necesidad de conocer más acerca de los personajes expuestos; que de esta manera recree en su imaginación la vida que hay detrás de cada escena; que se pregunte por qué todos contemplan el mundo exterior, qué buscan, qué necesitan (Barragán Gutiérrez, 2014).

---

<sup>11</sup> © Juan Jesús Barragán, 2014. Queda totalmente prohibida la difusión y uso de cualquiera de las imágenes referenciadas como parte de la obra "La persiana indiscreta" ejecutada por D. Juan J. Barragán, año 2014.

El procedimiento para su ejecución consiste en utilizar el espacio urbano para crear una instalación conceptual bajo la que implicar directamente al espectador, generando confusión, consiguiendo que se plantee cuestiones al respecto, convirtiéndolos en parte de la obra. Realizar exposiciones en plena calle conseguirá que todos los públicos tengan acceso al arte, a la cultura. En las siguientes imágenes se podrá observar una de las obras pertenecientes a este proyecto, así como un fotomontaje realizado para un entorno urbano real, y otro fotomontaje realizado sobre un fondo artificial (Barragán Gutiérrez, 2014).

Imagen 12 - Una de las obras pertenecientes al proyecto "La persiana indiscreta" (Anexo pág. 43)



Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. *La persiana indiscreta*.

Imagen 13 - Fotografía individual perteneciente a una de las obras del proyecto  
(Anexo pág. 44)



Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. *La persiana indiscreta*. Actor: D. Antonio Gutiérrez

Imagen 14 - Fotomontaje de una de las obras del proyecto sobre un fondo artificial (Anexo pág. 45)



Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. *La persiana indiscreta*.

Imagen 15 - Fotomontaje de una de las obras del proyecto sobre un entorno urbano real (Anexo pág. 46)



Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. *La persiana indiscreta.*

### **13.2. PUESTA EN VALOR DE RECURSOS HETEROGÉNEOS Y ÁREAS INFRAUTILIZADAS A PARTIR DE SU CONEXIÓN CON UN PRODUCTO TURÍSTICO**

Por norma, cuando creamos una ruta turística lo hacemos unificando en ésta elementos que reúnen alguna característica común, con la finalidad de que todo el recorrido se realice en torno a un mismo contexto. Si bien el elemento común puede ser la época, la tipología patrimonial o el grado de importancia de los recursos incluidos entre otros, no siempre ha de existir un contexto unificador. A lo largo de este apartado trabajaremos la puesta en valor de los elementos y áreas menos valoradas, a través de su conexión con un mismo producto. Comprenderemos esto mucho mejor a continuación.

Como hemos dicho, no siempre ha de cumplirse el patrón de que exista un contexto común en torno a una ruta turística. En ocasiones, ante la existencia de una amplia diversidad de recursos e hitos turísticos heterogéneos, es fundamental para su conexión la creación de un producto que permita las relaciones e interacción entre ellos. De esta manera proponemos la creación del producto "Resuelve el caso".

Basándonos en el caso de éxito "Fin de semana detectivesco", desarrollado por el Hotel El Molino de Tresgrandas en Asturias, pretendemos importar este producto ya consolidado en este área, a nuestro casco histórico. Antes de desarrollar el concepto de este producto, para su éxito y puesta en marcha es fundamental la participación e interacción entre diferentes agentes turísticos de la ciudad. Sin esta implicación, el producto carece de sentido.

Lo que proponemos es que los visitantes resuelvan un caso de misterio durante su estancia en la ciudad, siguiendo las pruebas que la "policía" ha ido facilitando. Una vez que el turista llega al hotel, se le acredita como detective. Cuando suba a su habitación encontrará un dossier con diferentes pruebas y pistas que le llevarán a diferentes lugares de la ciudad con la única finalidad de resolver el caso. Durante la recopilación de nuevas pistas, testimonios, etc. el turista será guiado a través de la ciudad, visitando para completar sus pruebas diferentes recursos. Es aquí donde este producto influye en la gestión de flujos, pudiendo conseguir a través de una amplia participación de empresas e hitos situados en las zonas menos transitadas, que el turista tenga un incentivo para su desplazamiento por ese área.

Mientras resuelven el caso, los turistas conocen la ciudad, degustan su gastronomía, se relacionan directamente con las personas que la componen, y visitan diferentes monumentos, museos, etc. entre otros muchos beneficios. Todo en función de las empresas participantes.

Continuando con la explicación del producto, a la llegada al hotel se le realizará una fotografía al turista, la cual se colocará en el carnet de detective "Resuelve el caso". Este carnet será vital en el desarrollo de la actividad, pues sin él, toda persona o empresa implicada en la actividad no le permitirá participar. El tipo de casos, recursos (en función de la acogida a la actividad), etc. variará cada

semana, con el fin de no hacer de esta actividad una experiencia monótona, sino que permita una futura visita totalmente distinta. Las pistas estarán repartidas por todo el centro histórico, principalmente en las zonas menos transitadas y de menor uso turístico, así como dentro de establecimientos, restaurantes, hitos, museos, etc. ávidos de visitantes.

Una vez los "detectives" han pasado la jornada reuniendo pruebas y regresan al hotel, deben redactar su hipótesis sobre la solución del caso. Tras su lectura, el turista o turistas que hayan resuelto el caso satisfactoriamente, recibirán un obsequio. Este puede venir definido por el propio hotel o por el conjunto de empresas que conformen el paquete. Como posibles obsequios podrían encontrarse bonos del hotel, alguna noche gratis, sustanciales descuentos en comercios, cenas gratuitas, etc.

Si acaba consolidándose este producto, las zonas que antes de la puesta en marcha de la actividad carecían de tránsito alguno y que disponían de una oferta comercial, de restauración y ocio escasa, terminarán por desarrollar actividad económica en la zona con el fin de satisfacer a los flujos de visitantes que por allí transitan. De esta manera no sólo conseguimos descongestionar áreas masificadas y recursos cuya capacidad de carga peligran, sino que ponemos en valor otros hitos y recursos, así como fomentamos el desarrollo económico de esas áreas con una carente o muy baja actividad.

En definitiva la actividad está pensada para que el turista conozca la ciudad de una forma desenfadada en el contexto del juego.

Para la puesta en marcha y éxito de este producto, pese a estar orientado a todos los públicos, pensamos que debería ser ofertado por hoteles de tres y dos estrellas, por ser los que por norma general acogen a un turista más joven pero cuyas motivaciones rehúyen la fiesta y el ocio exclusivamente. No obstante, es un producto muy adecuado para grupos, familias o viajes de incentivos. Puesto que la intención es diversificar los flujos turísticos que congestionan determinadas áreas del centro histórico, las empresas que deberían formar parte de este producto serían las localizadas fuera de esos entornos. Con ello también conseguimos incrementar el número de visitantes a hitos y recursos infravalorados o carentes de un número de visitas relevante.

El producto se vendería empaquetado en el precio del alojamiento en el hotel. No obstante, este precio dependerá de los recursos y empresas que para cada caso concreto participen en la actividad, debiendo contemplar en el precio del paquete, el precio de entrada al recurso, el coste del personal destinado a esta actividad, etc. Al tratarse de un producto desarrollable durante todo el año, contribuirá a rebajar la estacionalidad, además de contribuir con visitantes y clientes a las empresas participantes, por lo que deben tener en cuenta la aplicación de descuentos, bonos, etc. en sus productos, entradas y demás, para los participantes de esta actividad, es decir, en el precio final del paquete. Por lo tanto, será el hotel el que indirectamente acabe retribuyendo a las empresas participantes y no el turista de forma directa, con lo que a la vez

agilizamos las entradas y salidas de los hitos y recursos, así como el consumo en las empresas que ofrezcan consumibles.

Para la elaboración de los guiones, así como agilizar las relaciones, formar al personal involucrado, etc. sería óptimo la creación de un organismo gestor de este producto, el cual podría estar formado por un representante de cada rama de actividad participante. La intención es minimizar los costes de este organismo para sufragar el gasto producido a través de la venta del paquete.

El principal problema que nos podemos encontrar en el desarrollo de este producto es la falta de participación de las entidades que deben conformar este proyecto. También el desarrollo de la actividad de forma continuada puede saturar la iniciativa, con la consecuente pérdida de valor para el turista, por lo que podríamos proponer la actividad, en lugar de durante toda la semana, sólo los fines de semana.

La comercialización del producto podría repartirse en porcentajes a través de las ventas directas en los portales oficiales de los hoteles que lo ofertan, portales de experiencias como mydays, evadium, etc. y touroperadores que trabajen con los establecimientos que ofertan el producto. Además la promoción podría darse a través de la web de turismo oficial de la ciudad, la web de turismo oficial de Andalucía y las oficinas de turismo.

## **MÓDULO IV: CONCLUSIONES, BIBLIOGRAFÍA Y ANEXO**

### **CAPÍTULO 14 CONCLUSIONES**

La amplitud del estudio, así como la diversidad de temáticas que se tratan en él, nos lleva a estructurar las conclusiones de manera global. El objetivo es relacionar el marco teórico con el práctico, e interpretar los resultados de forma conjunta.

Como hemos visto a lo largo de todo el estudio, los problemas y conflictos que puede generar una ineficiente gestión de flujos afecta a un importante número de disciplinas. Desde el urbanismo, la planificación, o las inversiones públicas en turismo, hasta la economía de la ciudad, la sociedad o los productos turísticos. Conocer, estudiar y analizar el funcionamiento, motivaciones, desplazamientos, etc. de los flujos turísticos en el destino es fundamental para incrementar la calidad turística de este, así como mejorar su accesibilidad, su oferta turística, la puesta en valor de sus recursos, etc.

Uno de los mayores inconvenientes para realizar este tipo de estudios es la metodología empleada para la obtención de la información referente al movimiento turístico. Aunque existen nuevas tecnologías que facilitan la recopilación de esta información, la necesidad de participación directa por parte del visitante, así como la invasión de su privacidad, suponen dos inconvenientes importantes a la hora de aplicarla.

La recopilación de datos a través de entrevistas y otras técnicas normalmente presentarán sesgos más o menos importantes en los resultados obtenidos. La investigación en este área y la elaboración de una metodología completa y fiable contribuiría en el futuro a mejorar el funcionamiento del destino, puesto que los resultados obtenidos mostrarán la situación real de este. En nuestro estudio nos hemos encontrado con el sesgo consciente, en la recopilación de datos por parte del Observatorio Turístico, de no incluir a los cruceristas por entender que éstos muestran un comportamiento en destino totalmente distinto al resto de visitantes. Como propuesta de subsanación de este sesgo, sugerimos realizar el mismo procedimiento que en los Parques Naturales, distribuyendo estratégicamente balistas por el destino que recojan el movimiento del crucerista gracias a una pulsera interconectada a estas balistas. Para ello deberemos contar con la total colaboración del crucerista, por lo que planteamos la posibilidad de bonificarlos con descuentos en restaurantes, tiendas de ropa, etc.

La forma en que determinados factores influyen en el comportamiento de los visitantes debe ser estudiada e interpretada para poder intervenir de una manera más eficaz. A partir del estudio de los flujos y su relación con esos factores, podremos tomar mejores decisiones en el futuro en cuanto a otorgamiento de licencias, medidas de conservación de los elementos urbanos, aplicación de medidas que agilicen el movimiento en el destino, etc.

El centro histórico de Málaga se ve afectado por una distribución de los flujos muy concentrada en torno a un número de calles y recursos muy limitado. Al funcionar estas de forma beneficiosa económicamente hablando, el interés por redistribuir los flujos más allá de esas calles es muy bajo. El problema reside en que en poco tiempo, los elementos que componen el espacio de esas áreas se degradarán; la población residente que hace uso diario de esos entornos para la realización de tareas cotidianas se mostrará incómoda con la situación, desarrollando un sentimiento de rechazo hacia el turismo; los hitos turísticos que componen ese espacio, generalmente son los más visitados, por lo que además de poner en riesgo su conservación, perjudican el desarrollo de los hitos localizados fuera de estas áreas; y además, el itinerario turístico al que da lugar es visitable en un período de tiempo muy corto, lo que va en detrimento de incrementar la estancia en el destino. Todas estas razones y el resto de las planteadas a lo largo de este estudio ponen de manifiesto el peligro potencial y real del uso intensivo de los espacios turísticos. La tendencia a la museificación de espacios, con el consecuente desplazamiento de la población residente de estas áreas, genera escenarios carentes de vida, dependientes exclusivamente de la afluencia de visitantes foráneos. Por lo tanto, cualquier fluctuación o efecto que repercuta mermando el número de llegadas al destino o de visitantes a la zona en concreto, terminará afectando al desarrollo de la actividad, la economía, etc. de dicha zona. Un claro ejemplo de esta problemática es el caso de Venecia.

En los casos en los que aún persiste la convivencia entre visitantes y residentes, los conflictos son diversos en función del tipo de turista ante el que

nos encontremos. Si bien hemos citado artículos locales que tratan este tema, un ejemplo claro y actual es el que encontramos en el centro histórico de Barcelona.

A la hora de decidir qué tipo de acciones debemos llevar a cabo para solventar un problema concreto, hay que tener en cuenta el impacto de esas acciones en el resto del territorio. Una acción para solventar un conflicto en una zona puede generar otro aún peor en otra, por lo que analizar el conjunto de destino, así como a cada uno de los elementos que lo configuran será determinante. A nivel general, en el centro histórico de Málaga existen diversos problemas en lo que a flujos turísticos se refiere. Con las propuestas realizadas intentamos transmitir que las áreas de intervención son varias y de diferentes naturalezas, tanto si hablamos de tipo de acciones como de rango territorial de intervención. Con las acciones propuestas conseguiríamos (I) diversificar los flujos turísticos por todos los límites del destino; (II) reducir la saturación turística existente en las zonas identificadas como calientes; (III) poner en valor el patrimonio de menor interés; o (IV) reactivar económica y socialmente áreas actualmente infrautilizadas y/o deprimidas, (V) entre otros beneficios.

A este respecto, junto a las medidas desarrolladas a lo largo de este estudio, podríamos diversificar los flujos hacia zonas y recursos menos comunes a través de tarjetas de fidelización, beneficios y descuentos en función de la procedencia, cupones de descuento, tarjetas específicas en función del tipo de actividad (museos, bodegas, etc.). De igual forma, disponer de oferta de medios de transporte sostenibles como la bicicleta, el segway, bicitaxi, etc., así como de lugares para su óptimo y seguro estacionamiento, posibilita que los visitantes decidan visitar otros recursos más alejados de las rutas habituales.

También, a través del uso de las nuevas tecnologías, se podrían ofrecer ofertas, descuentos, etc. exclusivos en un momento determinado, y de las que el visitante podría beneficiarse previo registro en una aplicación móvil. Esta sería una medida que si se desarrollase un tipo de tecnología que permitiera el seguimiento GPS del usuario de la aplicación, nos facilitaría en el futuro el estudio de los flujos en la ciudad.

La dispersión controlada de visitantes por el destino, además de contribuir a disminuir la saturación de determinados espacios, puede ayudar a regenerar zonas degradadas, así como a recuperar el patrimonio local.

En relación a la oferta cultural en la que basa su imagen la ciudad de Málaga, no estamos de acuerdo con las acciones públicas en las que se invierte en museos franquicia como forma de dotar al destino de prestigio en el exterior. Ciertamente, este tipo de oferta acaba desconectando la cultura e idiosincrasia de la ciudad de la experiencia turística. Tratándose de una ciudad cultural, y utilizando este concepto como eslogan en su promoción y comercialización, incrementar esfuerzos en captación y desarrollo del turismo idiomático y académico dotaría a la ciudad de mezclas culturales que posteriormente tenderían a interrelacionarse y acentuar este concepto. Además, por la naturaleza de este tipo de turistas, ayudarían a rejuvenecer el

destino, así como incentivaría el desarrollo de otro tipo de actividades adaptadas a ellos.

Otro hecho criticable es la escasa intervención del Ayuntamiento en lo relacionado con la gestión y estudio de los flujos turísticos. No limita las licencias de restaurantes, no limita ni controla los apartamentos turísticos, no limita la construcción de pequeños museos, no limita ni estudia los alojamientos en el centro, y además quebranta las normas urbanísticas. ¿Realmente necesitamos más infraestructuras de alojamiento? En ese caso, ¿para satisfacer a qué demanda? ¿qué estudios se han hecho? ¿qué estudios existen para la gestión de autobuses turísticos? ¿qué estudios existen sobre el comportamiento, inversión de tiempo, etc. de los visitantes en el destino? ¿qué estudios existen que identifiquen los puntos más conflictivos para el tránsito? ¿se tiene en cuenta a la población residente en la toma de decisiones? ¿qué medidas existen para involucrar a la población residente con las acciones turísticas? ¿qué servicios necesita realmente la población residente? Estas son algunas de las muchas cuestiones que quedan abiertas para futuros estudios, y que muestran la dificultad de la gestión de los flujos turísticos.

## CAPÍTULO 15 BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, F. (2012). Tema 5: Gestión de flujos en destinos turísticos. Universidad de Málaga.
- (2010). *Balance anual 2010*. Málaga: Observatorio Turístico de Málaga.
- Barragán Gutiérrez, J. J. (2014). *Memoria del proyecto "La persiana indiscreta"*. Algeciras: Escuela de Artes de Algeciras.
- Bort Muñoz, M. Á. (2004). *Merchandising: cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- *Callejero turístico oficial*. Ayuntamiento de Málaga, Málaga.
- Damián, I., & Navarro Jurado, E. (2007). *Estudio de la capacidad de carga social percibida por los turistas aplicado en la Costa del Sol Oriental*.
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). (2013). [www.adaptacion.inecc.gob.mx/](http://www.adaptacion.inecc.gob.mx/). Recuperado el 12 de Agosto de 2014, de <http://www.adaptacion.inecc.gob.mx/que-es-adaptacion-y-vulnerabilidad/medidas-y-acciones>
- Díaz, C., Verón, D., Valdepeña, M., & Luna, C. *Entramado de 12 colores*. Sociedad de Alumnos ESIA Tecamachalco.
- Echamendi Lorente, P. (2001). *Capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación*. Madrid.
- (2012). *Estudio piloto sobre flujos turísticos en Málaga*. Universidad de Málaga.
- García Aranda, S. (2013). *Flujos turísticos en destinos de ciudad. El caso de Málaga capital*. Málaga: UMA.
- García Hernández, M. (1999). *Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes en conjuntos monumentales: el caso de La Alhambra*. Universidad Complutense de Madrid.
- García Hernández, M. (2000). Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de flujos de visitantes. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* , 131-148.
- García Hernández, M., & De la Calle Vaquero, M. (2012). *Capacidad de carga en grandes recursos turístico-culturales*. Universidad Complutense de Madrid.
- Lew, A., & McKercher, B. (2006). Modeling Tourist Movements. A local destination analysis. *Annals of Tourism Research* , 33 (2), 403-423.
- [malagabici.malaga.eu](http://malagabici.malaga.eu). (s.f.). Recuperado el 28 de Julio de 2014, de <http://malagabici.malaga.eu/webpublica/estaciones.html>

- *Manual de señalización turística de Andalucía*. Consejería de turismo, comercio y deporte. Junta de Andalucía.
- *Manual de señalización turística de Navarra*. Gobierno de Navarra.
- (2011). *Manual de señalización turística del Perú*. Viceministerio de Turismo de Perú.
- Marchena Gómez, M., & Repiso Rubio, F. (1999). Turismo cultural: el caso de Sevilla. *Cuadernos de turismo* , 4, 33-50.
- McKercher, B., & Lau, G. (2008). Movement Patterns of Tourists within a Destination. *Tourism Geographies* , 10 (3), 355-374.
- (1999). *Ordenanza de las instalaciones y las actividades publicitarias*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- (2014). *Ordenanza de movilidad*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- (2004). *Ordenanza reguladora de accesibilidad en el municipio*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- (2007). *Ordenanza reguladora de la ocupación de la vía pública*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- (1998/2011). *Plan Especial de Protección y Reforma Interior del centro histórico de Málaga*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- (2011). *Plan General de Ordenación Urbana de Málaga*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- (2011). *Plan Municipal de Movilidad Sostenible de Málaga*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- Plog, S. C. (1987). Understanding psychographics in tourism research . *Travel, tourism and hospitality research* , 203-213.
- Quintana Orozco, R. (2010). *Diseño de sistema de señalización y señalética*. Universidad de Londres.
- (1995). *Recomendaciones para la Señalización Informativa Urbana*. A.I.M.P.E. Asociación de Ingenieros Municipales y Provinciales de España.
- Rocha, E. (29 de Septiembre de 2010). *www.artigonal.com*. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de <http://www.artigonal.com/turismo-e-viagem-artigos/turista-mesocentrico-e-destinos-turisticos-3371315.html>
- Romera, J. M. (22 de Agosto de 2014). *www.diariosur.es*. Recuperado el 29 de Agosto de 2014, de <http://www.diariosur.es/opinion/201408/22/molesto-turismo-20140822125920.html>
- SAETA. (2013). *Balance anual 2013. Turismo de cruceros en Andalucía*.
- Serralvo, F. A. (2004). *Factores de influencia en el comportamiento del turista interno*. A Coruña: Universidad Católica de Santos.

- *sistemamid.com/*. (s.f.). Recuperado el 14 de Agosto de 2014, de [http://sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-05-05\\_07-58-4199634.pdf](http://sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-05-05_07-58-4199634.pdf)
- *sobremalaga.com*. (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://sobremalaga.com/category/monumentos-de-malaga/>
- Soto, J. (6 de Junio de 2014). *www.diariosur.es*. Recuperado el 29 de Agosto de 2014, de <http://www.diariosur.es/malaga-capital/201406/04/vecinos-demandan-centro-menos-20140604234345-v.html>
- Turespaña. (2011). *Estudio de productos turísticos*.
- Vera Rebollo, J. F., Palomeque, F. L., Gómez Marchena, M. J., & Anton Clavé, S. (2011). *Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos*. Tirant lo Blanch.
- *viajes.michelin.es*. (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://viajes.michelin.es/web/destino/Espana-Andalucia-Malaga/lugares-turisticos>
- *www.andalucia.org*. (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.andalucia.org/es/destinos/zonasturisticas/malaga-y-entorno/recurso/visit/>
- *www.booking.com*. (s.f.). Recuperado el 18 de Julio de 2014, de [http://www.booking.com/district/es/malaga/centro.es.html?aid=318615;label=New\\_Spanish\\_ES\\_EMEA\\_5226337105-Y1rx6f13PorzozUfaqPdKAS46623263185%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t2%3Aneg;sid=bb78bee670df900affb55f9f0912060a;dcid=4;inac=1](http://www.booking.com/district/es/malaga/centro.es.html?aid=318615;label=New_Spanish_ES_EMEA_5226337105-Y1rx6f13PorzozUfaqPdKAS46623263185%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t2%3Aneg;sid=bb78bee670df900affb55f9f0912060a;dcid=4;inac=1)
- *www.centrohistoricomalaga.com*. (s.f.). Recuperado el 29 de Julio de 2014, de <http://www.centrohistoricomalaga.com/mapa/>
- *www.economiaandaluza.es*. (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/IV.%20Equipamientos%200culturales%20en%20M%C3%A1laga%20-%20inversiones%20recientes%20y%20previstas%20e%20impacto%20econ%C3%B3mico.pdf>
- *www.elandroidelibre.com*. (s.f.). Recuperado el 08 de Agosto de 2014, de <http://www.elandroidelibre.com/2012/06/samsung-galaxy-s-iii-vs-htc-one-x-vs-sony-xperia-s-comparativa-de-camaras.html>
- *www.emtmalaga.es*. (s.f.). Recuperado el 28 de Julio de 2014, de <http://www.emtmalaga.es/emt-classic/home.html>
- *www.google.es*. (s.f.). Recuperado el 29 de Julio de 2014, de <https://www.google.es/maps/search/tiendas+en+el+centro+historico+de+malaga/@36.7186875,-4.4193662,16z>

- [www.juntadeandalucia.es](http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55365). (s.f.). Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55365>
- [www.juntadeandalucia.es](http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55384). (s.f.). Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55384>
- [www.juntadeandalucia.es](http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55387). (s.f.). Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55387>
- [www.malaga.eu](http://www.malaga.eu/ayto/m_ciudad/portal/menu/varios/buscadorEquipamiento). (s.f.). Recuperado el 19 de Julio de 2014, de [http://www.malaga.eu/ayto/m\\_ciudad/portal/menu/varios/buscadorEquipamiento](http://www.malaga.eu/ayto/m_ciudad/portal/menu/varios/buscadorEquipamiento)
- [www.malaga.eu](http://www.malaga.eu/ayto/m_ciudad/portal/menu/varios/buscadorEquipamiento). (s.f.). Recuperado el 28 de Julio de 2014, de [http://www.malaga.eu/ayto/m\\_ciudad/portal/menu/varios/buscadorEquipamiento](http://www.malaga.eu/ayto/m_ciudad/portal/menu/varios/buscadorEquipamiento)
- [www.malagainformation.com](http://www.malagainformation.com/spanish/monuments.html). (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.malagainformation.com/spanish/monuments.html>
- [www.malagaturismo.com](http://www.malagaturismo.com/es/secciones/monumentos-historicos/4). (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.malagaturismo.com/es/secciones/monumentos-historicos/4>
- [www.minube.com](http://www.minube.com/tag/monumentos-historicos-malaga-c1237). (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.minube.com/tag/monumentos-historicos-malaga-c1237>
- [www.puertos.es](http://www.puertos.es/estadisticas/estadistica_historica/index.html). (s.f.). Recuperado el 07 de Agosto de 2014, de [http://www.puertos.es/estadisticas/estadistica\\_historica/index.html](http://www.puertos.es/estadisticas/estadistica_historica/index.html)
- [www.qualifica.es](http://www.qualifica.org/actuaciones/ver?idref=52). (s.f.). Recuperado el 08 de Agosto de 2014, de <http://www.qualifica.org/actuaciones/ver?idref=52>
- [www.scalae.net](http://scalae.net/noticia/fm). (s.f.). Recuperado el 08 de Agosto de 2014, de <http://scalae.net/noticia/fm>
- [www.solucionista.es](http://solucionista.es/wp-content/uploads/Dibujo.jpg). (s.f.). Recuperado el 08 de Agosto de 2014, de <http://solucionista.es/wp-content/uploads/Dibujo.jpg>
- [www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es/Hotels-g187438-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia-Hotels.html#MAPVIEW). (s.f.). Recuperado el 18 de Julio de 2014, de [http://www.tripadvisor.es/Hotels-g187438-Malaga\\_Costa\\_del\\_Sol\\_Province\\_of\\_Malaga\\_Andalucia-Hotels.html#MAPVIEW](http://www.tripadvisor.es/Hotels-g187438-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia-Hotels.html#MAPVIEW)
- [www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187438-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html#MAPVIEW). (s.f.). Recuperado el 18 de Julio de 2014, de [http://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187438-Malaga\\_Costa\\_del\\_Sol\\_Province\\_of\\_Malaga\\_Andalucia.html#MAPVIEW](http://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187438-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html#MAPVIEW)
- [www.webmalaga.com](http://www.webmalaga.com/cultura/monumentos/ficha.asp?cod=66&mun=29067). (s.f.). Recuperado el 25 de Julio de 2014, de <http://www.webmalaga.com/cultura/monumentos/ficha.asp?cod=66&mun=29067>

## CAPÍTULO 16 ANEXO

### **Noticia 1: Vecinos demandan un centro con menos ruidos y bares con terraza**

*"Los vecinos del Centro no dan por perdida la batalla contra los negocios de hostelería. A pesar de que los bares y restaurantes han copado gran parte de las calles del casco antiguo, los residentes no se cansan de exigir al Ayuntamiento que actúe para regular el exceso de terrazas y evitar los ruidos. Y ayer no fue una excepción. Durante una conferencia sobre la evolución de la 'almendra', solicitaron al Consistorio más armas para conseguir un barrio más habitable. El debate comenzó tras la presentación del informe 'Recuperación integral del Centro Histórico de Málaga' elaborado por el OMAU. Este estudio, alerta sobre la excesiva concentración de negocios de hostelería, que dificultan el día a día de los vecinos. (...)*

*La concejala del distrito Centro, Gemma del Corral, y el director general de Medio Ambiente, Luis Medina Montoya, trataron de aplacar los ánimos ante las encendidas críticas de los residentes, aunque con escasa aceptación. «El problema es que en el Centro no se puede vivir; la recuperación integral ha sido negativa porque se han olvidado de que las ciudades deben estar hechas para las personas vivas, no para que haya bares, mesas y desfiles», aseguró Miguel Ángel Florido. (...)*

*El principal motivo de queja esgrimido por los asistentes fue el ruido generado por los bares y las personas que frecuentan las terrazas. Y ese fue el argumento de Carmen Casiliari, que denunció las complicaciones que padecen en el entorno de calle Nosquera. «En esta calle hay un ruido tremendo, la gente se pasa todo el día tirando botellas al contenedor de vidrios y los camiones pasan a cualquier hora». Por todo ello solicitó una solución al Ayuntamiento que no llega. «Estamos cansados de escuchar falsas promesas», dijo. (...)*

*Por su parte, la presidenta de la asociación de vecinos Centro Antiguo, Ester Ramírez, trató de calmar los ánimos al asegurar que el Centro necesita muchas actuaciones y que un debate sobre ese tipo ayudaba a mejorar a todos. «Tal vez, lo que faltan son muchos más encuentros de este tipo», apuntó. Por todo ello, la organizadora del acto consideró que el Centro necesita «del trabajo coordinado de todas las partes implicadas»."*

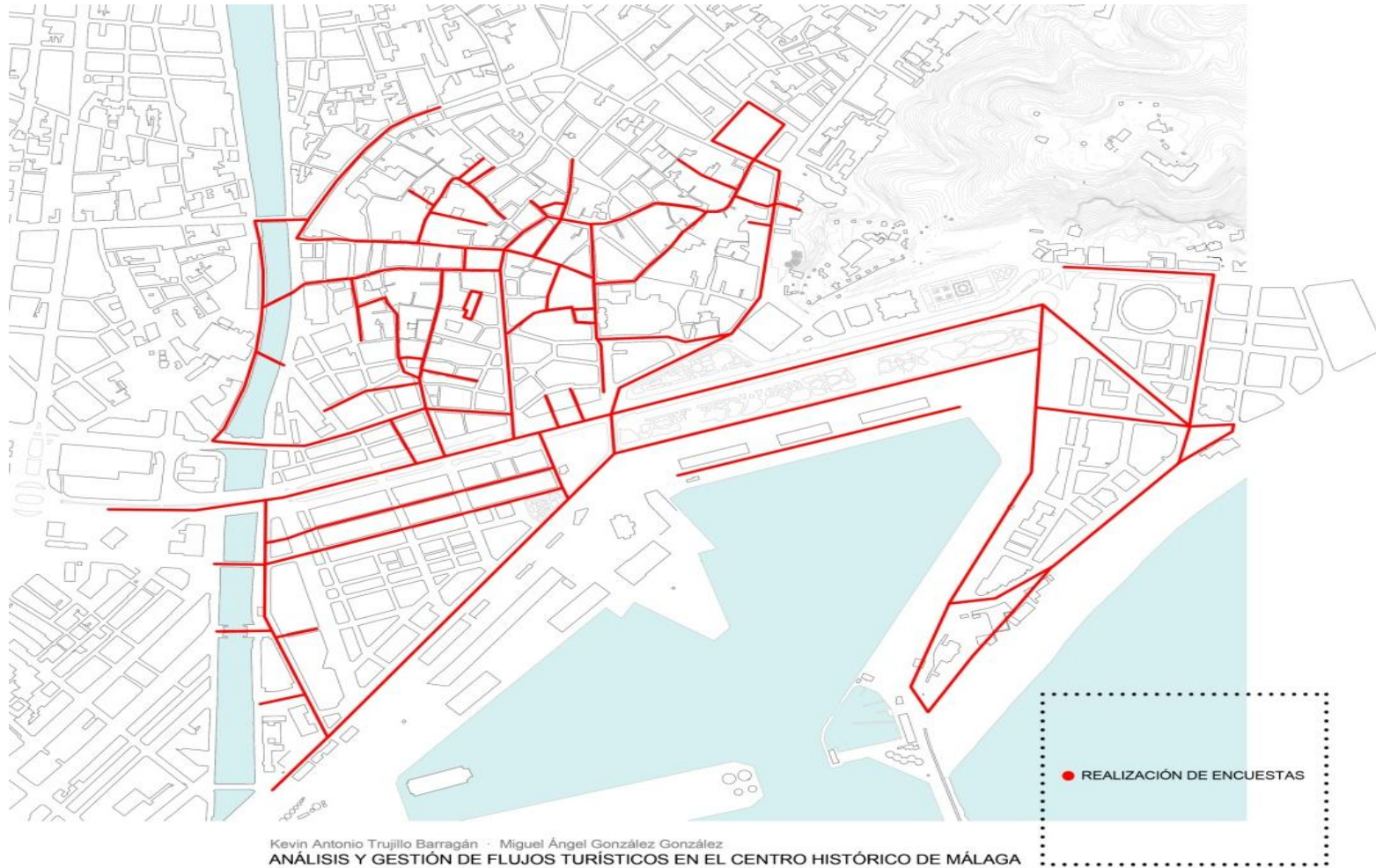
Soto, J. (6 de junio de 2014). [www.diariosur.es](http://www.diariosur.es). Recuperado el 29 de agosto de 2014, de <http://www.diariosur.es/malaga-capital/201406/04/vecinos-demandan-centro-menos-20140604234345-v.html>

## Noticia 2: Molesto turismo

*"Decía André Gide que lo primero que visitaba al llegar a un pueblo eran los cementerios, los mercados y los tribunales. Yo no suelo visitar tribunales: no entiendo qué me podría interesar de ellos salvo que me invitaran a asistir en persona a algún juicio concreto, y no diré en cuál estoy pensando. Pero sí me atraen los cementerios y los mercados. Los cementerios, por motivos obvios, tanto artísticos como digamos que filosóficos. En cuanto a los mercados de abastos, siempre me han parecido el documento más fiel de la vida ciudadana, porque en ellos se aprecian in situ y sin intermediarios dos de los rasgos fundamentales del paisanaje: qué come y cómo habla. Merece la pena pasear entre el cromatismo de las fruterías y los puestos de flores y el olor de charcuterías y tiendas de encurtidos, oír las voces de pescaderas y carniceros, comparar los nombres de los alimentos en los distintos países y regiones, observar simplemente a vendedores y clientes bajo los techos de unas construcciones a veces imponentes como catedrales. Ahora parece que en varias ciudades españolas los comerciantes de los mercados se quejan de la afluencia de turistas que no van atraídos por el género, sino por la atmósfera. Denuncian que empiezan a acudir en grupos guiados a menudo por el correspondiente cicerone y no compran, pero se hacen fotos en las galerías estorbando a los usuarios de toda la vida, que son en definitiva quienes mantienen vivo el negocio. Incluso alguno ha propuesto cobrar entrada para ahuyentar esas incómodas presencias. Otro conflicto de intereses en esto del turismo, siempre tan extraño. Alguien dijo que la industria del turismo consiste en transportar personas que estarían mejor en su casa a lugares que estarían mejor sin ellos. A la vista de las recurrentes imágenes de Magaluf y otros destinos similares del nuevo turismo de estercolero, es una observación acertada. El problema, sin embargo, no es tanto de calidad como de cantidad. Por regla general los comerciantes, los hosteleros y los agentes turísticos lanzan sus anzuelos en todas las direcciones tratando de atraer el mayor número posible de turistas. Pero luego, cuando la invasión ya no tiene remedio, se quejan de que los comportamientos de los visitantes dejan bastante que desear y perturban la paz del lugar. Luego acaba la temporada y todos se lamentan del vacío que dejan los invasores, como en una versión más del ni contigo ni sin ti de la copla. Pocas veces se admite que la codicia ha roto el equilibrio entre dos extremos ya irreconciliables: que los residentes puedan seguir haciendo su vida normal cuando llegan turistas que quieren salirse de su vida normal. Para alcanzar este ideal hacen falta muchas dosis de urbanidad y tolerancia, cosas ambas de las que no andamos muy sobrados aunque presumamos tanto de civilizados como de hospitalarios."*

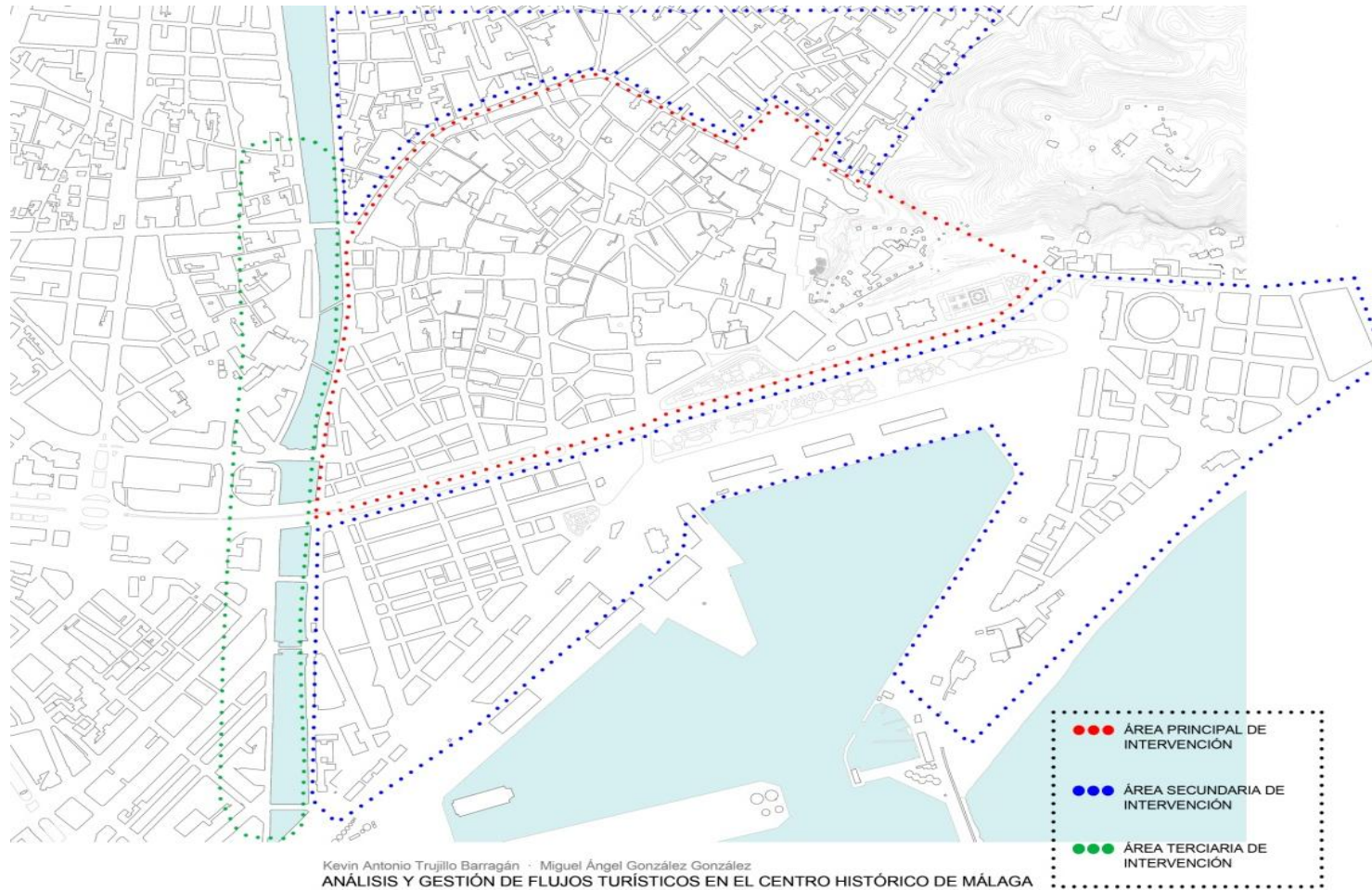
Romera, J.M. (22 de agosto de 2014). [www.diariosur.es](http://www.diariosur.es). Recuperado el 29 de agosto de 2014, de <http://www.diariosur.es/opinion/201408/22/molesto-turismo-20140822125920.html>

Mapa 1 - Delimitación del área de realización de las encuestas



Fuente: (García Aranda, 2013). Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 2 - Delimitación de las áreas de intervención



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

### Metodología empleada para la realización de encuestas

**Realizado por:** Conjunta Consulting

**Tipo de encuesta:** Entrevista personal

**Ámbito de la investigación:** Málaga Capital

**Universo:** Población no residente en Málaga (turista y/o excursionista, exceptuando el segmento de cruceros), con una edad de 18 años o más.

**Persona de contacto:** Persona no residente en Málaga (turista y/o excursionista, exceptuando el segmento de cruceros), con una edad de 18 años o más.

**Cuestionario:** Cuestionario personal, semiestructurado, con preguntas abiertas y cerradas, y con explicación de cómo se debe cumplimentar cada una de las preguntas.

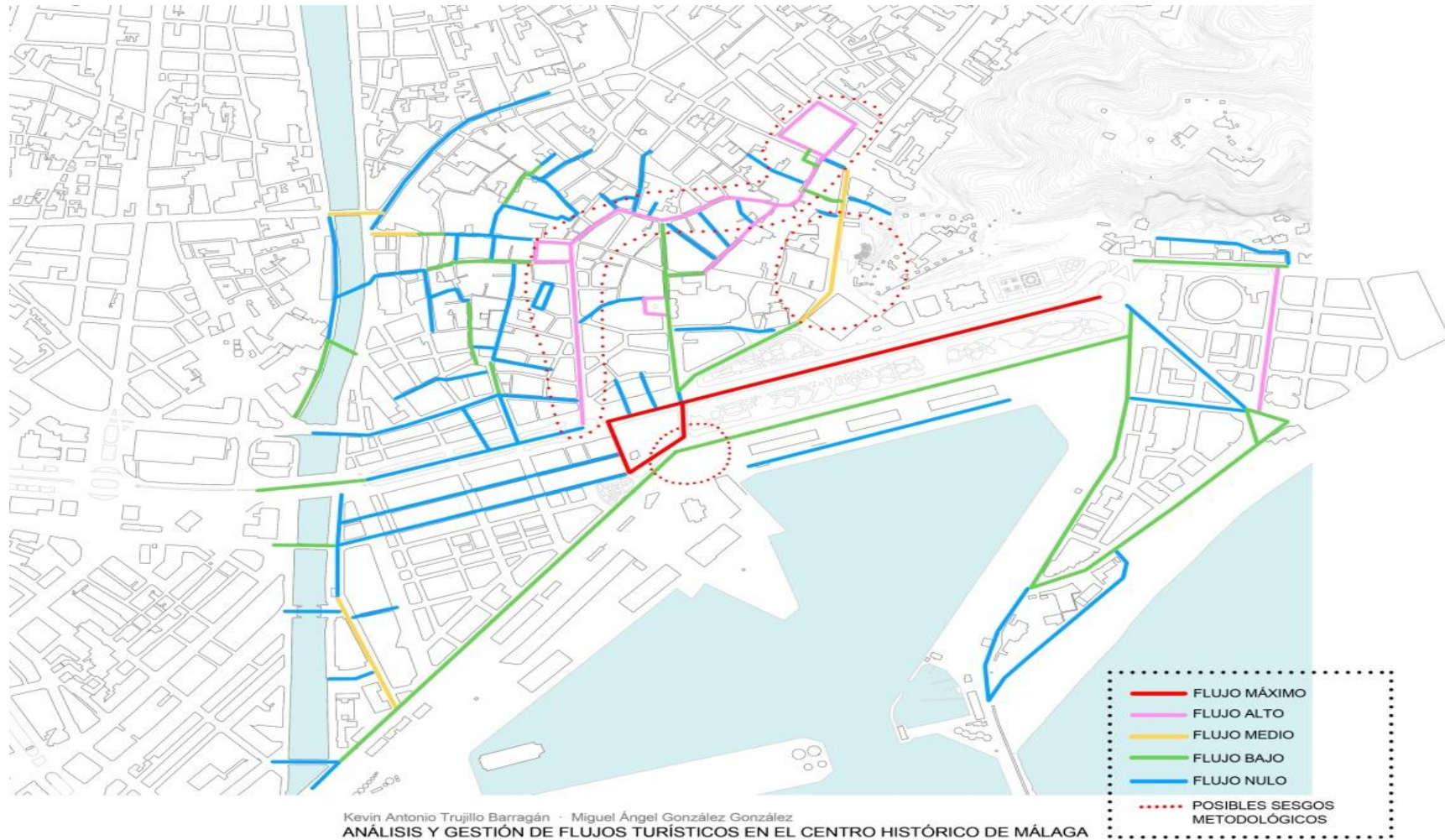
**Tamaño de la muestra:** 3.600 encuestas.

**Tipo de muestreo y tamaño muestral:** Muestreo aleatorio sistemático. Se escoge al primer individuo al azar y el resto viene condicionado por éste, contando de "n" en "n" individuos a partir de éste. Se establecen rutas de movimiento con selección del individuo dentro del grupo según el método Kish.

**Error muestral:** El error estadístico máximo es de  $\pm 0,03$  para los datos globales para un nivel de confianza del 95,5% en condiciones más desfavorables de muestreo  $p = q = 50\%$  y  $2\sigma$ .

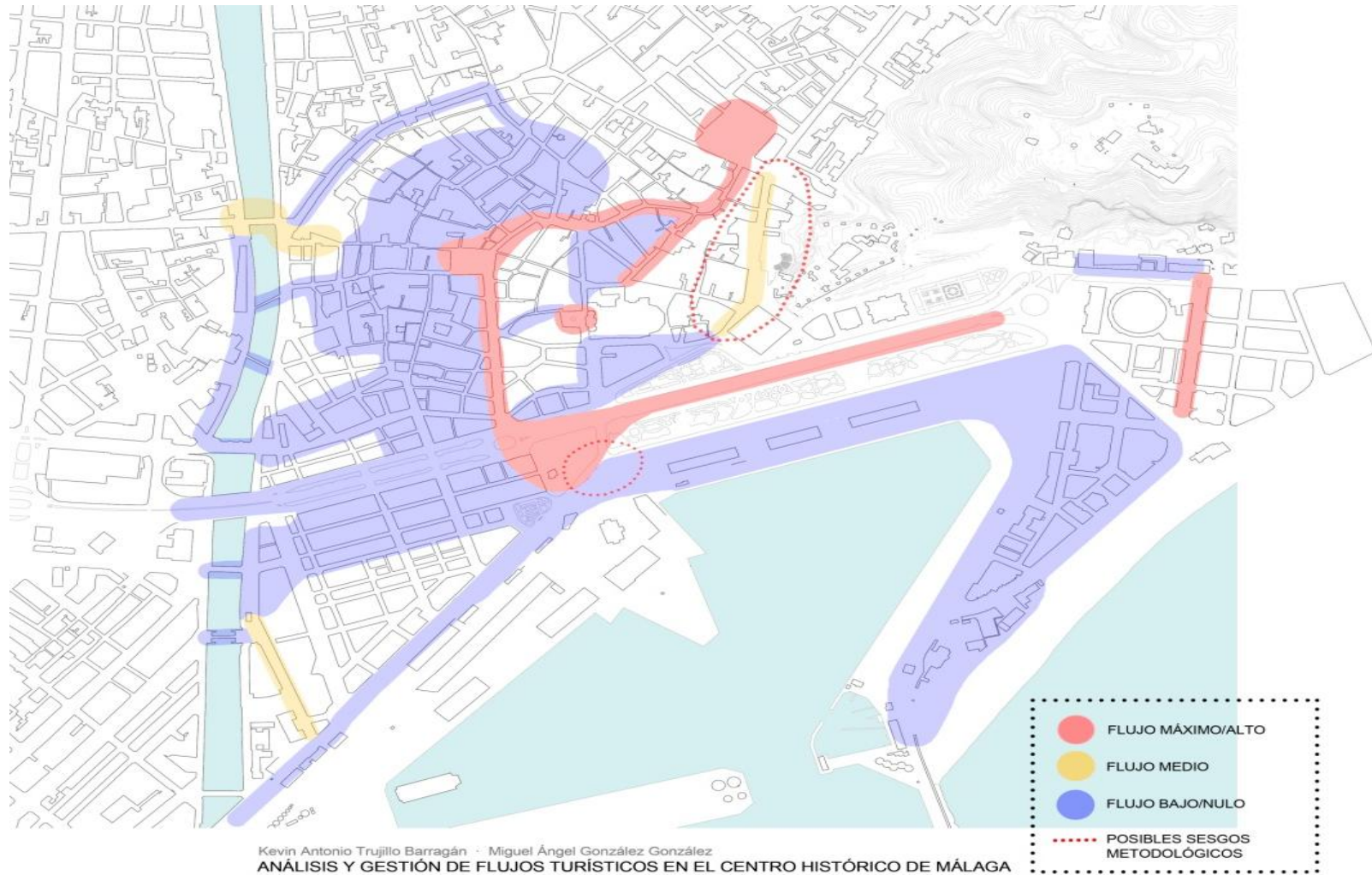
*Fuente: Observatorio Turístico de Málaga*

Mapa 3 - Distribución de los flujos turísticos por calles. Cinco frecuencias



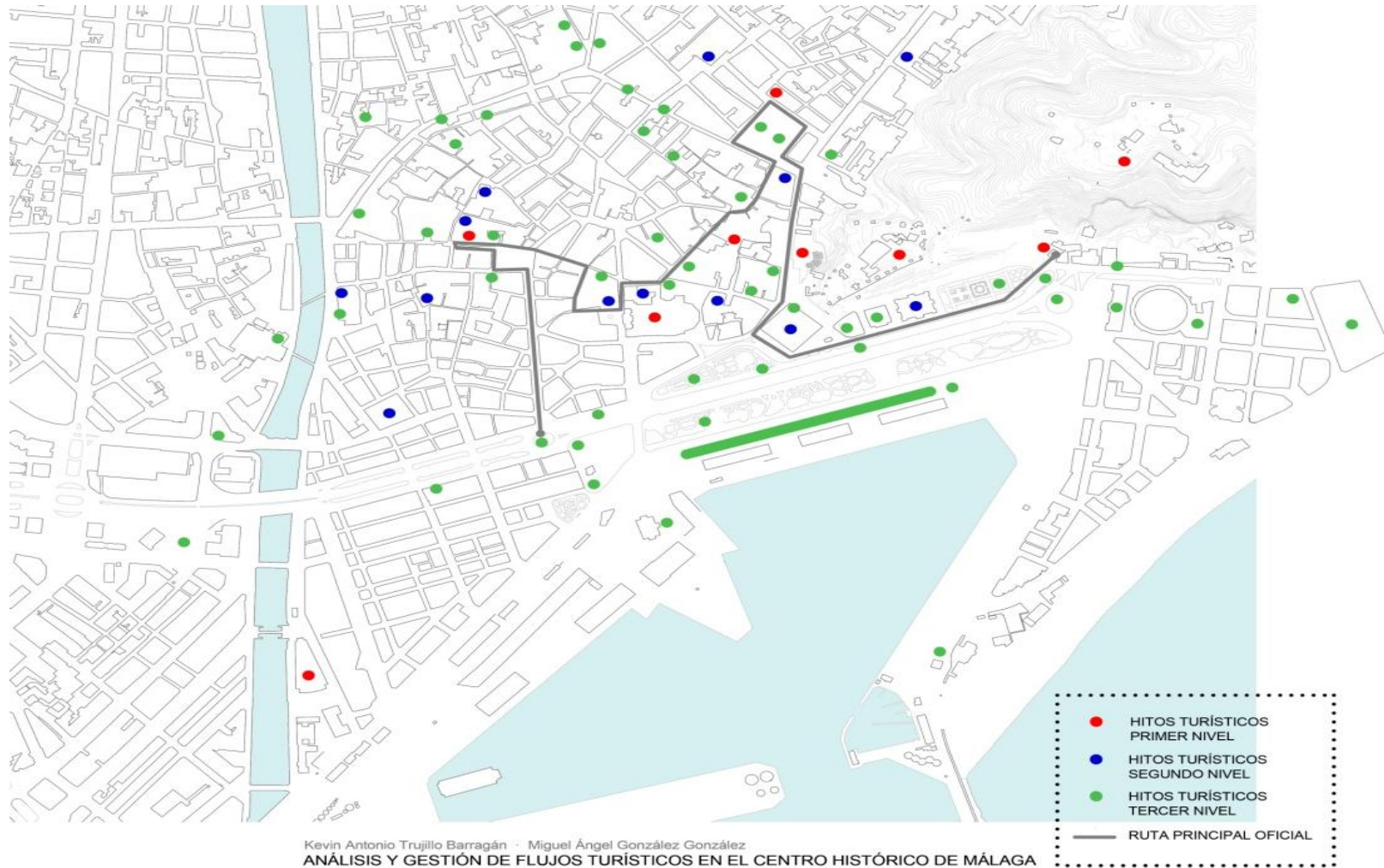
Fuente: (García Aranda, 2013). Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 4 - Distribución de los flujos turísticos por áreas. Tres frecuencias



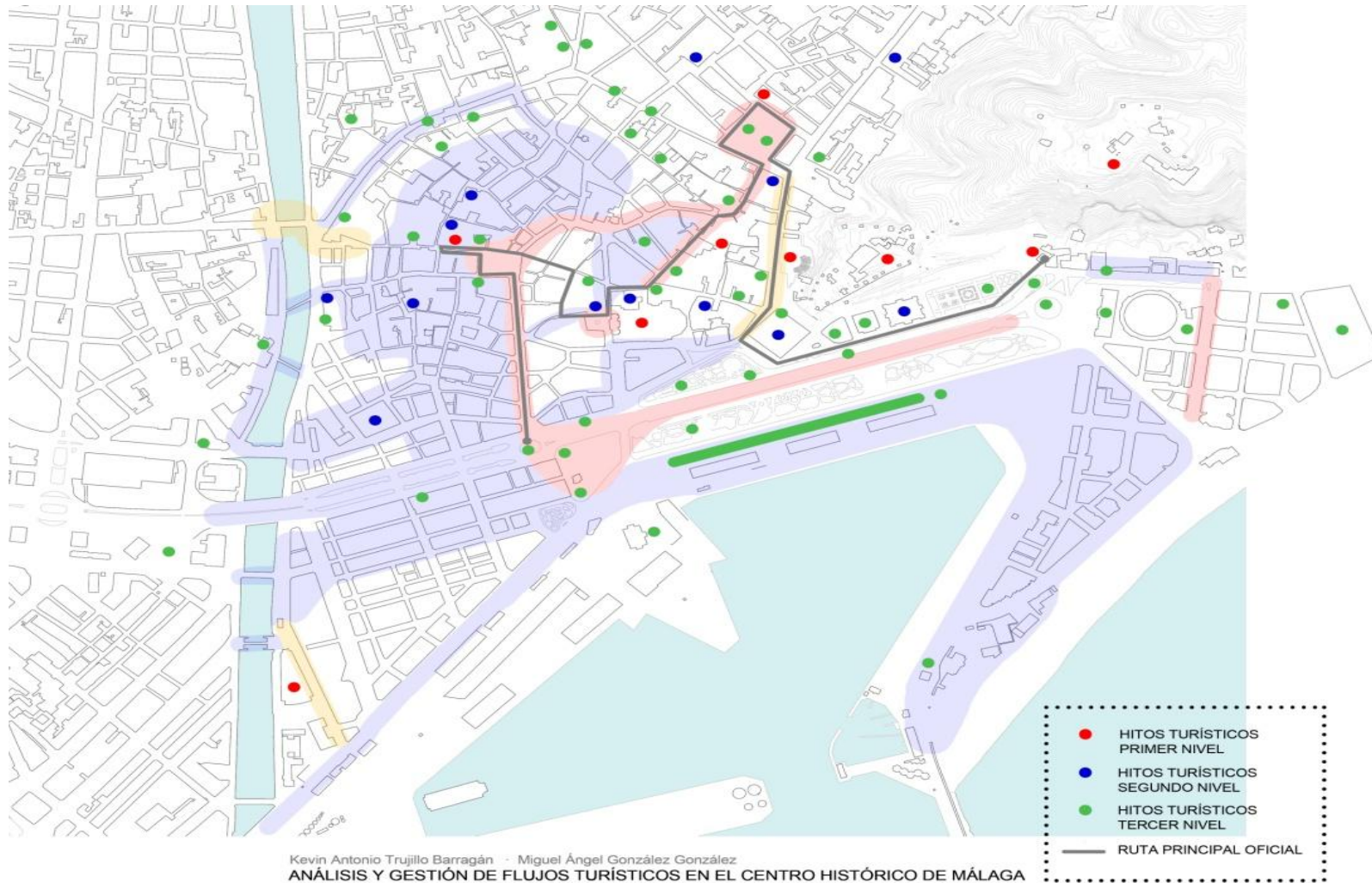
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 5 - Localización y distribución de los hitos turísticos de primer, segundo y tercer nivel



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

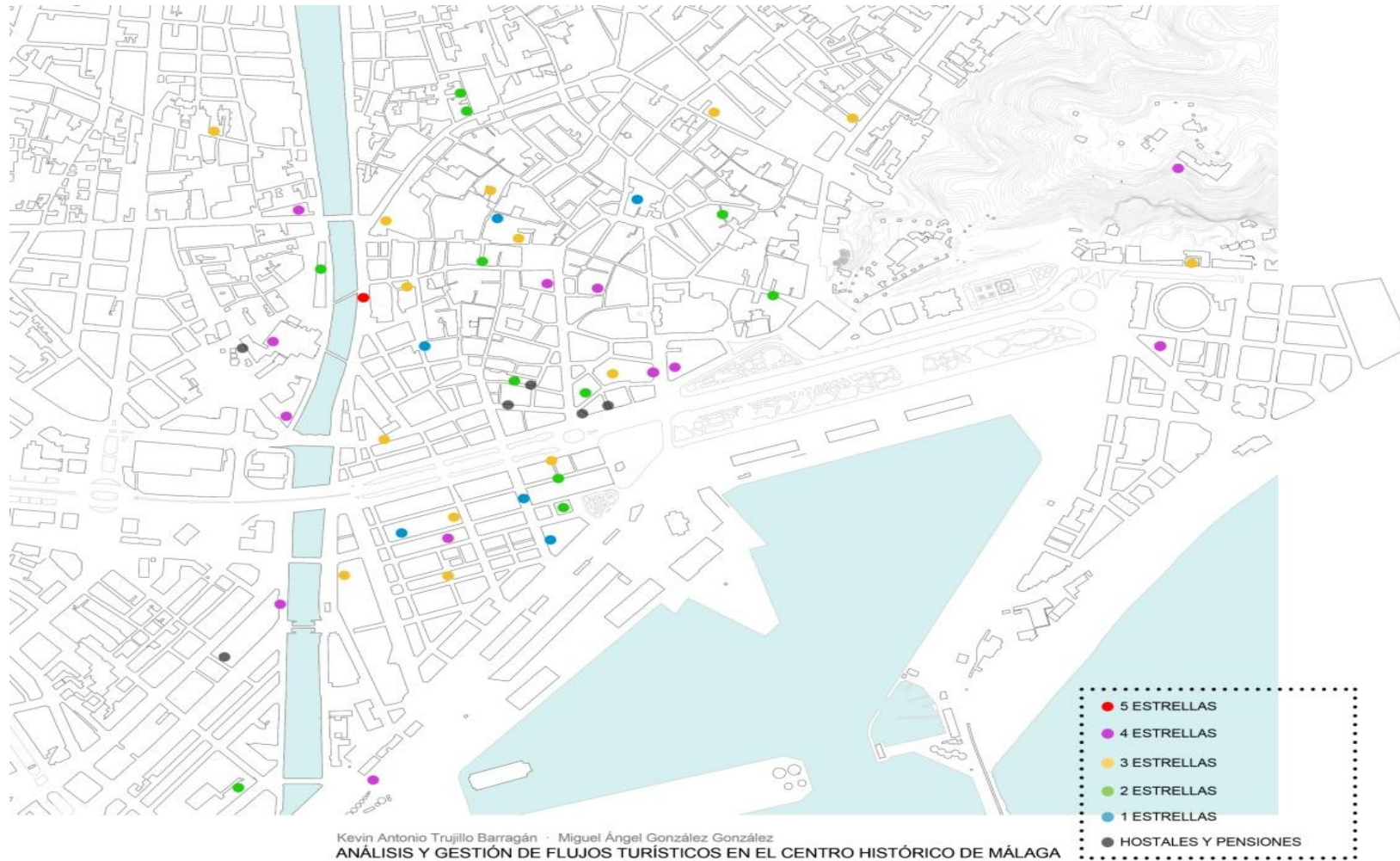
Mapa 6 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los hitos turísticos



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

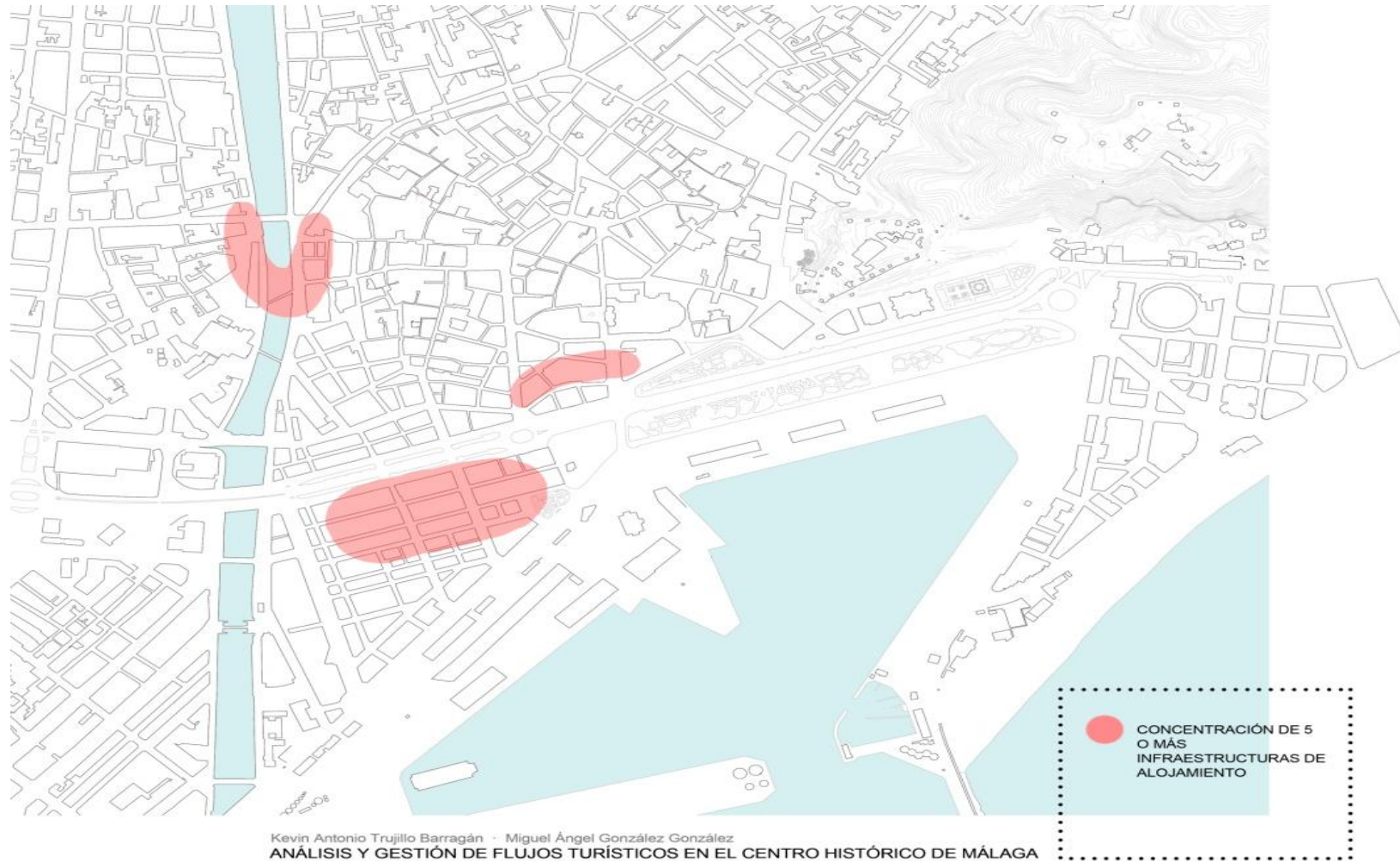


Mapa 7 - Localización y distribución individual de la oferta de alojamiento



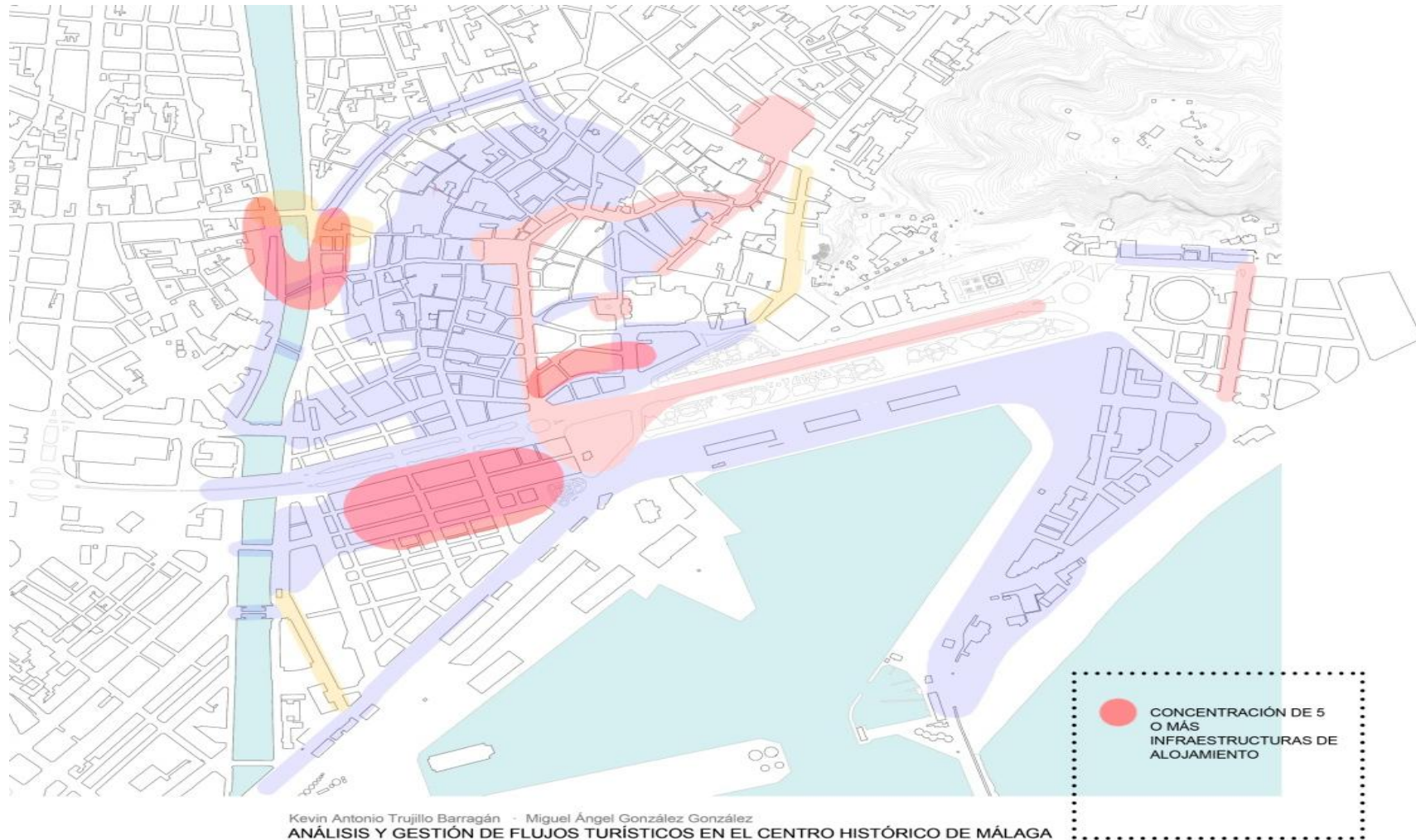
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 8 - Representación de la concentración de cinco o más establecimientos de alojamiento por áreas



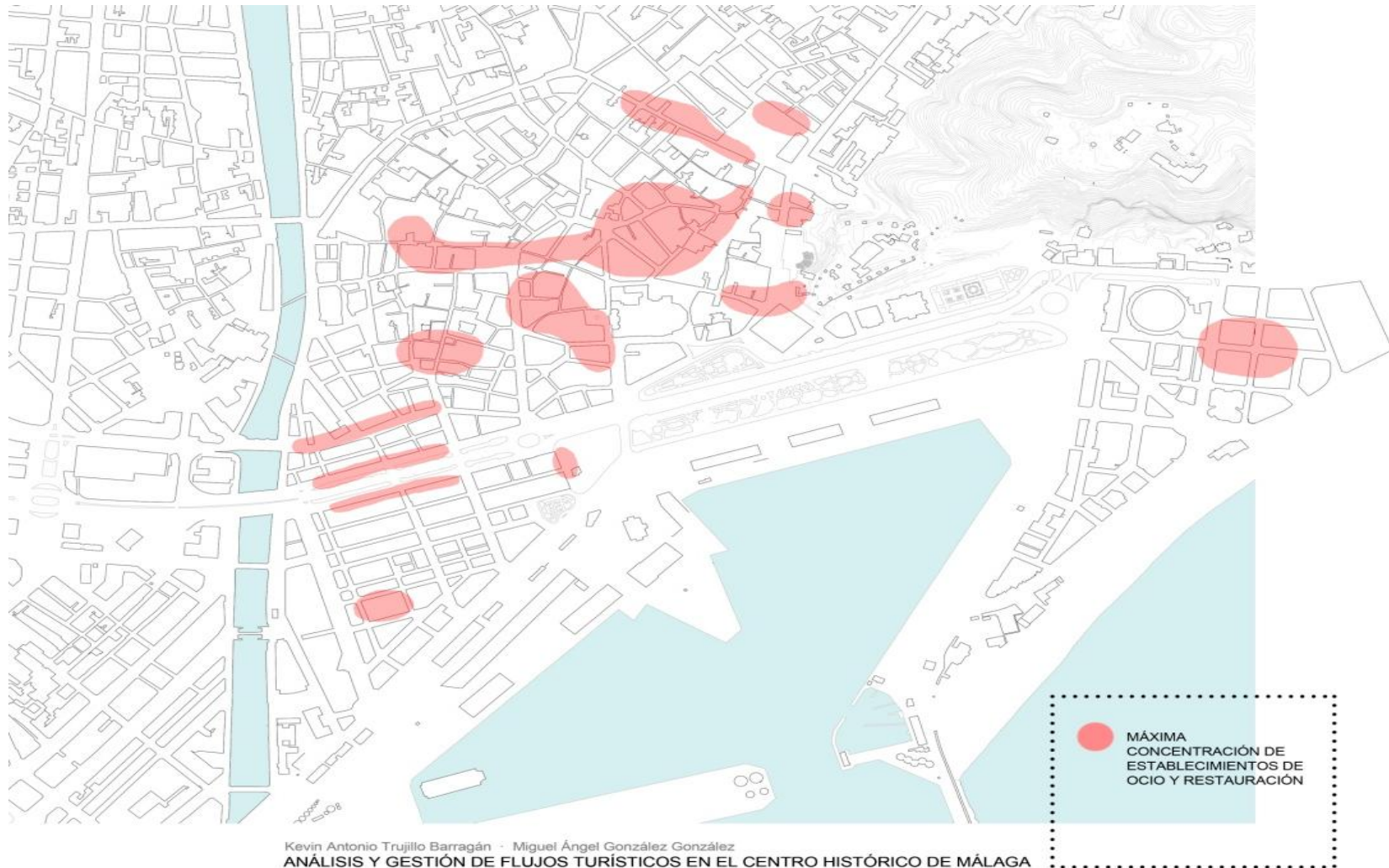
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 9 - Relación entre los flujos turísticos y la concentración de los alojamientos por áreas



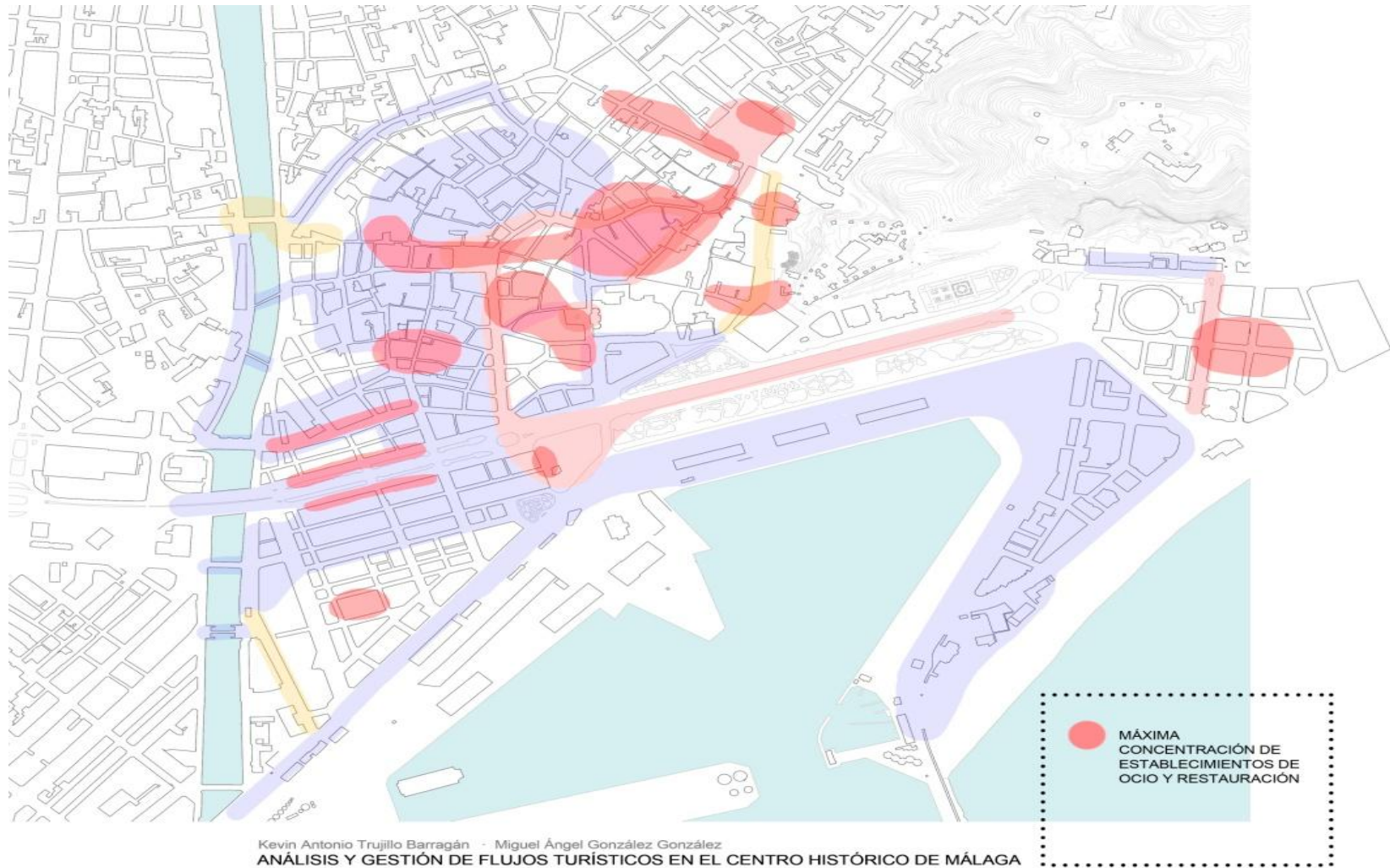
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 10 - Distribución de la oferta de restauración y ocio por áreas



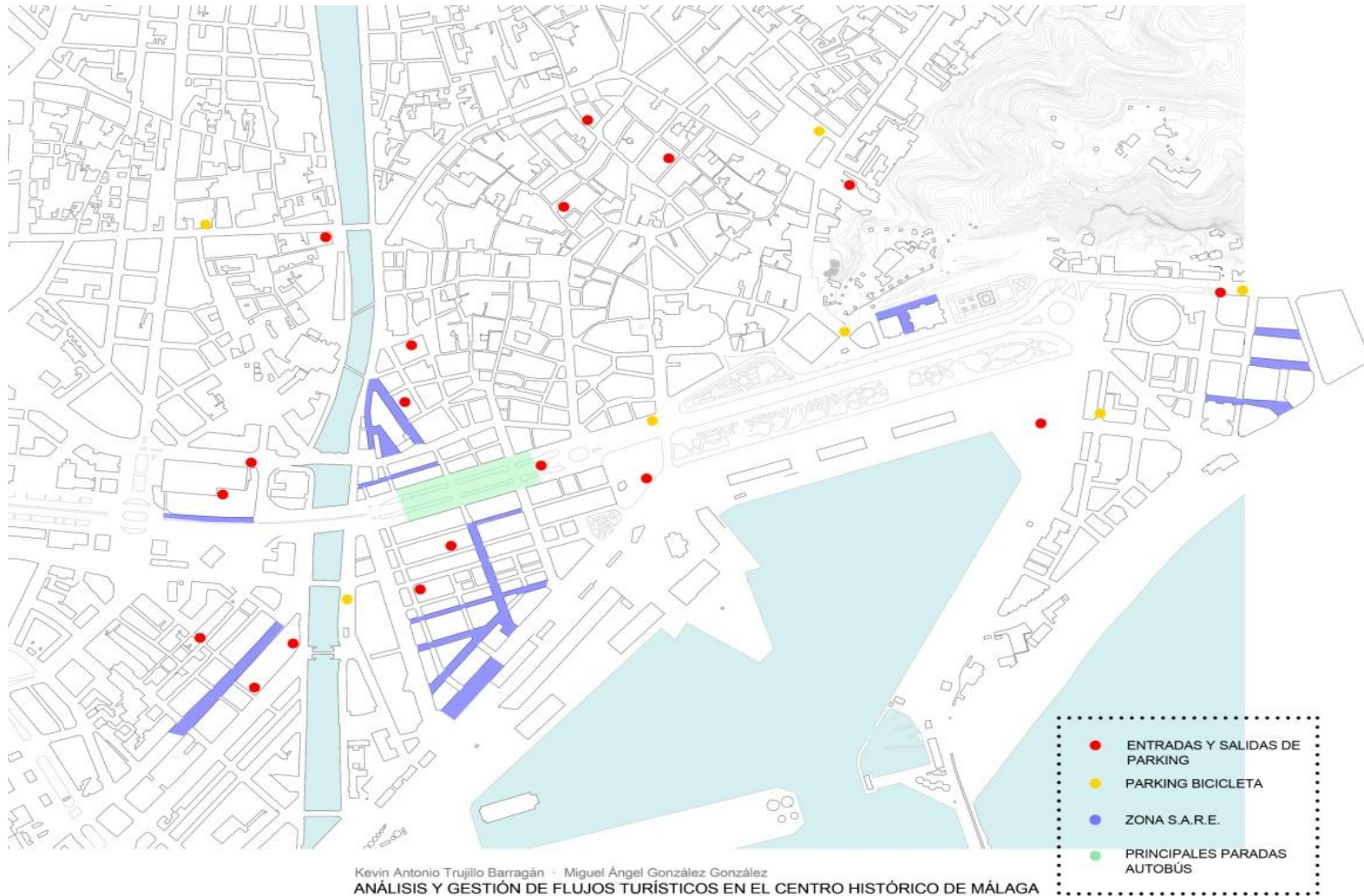
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 11 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los establecimientos de ocio y restauración por áreas



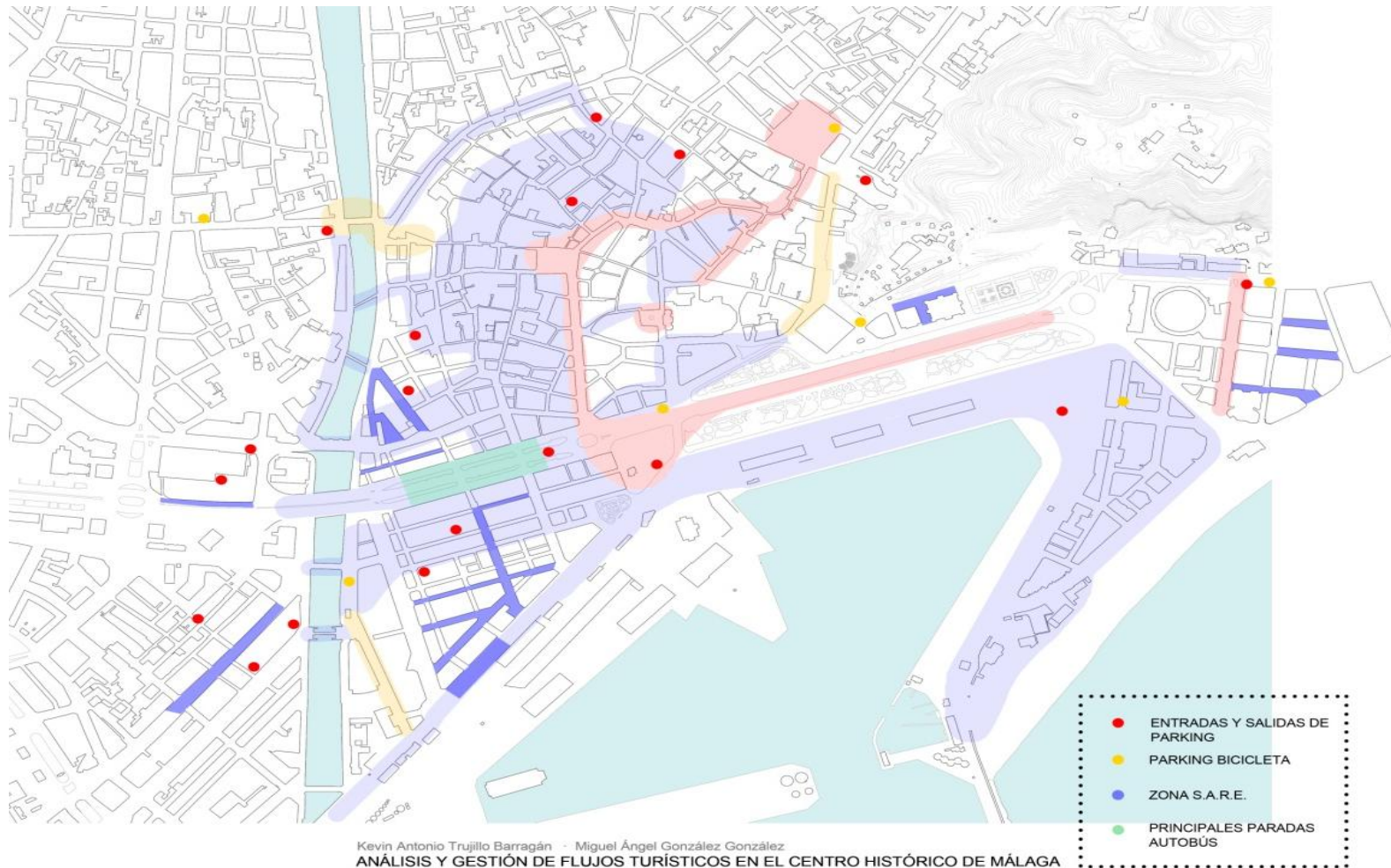
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 12 - Localización y distribución de parking, paradas de autobús, parking de bicicletas y zonas S.A.R.E



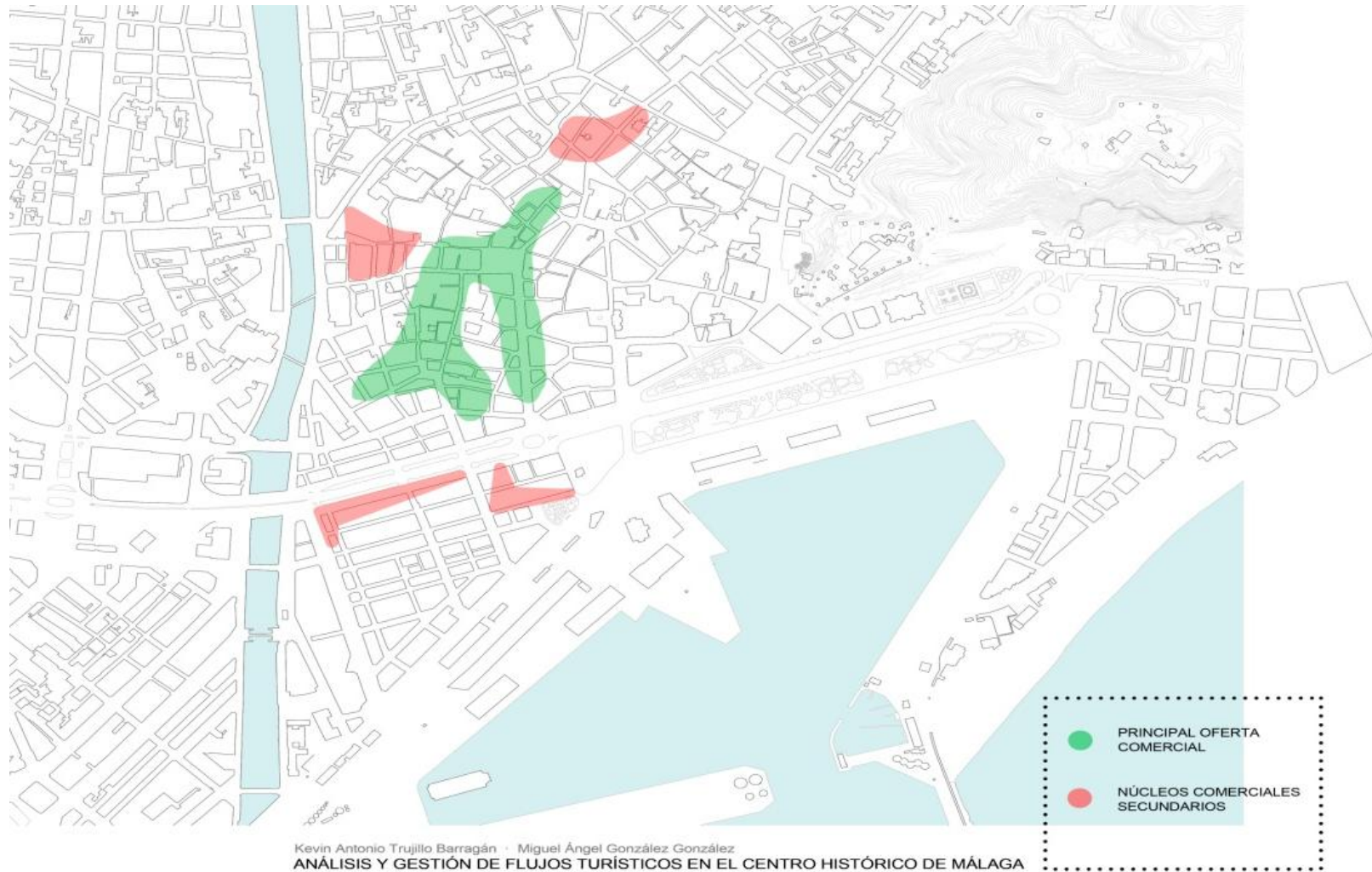
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 13 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los parking, paradas de autobús, de bicicletas y zonas S.A.R.E.



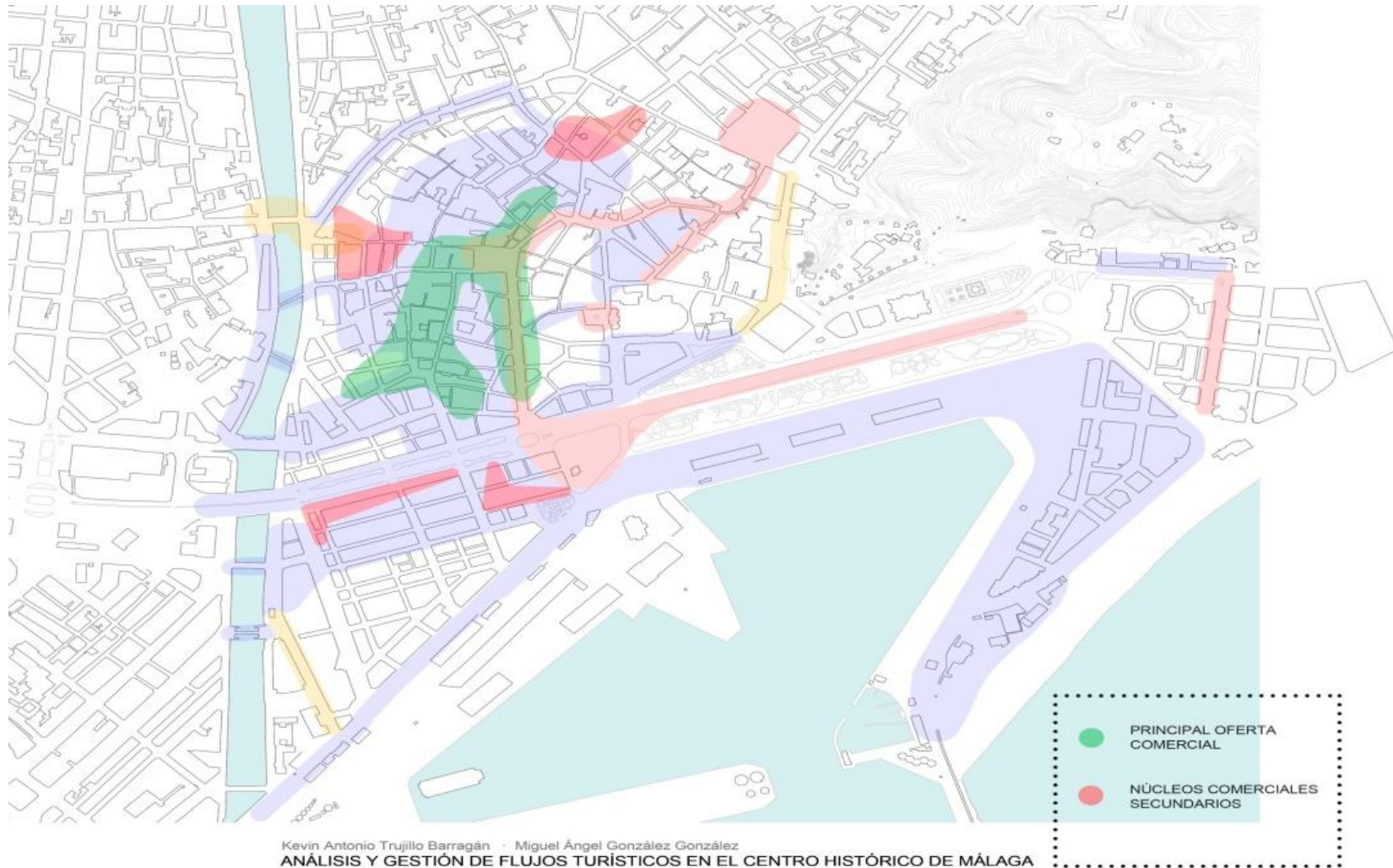
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 14 - Distribución de los comercios por áreas



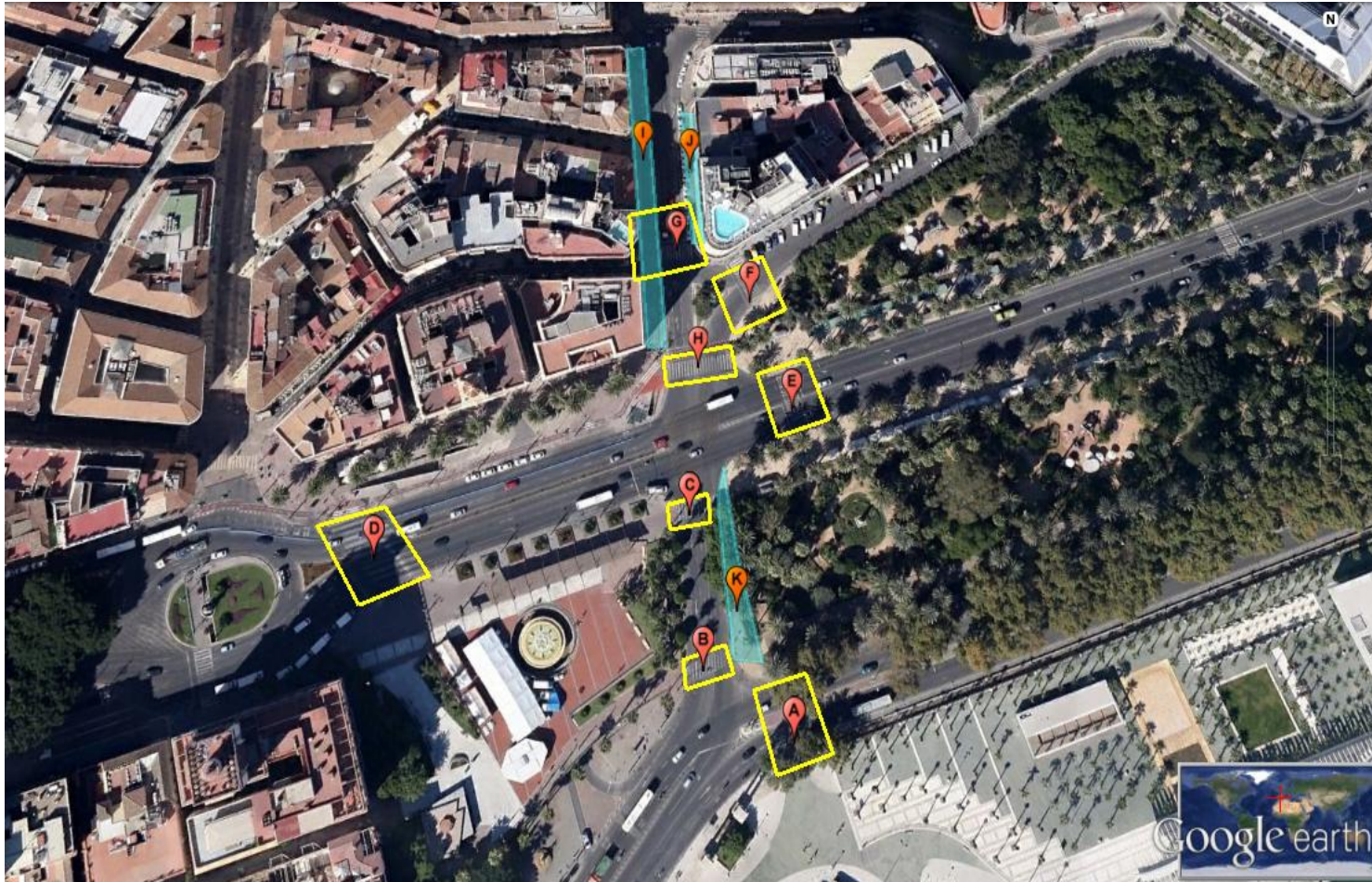
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 15 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los comercios por áreas.



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Mapa 16 - Localización y medición de las aceras y pasos de peatones influyentes en el tránsito de flujos en la zona de intervención



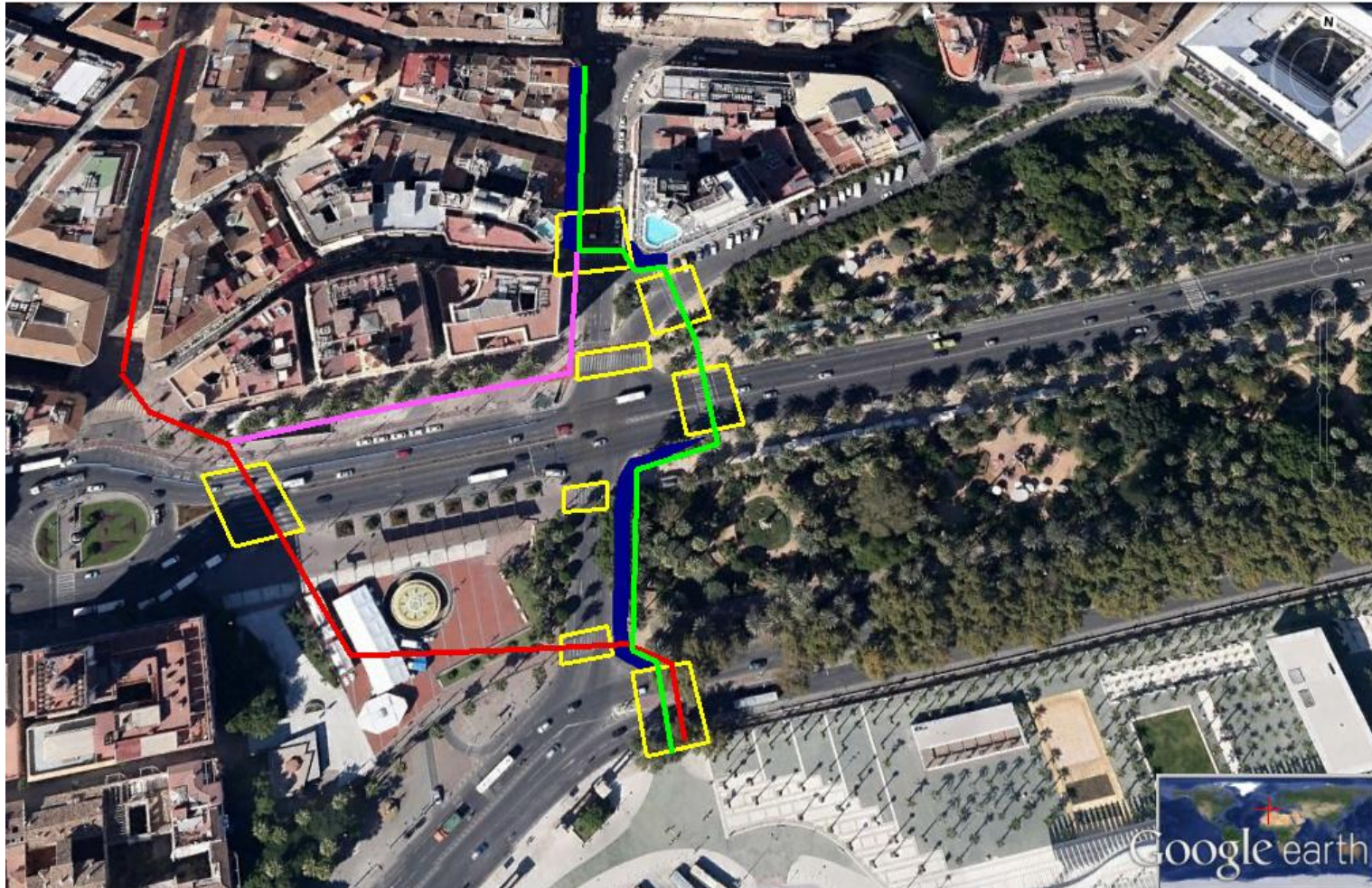
Fuente: Elaboración propia. Google Earth

Imagen 1 - Composición del recorrido actual de los cruceristas



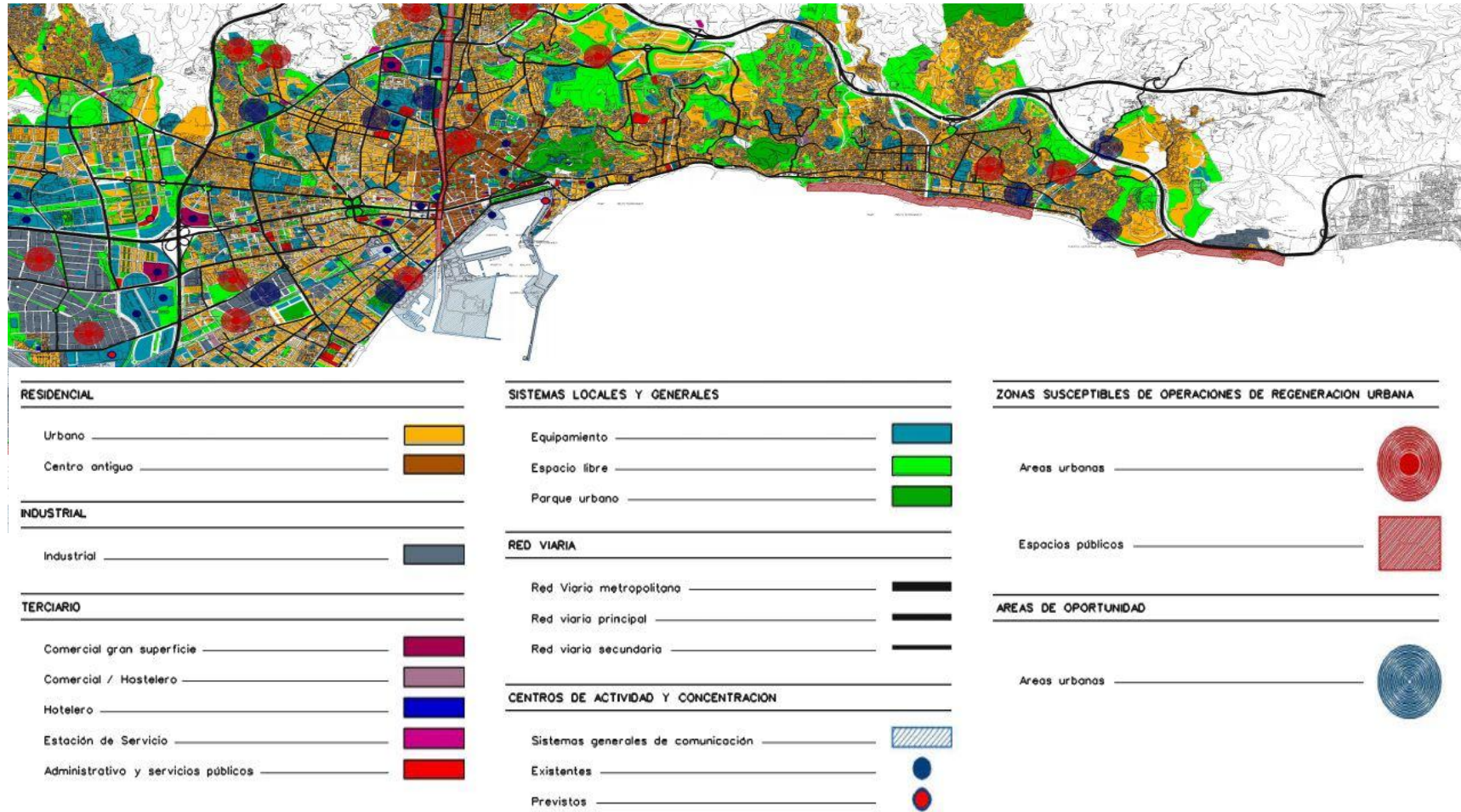
*Fuente: Elaboración propia*

Mapa 17 - Posibles desplazamientos actuales



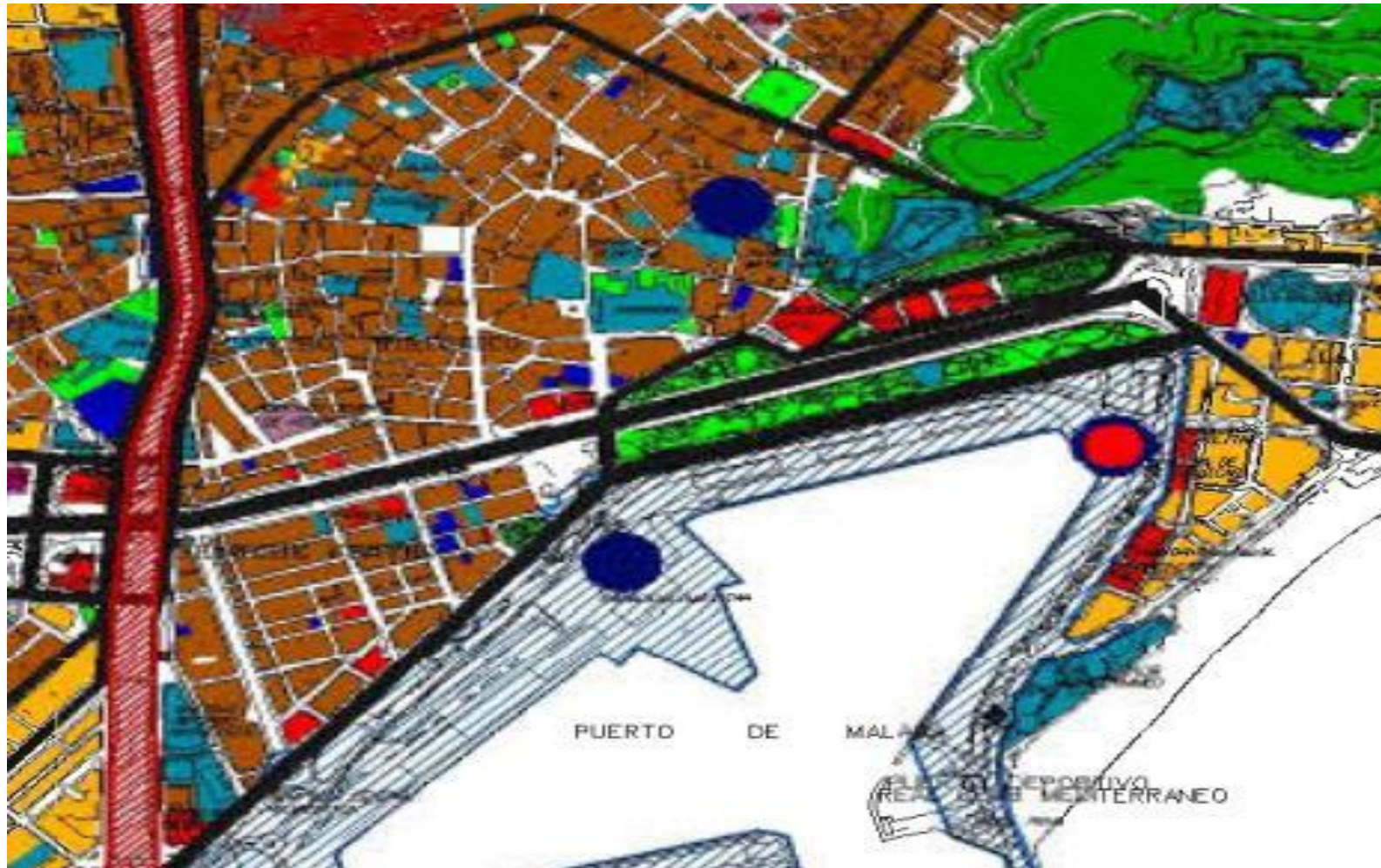
Fuente: Elaboración propia. Google Earth

Plan General de Ordenación Urbana. Málaga. Vista general



Fuente: Ayuntamiento de Málaga

## Plan General de Ordenación Urbana. Málaga. Vista en detalle del área de intervención



Fuente: Ayuntamiento de Málaga

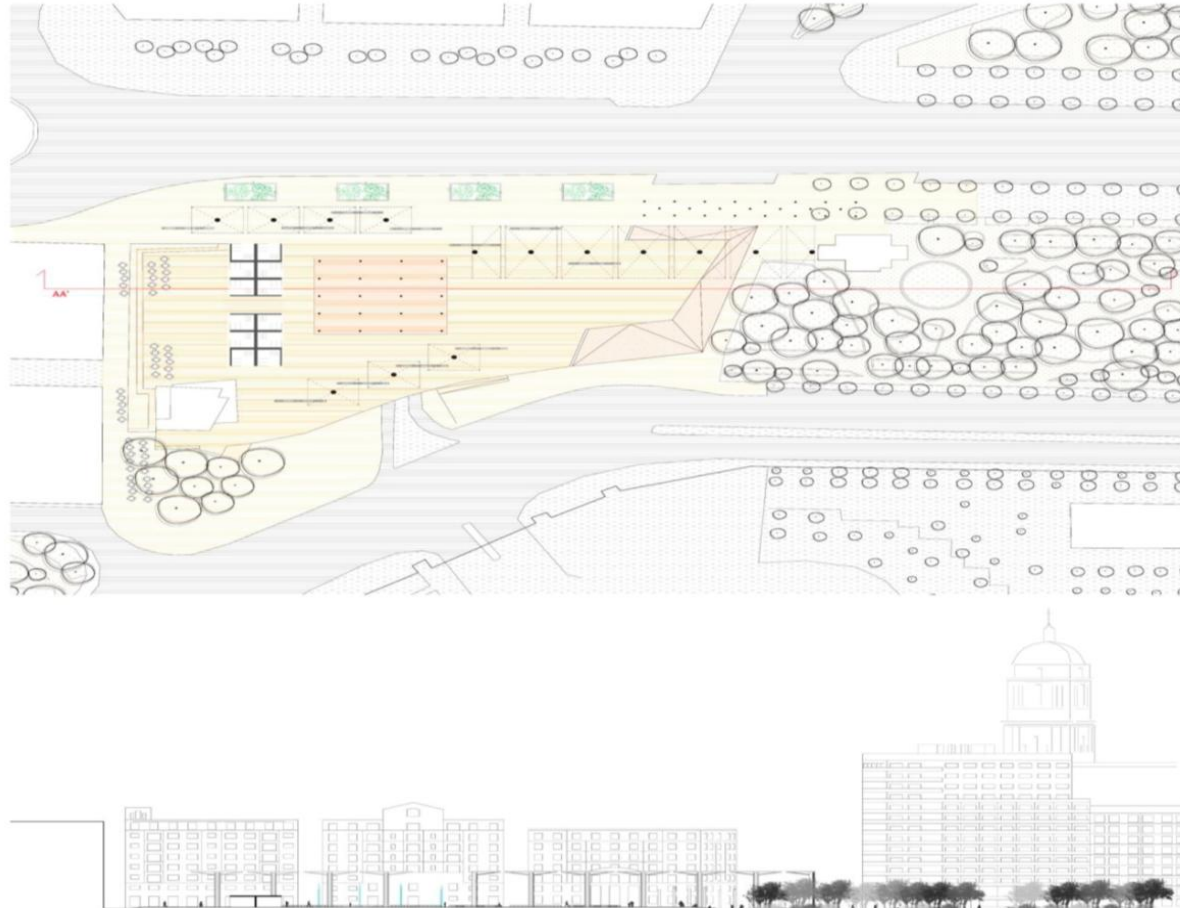
### Plano 1 - Representación del antes y el después de las acciones propuestas



Kevin Antonio Trujillo Barragán · Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

*Fuente: Elaboración propia en colaboración con Perea, B.*

## Plano 2 - Intervenciones propuestas representadas en planta y alzado



Kevin Antonio Trujillo Barragán · Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

*Fuente: Elaboración propia en colaboración con Perea, B.*

## Plano 3 - Levantamiento en tres dimensiones de la zona intervenida



Kevin Antonio Trujillo Barragán · Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

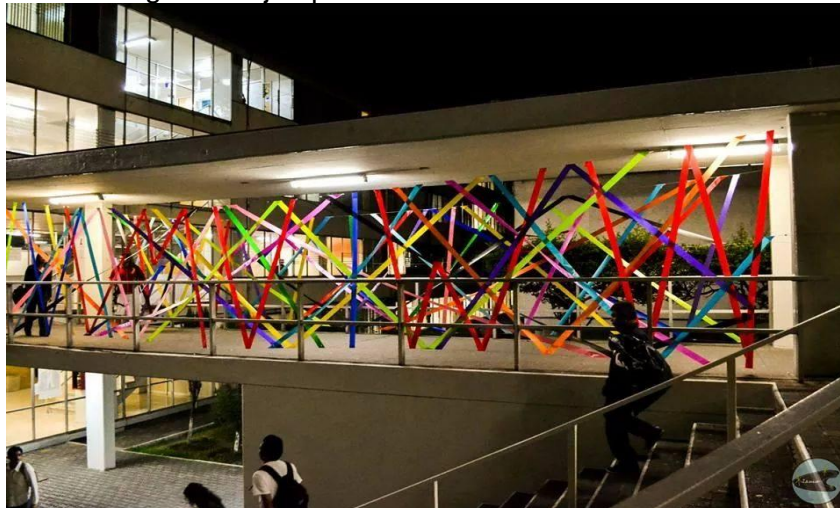
*Fuente: Elaboración propia en colaboración con Perea, B.*

Imagen 2 - Ejemplo de infraestructura de escaleras y rampas



Fuente: [www.solucionista.es](http://www.solucionista.es)

Imagen 4 - Ejemplo de barrera cromática de diseño



Fuente: Sociedad de Alumnos ESIA Tecamachalco. Creación de C. Díaz, D. Verón, M. Valdepeña y C. Luna

Imagen 3 - Ejemplo de pérgola con base de cristal de espejo



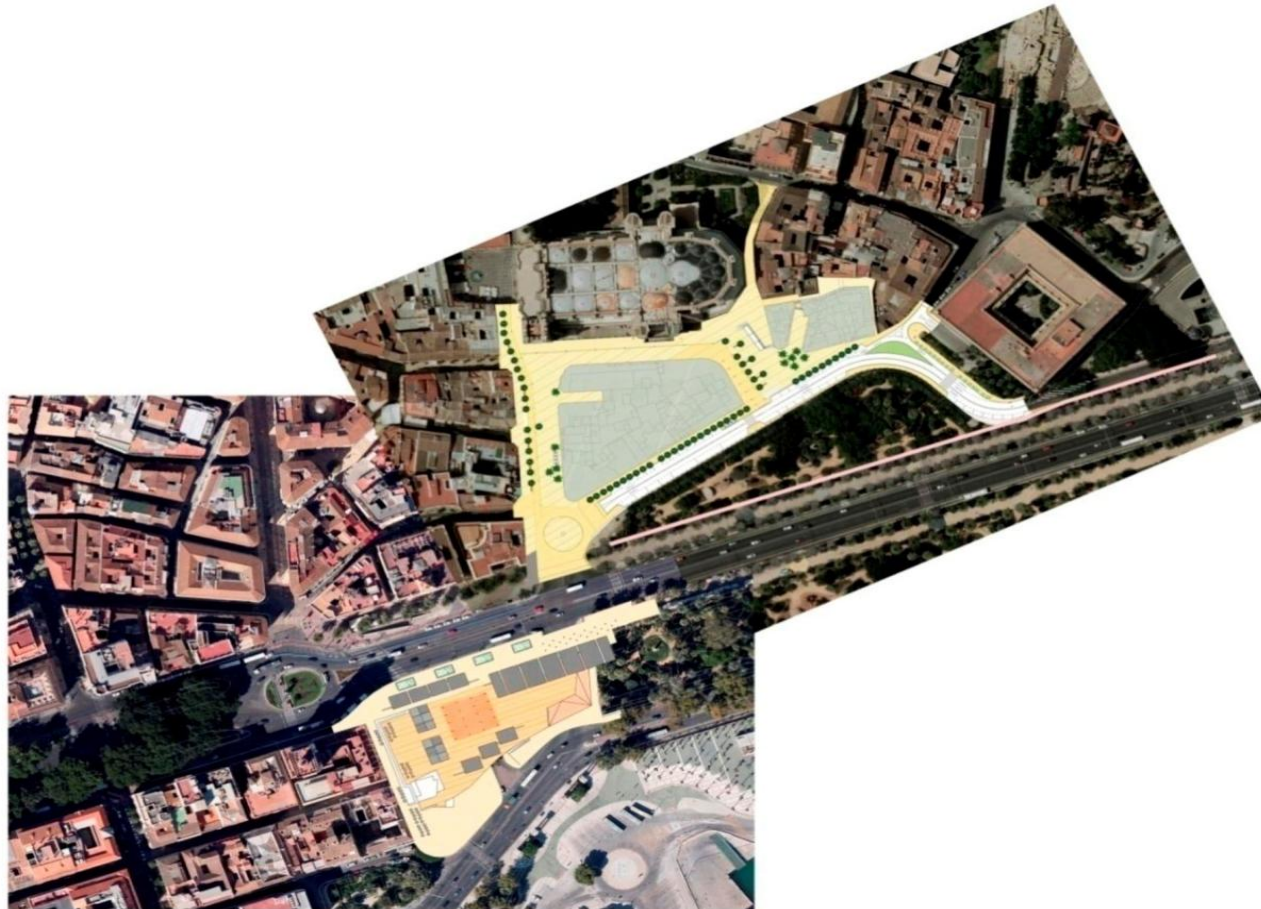
Fuente: [www.scalae.net](http://www.scalae.net). Fosters and Partners (Puerto de Marsella)

Imagen 5 - Ejemplo de fuente multichorros sin base



Fuente: [www.elandroidelibre.com](http://www.elandroidelibre.com)

Plano 4 - Representación de la intervención propia junto con la propuesta en el entorno de la Catedral



Kevin Antonio Trujillo Barragán · Beatriz Perea Medina  
ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA

*Fuente: Elaboración propia en colaboración con Perea, B.*

Mapa 18 - Mejoras en la gestión de flujos después de las intervenciones



Fuente: Elaboración propia. Google Earth

Imagen 6 - Ausencia de señalización hacia la Plaza de la Merced desde la Plaza Uncibay.



*Fuente: Elaboración propia.*

Imagen 7 - Ejemplo de grado de inclinación confuso



*Fuente: Elaboración propia*

Imagen 8 - Ejemplo de publicidad privada junto a señales turísticas



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 9 - Ejemplo de ubicación de señales junto a elementos que dificultan su visibilidad



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 10 - Ejemplos de ubicación de señales junto a contenedores



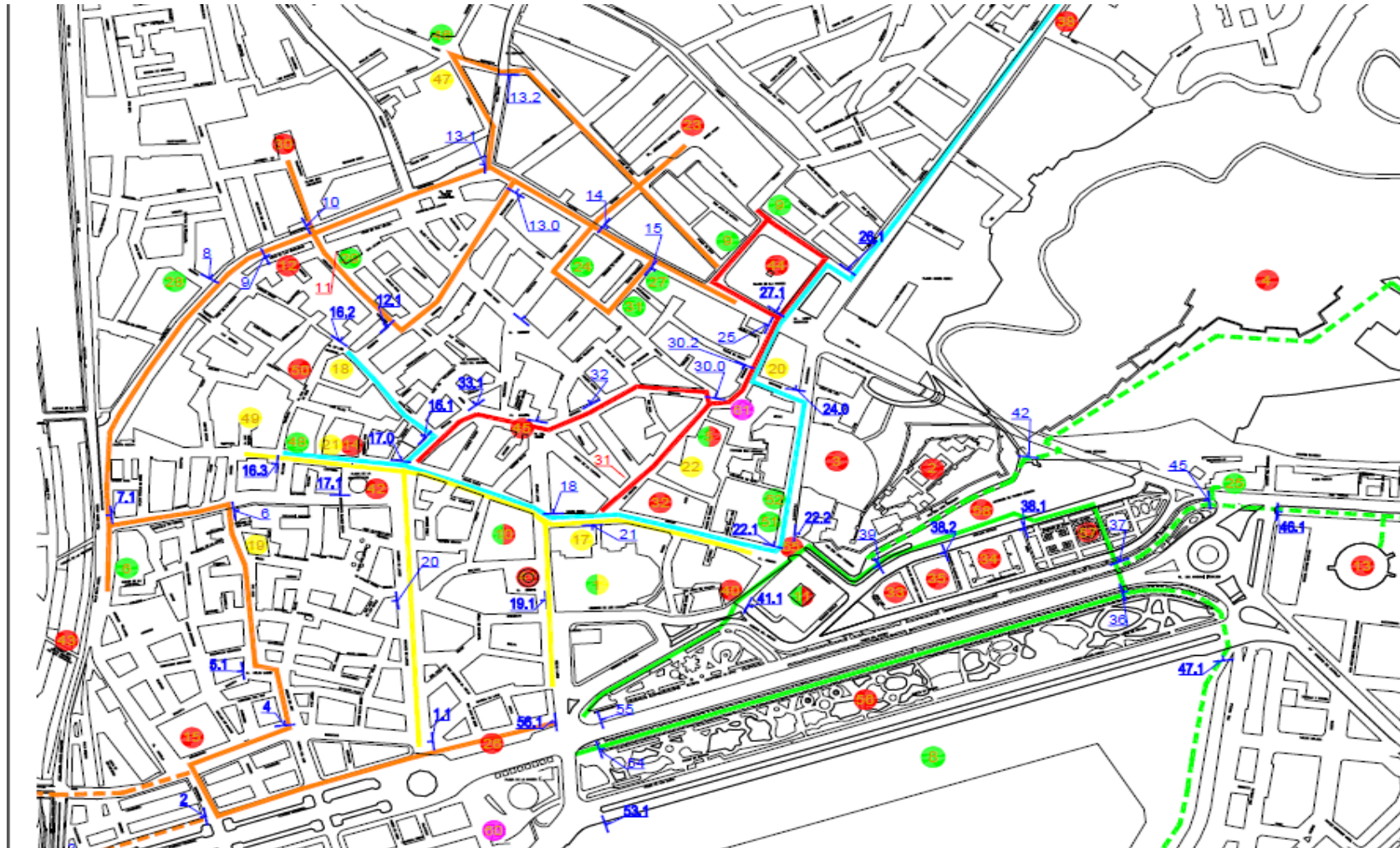
Fuente: Elaboración propia

Imagen 11 - Ejemplo de uso privado de señalización turística



Fuente: Elaboración propia

Mapa 19 - Distribución oficial de las señales turísticas actualmente (Elementos de color azul)



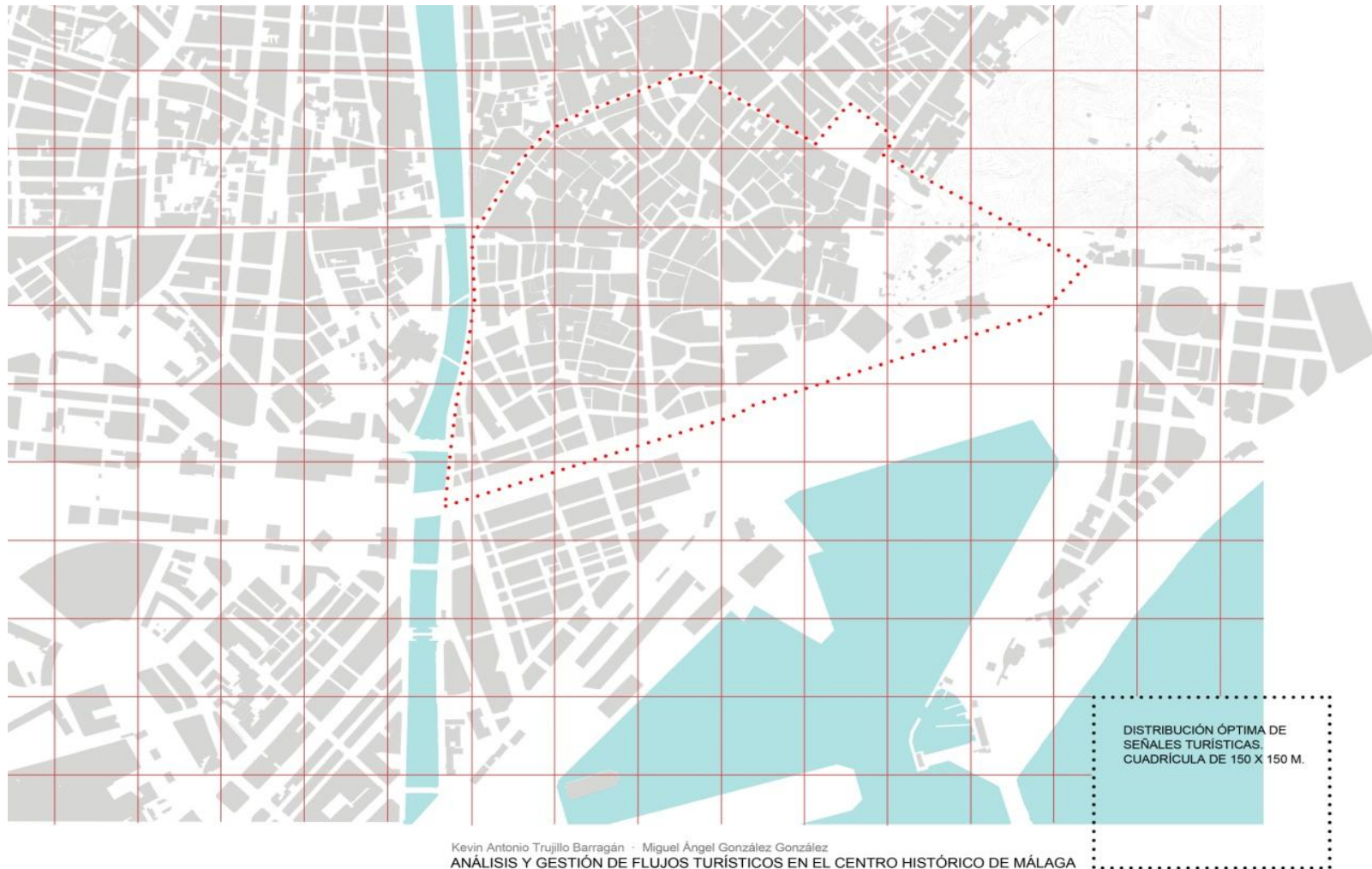
Fuente: Área de Turismo. Ayuntamiento de Málaga

Mapa 20 - Distribución oficial de la señales turísticas actualmente II



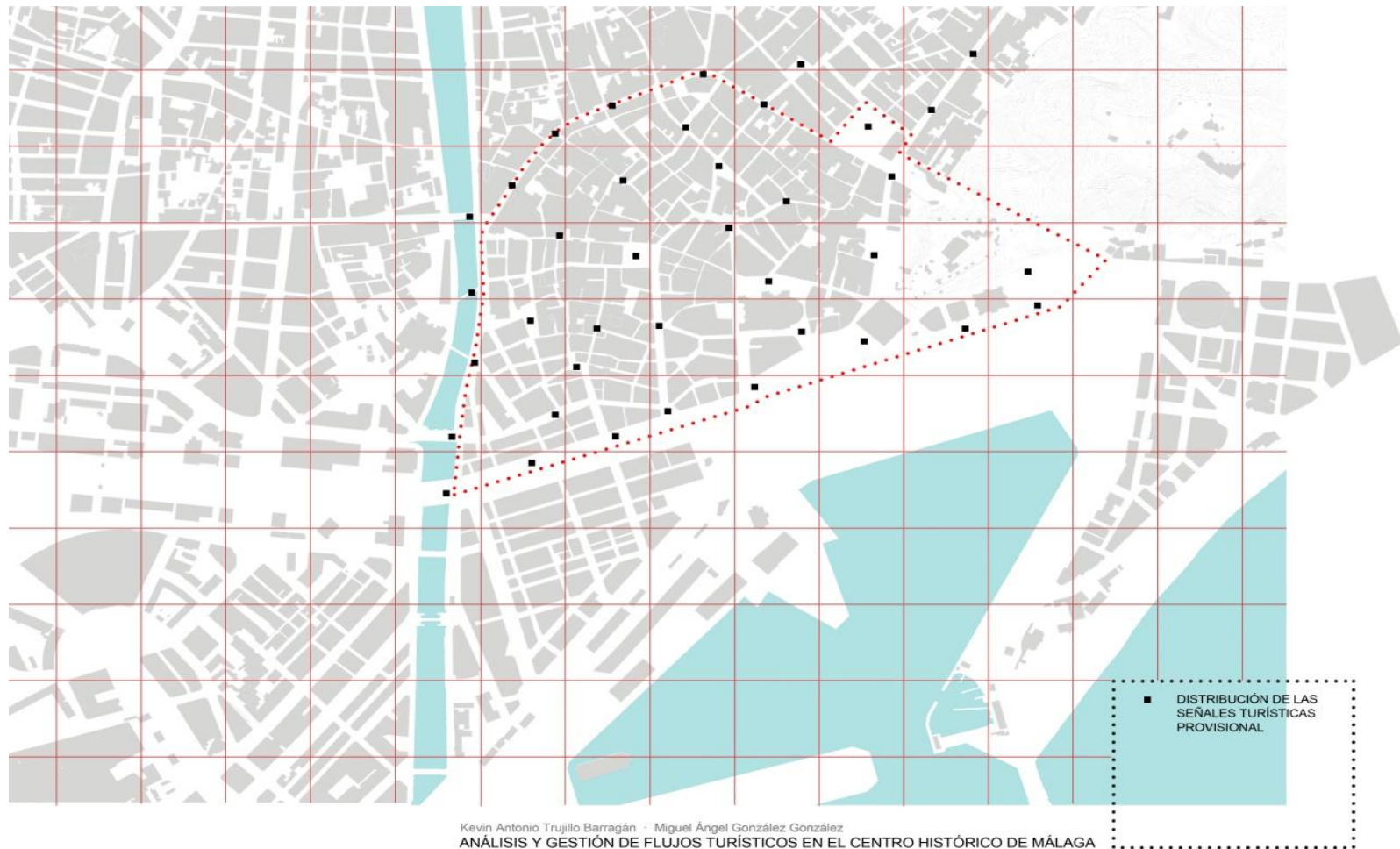
Fuente: Elaboración propia. Área de Turismo. Ayuntamiento de Málaga.

Mapa 21 - Delimitación de la zona de intervención y representación del sistema de cuadrículas (Área = 150 m x 150 m)



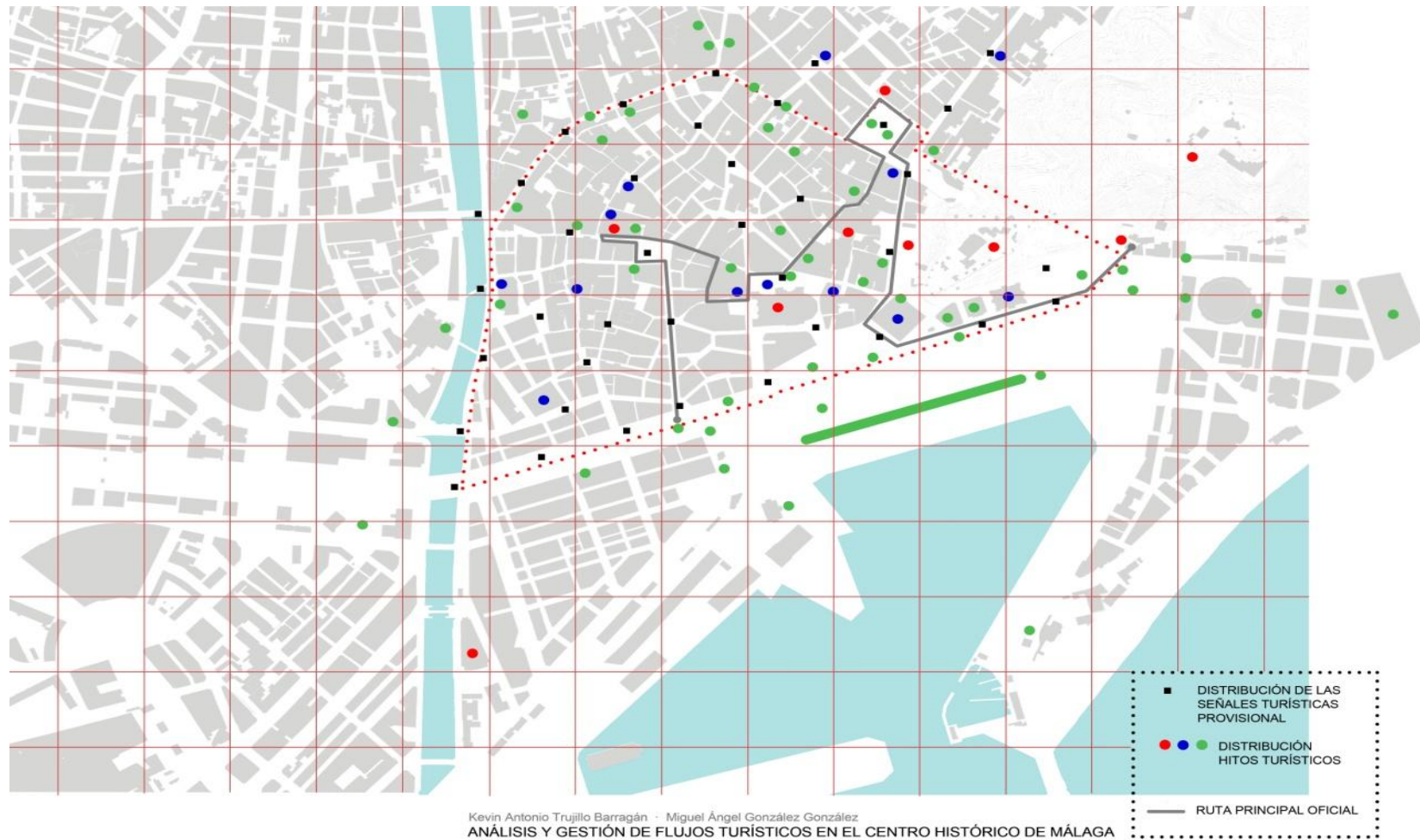
*Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M. A.*

Mapa 22 - Distribución provisional de las señales turísticas. Representación junto al sistema de cuadrículas (Área = 150 m x 150 m)



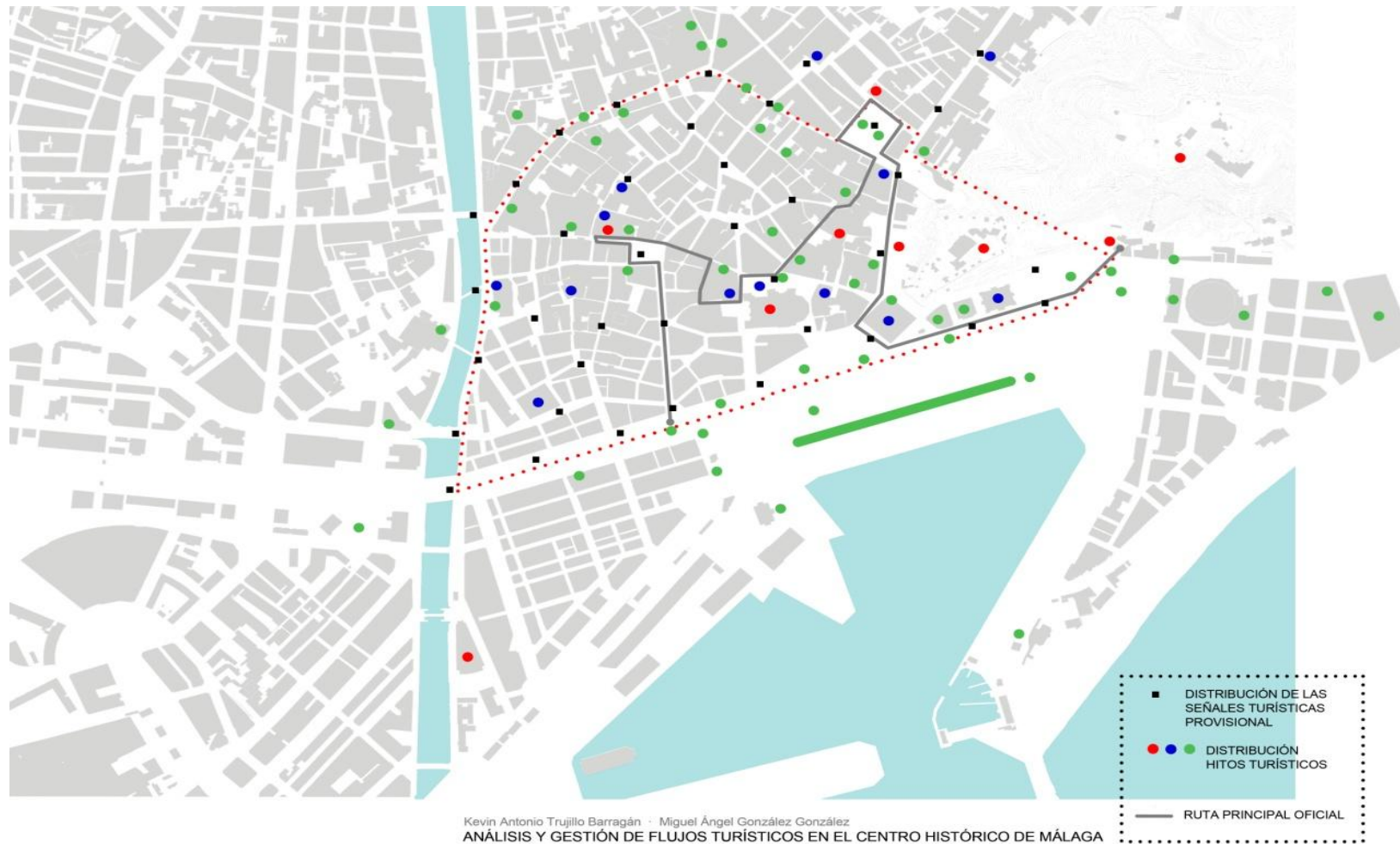
Fuente: *Elaboración propia en colaboración con González, M. A.*

Mapa 23 - Distribución provisional de las señales turísticas junto a la localización de los hitos turísticos. Representación junto al sistema de cuadrículas (Área = 150 m x 150 m)

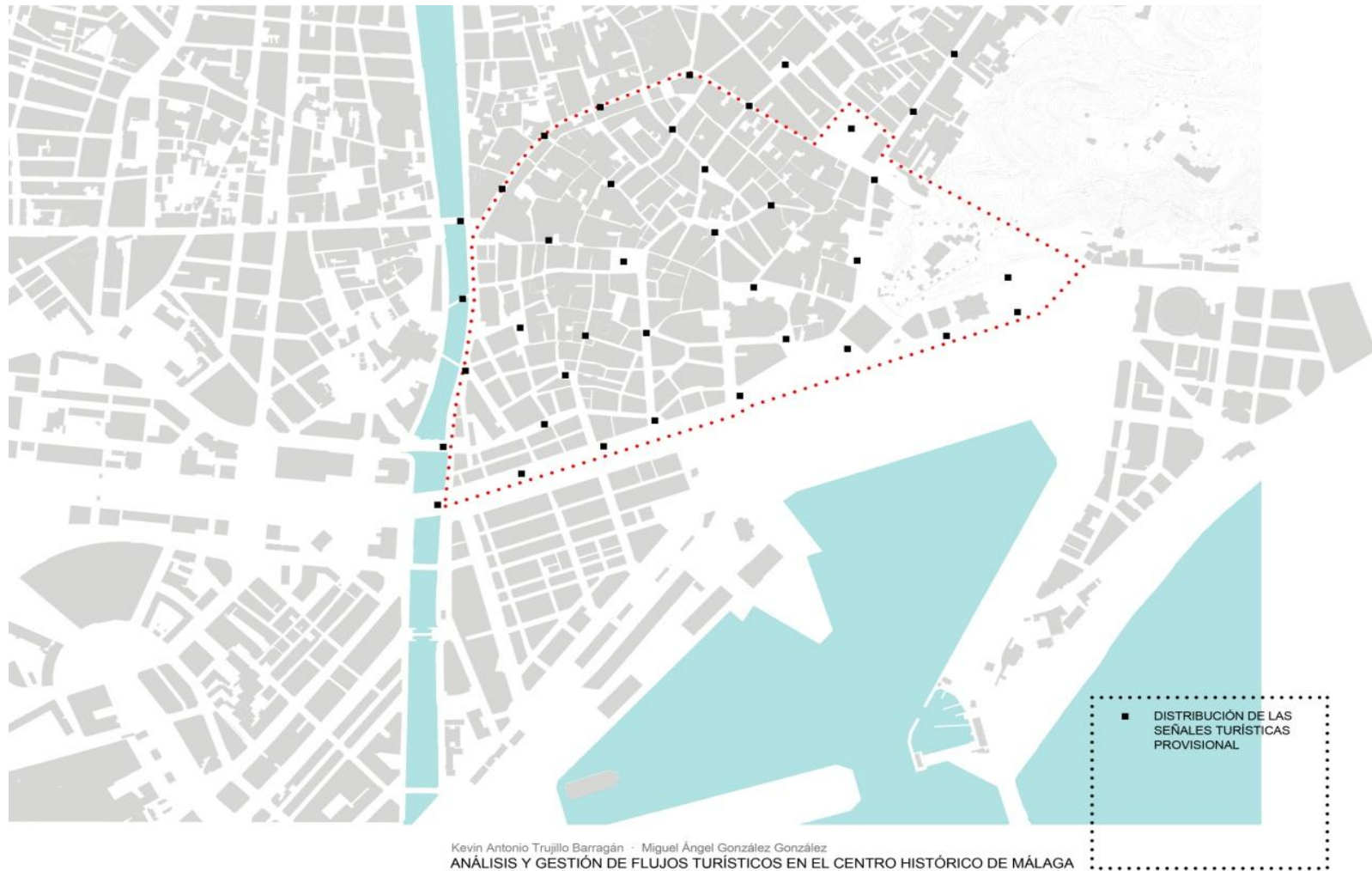


Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M. A.

Mapa 24 - Distribución provisional de las señales turísticas junto a la localización de los hitos turísticos.



Mapa 25 - Distribución provisional de las señales turísticas



Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M. A.

Imagen 12 - Una de las obras pertenecientes al proyecto "La persiana indiscreta"



*Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. La persiana indiscreta.*

Imagen 13 - Fotografía individual perteneciente a una de las obras del proyecto



*Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. La persiana indiscreta. Actor: D. Antonio Gutiérrez*

Imagen 14 - Fotomontaje de una de las obras del proyecto sobre un fondo artificial



*Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. La persiana indiscreta.*

Imagen 15 - Fotomontaje de una de las obras del proyecto sobre un entorno urbano real



*Fuente: ©Juan J. Barragán, 2014. La persiana indiscreta.*