



OVERTOURIST CITY

Estrategias para recuperar la habitabilidad del centro
histórico de Málaga frente a la turistificación

OVERTOURIST CITY

Estrategias para recuperar la habitabilidad del centro histórico de Málaga frente a la turistificación

Editores:

Carlos Rosa Jiménez y Kike España

Editorial:

RU books

Plaza Ruiz Valle, 29008 Málaga

Diseño de la colección:

Recolectores Urbanos

Imprenta:

Recolectores Urbanos - Ulzama

Los derechos sobre las imágenes y figuras publicadas son propiedad de sus respectivos autores.

Algunos derechos reservados. Licencia Creative Commons: Reconocimiento - No comercial - Sin Obra Derivada (by-nc-nd). Esta licencia no permite la generación de obras derivadas ni hacer un uso comercial de la obra original, es decir, sólo son posibles los usos y finalidades que no tengan carácter comercial, a no ser que se tenga el permiso escrito de RU Books.

Esta publicación ha sido financiada por la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda y recoge los resultados del proyecto de investigación: "Estrategias de recuperación del espacio público y uso residencial frente a la gentrificación y turistificación en Málaga" (UMA 20.01).

© Los autores, 2022

© Recolectores Urbanos, 2022

ISBN: 978-84-123142-6-7

Depósito legal: MA 1844-2022

MÁLAGA DICIEMBRE 2022



ÍNDICE

- 7 **Introducción**
Carlos Rosa Jiménez, Kike España
- DINÁMICAS DE TRANSFORMACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO Y LA TURISTIFICACIÓN**
- 12 **Características de la evolución del centro histórico**
Juan Gavilanes Vélaz de Medrano
- 40 **La museificación del centro histórico**
Kike España
- 54 **Impacto de la actividad comercial y turística en el espacio público**
Javier Castellano Pulido, Jorge Asencio Juncal, Lola Dumesnil
- 72 **Indicadores del impacto de la actividad comercial y turística en el espacio público**
Roberto Barrios Pérez
- 102 **Análisis del impacto de las mutaciones del uso residencial**
Francisco Chamizo-Nieto
- ESTRATEGIAS DE PROTECCIÓN DE LA HABITABILIDAD URBANA**
- 116 **Políticas urbanas frente a la turistificación**
María José Márquez-Ballesteros, Alberto E. García-Moreno
- 154 **Conflictos y demandas de los movimientos sociales**
Francisco Chamizo-Nieto
- 168 **La habitabilidad urbana como patrimonio inmaterial**
Nuria Nebot Gómez de Salazar
- 182 **Estrategias para la gestión de un turismo de cruceros responsable en Málaga**
María J. Andrade, Eduardo Jiménez-Morales, Guido Cimadomo, Rachel Rodríguez-Ramos
- 200 **Recuperación de la habitabilidad del centro histórico de Málaga. Las tecnocasas: revisión, contextualización crítica y alternativas**
Jorge Minguet Medina
- 224 **Estrategias de recuperación social de la habitabilidad del centro histórico**
Carlos Rosa Jiménez, Francisco Conejo Arrabal

ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE UN TURISMO DE CRUCEROS RESPONSABLE EN MÁLAGA

María J. Andrade
Eduardo Jiménez-Morales
Guido Cimadomo
Rachel Rodríguez-Ramos

Introducción: el fenómeno de la turistificación en la ciudad-puerto contemporánea

Sin duda la ciudad es hoy un escenario privilegiado para la práctica turística y las ciudades portuarias europeas no son precisamente una excepción. Durante décadas han invertido en la transformación de sus frentes marítimos y la revitalización de sus centros históricos, con el objetivo de ser lo suficientemente atractivas como para competir en el ranking mundial de destinos turísticos que publica periódicamente la Organización Mundial del Turismo (OMT) (Andrade et al., 2012). Algunas de estas ciudades, como Venecia o Barcelona, son puertos base de varias navieras. Otras, como Málaga, Lisboa, Génova o Nápoles, han centrado sus esfuerzos en aumentar la oferta cultural y competir por ser puertos de las principales rutas de cruceros, aspirando a convertirse en puertos base, cualidad que aumenta considerablemente el beneficio de la economía local. Como expuso Carlos J. Rosa et al. (2018) en su investigación sobre el desequilibrio territorial de la actividad crucerista en los principales destinos portuarios del Mediterráneo, la construcción de terminales de cruceros (CTs) ha revalorizado los núcleos históricos cercanos y los recursos culturales del destino. Sin embargo, el atraque de cruceros cada vez más grandes y el incipiente crecimiento del turismo low-cost también ha provocado la invasión de un turismo de masas que amenaza la identidad de muchas ciudades portuarias europeas y agrava consecuentemente el fenómeno de la turistificación.

En los últimos años, los agentes público-privados que operan en la ciudad portuaria han tratado de alargar la temporada turística con el objetivo de mitigar la masificación y estimular a su vez oportunidades económicas para el ecosistema urbano local. Sin embargo, las medidas han contribuido aún más a la turistificación de los residentes y a la sensación de pérdida de la identidad local (Koens et al., 2018). De hecho, ciudades como Barcelona, Venecia o Dubrovnik, tres ejemplos de puertos turísticos emblemáticos en el mencionado ranking mundial, también ocupan los primeros puestos en *overtourism* o masificación turística. Algunas de estas ciudades puerto han implementado políticas de control de la turistificación a través de la regulación de las plataformas digitales de alquiler, el aumento de las tasas turísticas o la regulación del mercado de la vivienda. En todo caso, también debemos de incluir medidas que sean específicas del turismo de cruceros, cuyo impacto socio-económico y cultural en la ciudad está puesto cada vez más en entredicho. La aglomeración de atracciones patrimoniales, por ejemplo, junto con los problemas complejos de transporte e infraestructuras turísticas, el gasto limitado de cruceros en tierra, afecta la vida de los ciudadanos. Las recientes reacciones de las comunidades locales y las expresiones de un sentimiento anti-crucero en Venecia, Dubrovnik o Santorini, entre otras, no son, por lo tanto, una sorpresa en este contexto (Papathanassis, 2017). Tampoco lo es en Málaga, donde la industria crucerista ha crecido exponencialmente tras la modernización del puerto, que ha visto el desarrollo de la terminal de contenedores en 2004, la terminal de cruceros en 2008 y la rehabilitación de los antiguos muelles del puerto para la ciudad en 2011. Los planes de mejora urbana, la transformación de su frente marítimo y el

énfasis puesto en la actividad de los cruceros han convertido a Málaga en pocos años en referente del turismo de cruceros en el Mediterráneo, alcanzando un flujo de 476.970 pasajeros al año en 2019, según recoge la Autoridad Portuaria de Málaga, en una ciudad con una población censada en 2020 que no alcanza los 600.000 habitantes.



Figuras: 2.9.1. Arriba izquierda cruceros en Málaga. Fuente: M.J. Andrade; 2.9.2. Arriba derecha publicación de MalagaPort anunciando 113 escalas en los meses de octubre y noviembre de 2022; 2.9.3. Abajo imágenes de la calle Larios y su transformación efímera con la llegada de los cruceros. Fuente: M.J. Andrade.

Para mitigar la turistificación, algunos gobiernos municipales, tales como los de Barcelona, Ámsterdam, Venecia o Dubrovnik, están comenzando a implementar políticas municipales que tienen en cuenta a estos visitantes efímeros, al mismo tiempo que concilian este tipo de turismo con los intereses y las necesidades de los residentes locales. El debate se centra en el equilibrio que hay que procurar entre la industria crucerista y las preocupaciones sociales y la importancia económica local. Hay que reconocer que los sectores que apoyan el aumento continuo del número de turistas en las ciudades son todavía mayoría con respeto a las fuerzas que desean limitar o reducir los viajes a las comunidades afectadas. No obstante, la gestión

de un turismo de cruceros responsable con el ecosistema urbano del destino es capital y, por tanto, sumamente necesaria en el marco de la investigación que hemos desarrollado. Dado que el turismo de cruceros ha sido el segmento de más rápido crecimiento de la industria del ocio, duplicando su tasa cada diez años desde 1990 y aumentado desproporcionadamente en ciudades como Málaga, su impacto en el desarrollo local y la forma de gestionarlo merecen una especial atención (CLIA, 2010; Andrade & Costa, 2020).

En este contexto, el presente capítulo presenta cinco estrategias, resultado del trabajo en la sistematización y análisis del estado actual de los planes y políticas que están dirigidas a la gestión turística en una selección de casos de ciudades portuarias europeas que se enfrentan a la turistificación: Barcelona (Plan Estratégico de Turismo 2020), Venecia (Detourism Project-Turismo Sostenible), Dubrovnik (Global Sustainable Tourism Council 2019), Lisboa (Plano Estratégico de Turismo para a Região de Lisboa 2020-2024) y Amsterdam (City Balance Programme 2018-2022). Todas ellas presentan en común un perfil cultural y de gestión del patrimonio histórico urbano y monumental similar, que nos permite aprender de sus experiencias y construir unas directrices que orienten el desarrollo de políticas municipales para la gestión sostenible de la turistificación en Málaga, y la salvaguarda de su paisaje urbano histórico, así como su funcionalidad urbana e identidad sociocultural. Tal es el caso de su Plan Estratégico de Turismo 2021-2024, recientemente aprobado por el consistorio malagueño. En todo caso, el objetivo último es proporcionar un punto de vista holístico y explorar cómo estas estrategias ofrecen posibilidades para la gestión responsable del turismo de cruceros en el seno de un ecosistema urbano específico.

Estrategias para mitigar los efectos negativos del turismo de cruceros y maximizar sus beneficios

La OMT (2013) ha dado la definición completa de turismo sostenible para hacer frente a una variedad de problemas, como la degradación ecológica, la pérdida del patrimonio cultural y la dependencia económica: un turismo que tenga plenamente en cuenta su actual y futuro impacto económico, social, e impactos ambientales, abordando las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades anfitrionas. Hacer que el turismo sea más sostenible significa tener en cuenta estos impactos y necesidades en la planificación, el desarrollo y la operación del turismo.

La premisa publicada en la Declaración de Ciudad del Cabo sobre Turismo Responsable (Harold, 2002) fue posteriormente aplicada al turismo de cruceros por Klein (MacNeill & Wozniak, 2018) centrándose principalmente en destinos naturales como el Caribe, donde el turismo responsable tiene tres grandes áreas de preocupación: i) el impacto ambiental del turismo; ii) la distribución equitativa de los beneficios económicos a todos los segmentos de un destino turístico; iii) la minimización de los impactos socioculturales negativos.

Como afirma McCarthy (2008), para maximizar los beneficios netos del desarrollo turístico en las ciudades portuarias, los posibles conflictos entre el turismo y el desarrollo local, como la conservación del patrimonio, el transporte y los servicios de recogida de basura, deben gestionarse con cuidado. Dichos conflictos deben ser considerados en la toma de decisiones, que también debe involucrar a las comunidades locales. Los operadores de cruceros pueden verse igualmente obligados a invertir en infraestructura local, recogida de basura y limpieza de áreas cercanas al puerto. Tales acciones pueden reducir los costes sociales, económicos y ambientales y pueden beneficiar a los propios operadores de cruceros a largo plazo al promover una experiencia limpia, agradable y amigable para sus pasajeros (MacNeill & Wozniak, 2018).

Aplicando estos principios básicos al caso de las ciudades portuarias europeas, con un fuerte atractivo cultural y patrimonial, se considera que para lograr un turismo de cruceros responsable es necesario: (a) minimizar los impactos negativos, especialmente a nivel social, mitigando la turistificación que sufren los centros históricos; (b) promover una distribución equilibrada de los beneficios económicos involucrando a las empresas locales en el proceso; (c) contribuir a la conservación del patrimonio; y (d) brindar experiencias más placenteras a los turistas al conectarlos con la cultura y la vida cotidiana del residente. Esto significa centrarse en la conservación del patrimonio local tangible e intangible y aumentar la participación de la comunidad. La mayoría de las políticas que destacadas ciudades portuarias están comenzando a implementar, tales como el *Barcelona Turismo para el 2020* del Ayuntamiento de Barcelona (2017), el *City Balance Program 2018–2022* para Ámsterdam (2019), el *Global Sustainable Tourism Council 2019* para Dubrovnik (2019), el *Plano Estratégico de Turismo para a Região de Lisboa 2020-2024* (2019) o el *Plan Estratégico de Turismo 2021-2024*, del Ayuntamiento de Málaga (2021) se centran de una forma u otra en los puntos enumerados anteriormente para un turismo de cruceros responsables. En términos generales, estas políticas se basan en el fortalecimiento de la identidad local y la descongestión de los itinerarios tradicionales a través de estrategias trans-escalares que involucran tanto la escala regional como la metropolitana hasta el ámbito del edificio único.

A partir de un análisis detallado de las políticas que los agentes público-privados desarrollaron en conjunto para cada caso objeto de estudio, este capítulo expone cinco estrategias como nuevas oportunidades para transitar y mantener un turismo de cruceros responsable que permita la fructífera convivencia entre residentes y visitantes: i) entender el comportamiento y movimientos de los pasajeros de cruceros; ii) fortalecer la identidad local; iii) regionalizar el negocio de cruceros; iv) dispersar a los visitantes en diferentes áreas de la ciudad; v) poner en valor el patrimonio industrial del puerto. Cada una de las estrategias ya se están implementado individualmente en algunas ciudades portuarias, pero la aplicación de varias o todas juntas ofrecería un abanico de nuevas posibilidades al mejorar tanto la calidad de la experiencia del turismo de cruceros como la habitabilidad de la ciudad para los locales y su calidad de vida.

En algunas ciudades-puerto de destino, como Barcelona o Ámsterdam, que han apostado por aproximar las terminales de cruceros a los centros históricos, junto con sus atractivos culturales y políticas de peatonalización, se han producido aglomeraciones por parte de los cruceristas. Hay otros casos en los cuales, aunque la terminal de cruceros esté en el puerto industrial lejos del centro histórico, también se sufre el problema de la masificación. Lo observamos en la ciudad de Venecia, un destino muy consolidado, o en Dubrovnik, donde la terminal está bien conectada con el núcleo urbano.

Esta masificación no es sólo un problema de densidad en un momento dado, sino que ha supuesto una transformación de los usos de estos lugares, que pasan a estar completamente centrados en la llamada economía del visitante (Cocola, 2015), que conlleva la especialización del mercado inmobiliario, así como del comercio y los servicios; en definitiva, acabar con la vida local de las ciudades portuarias. La ciudad de Málaga tiene una terminal de cruceros a menos de 500 metros del centro histórico y otras dos muy cercanas y bien comunicadas con el centro histórico, y aunque aún no se ha producido el rechazo ciudadano, está en un proceso muy acelerado de aglomeración y especialización del mercado inmobiliario, así como del comercio y los servicios que ofrece.

Del mismo modo, la capacidad de carga turística de un destino, definida por la OMT (2018) como “el número máximo de personas que pueden visitar un destino turístico al mismo tiempo, sin causar la destrucción del entorno físico, económico y sociocultural y una disminución inaceptable en la calidad de la satisfacción de los visitantes” es un desafío clave tanto para los desarrolladores como para los administradores del turismo (Koens et al., 2018). La congestión turística, por lo tanto, no se reduce sólo al número de visitantes, sino que se extiende también a la capacidad para gestionarlos (OMT, 2018).

Las alternativas para abordar este problema se pueden traducir en tres políticas diferentes: 1) la regulación de capacidades limitando el número de pasajeros que desembarcan (Johnson, 2002)—como Amsterdam, con la prevención de que los cruceros atraquen en el centro de la ciudad, o Dubrovnik, donde el número de cruceros tiene un límite de dos por día, con el fin de reducir la aglomeración según indica el Consejo Mundial de Turismo Sostenible 2019 para Dubrovnik, (Berger, 2018); 2) la gestión de destinos cuyo fin último es estabilizar el número de turistas y aumentar el rendimiento (valor) a través de otros mecanismos, como nuevas oportunidades de consumo, como sucede en las ciudades de Barcelona o Palermo (Oklevik et al., 2019)—estrategias 1 y 2; o, como se expone a continuación, 3) la promoción de recursos turísticos alternativos accesibles desde los puertos de destino que permitan descongestionar los itinerarios clásicos como Barcelona (escala territorial), Ámsterdam (escala metropolitana) o Lisboa (escala centro ciudad)-estrategias 3, 4 y 5 (véase Figura 2.9.4).

Estrategias	Definición	Ciudades
1. Comportamiento de los pasajeros de cruceros	Estudiar y comprender los patrones de movimiento de los cruceristas en los destinos es fundamental para la mejora y la convivencia con el día a día de la ciudad y sus habitantes.	Amsterdam (City Balance Program 2018–2022 para Ámsterdam (2019), Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2017), Dubrovnik (Ferrante et al., 2018), Lisboa (Parola, 2014)
2. Fortalecimiento de la Identidad Local	Mantener el carácter distintivo de la zona, potenciando la identidad local, la cultura local, valorando y protegiendo el patrimonio cultural material e inmaterial.	Barcelona (Crespi-Vallona y Mascarilla, 2018; Ayuntamiento de Barcelona, 2017), Venecia (Bertocchi et al., 2020), Ámsterdam (City Balance Program 2018–2022 para Ámsterdam, 2019), Dubrovnik (Consejo Mundial de Turismo Sostenible 2019 para Dubrovnik, 2019), Lisboa (Pagés y Daamen, 2020)
3. Regionalización del negocio de cruceros	La regionalización convierte el hinterland turístico en una región de destino, que se define como una red cultural regional que permite el crecimiento, expansión y continuidad de la ciudad portuaria.	Venecia, Barcelona, Dubrovnik, Génova, Marsella, Nápoles (Perea et al., 2019), Lisboa (Parola, 2014)
4. Dispersión de visitantes	Localizar nuevos puntos de interés en zonas menos frecuentadas por turistas.	Barcelona (Pallis et al., 2014), Ámsterdam (City Balance Program 2018–2022 para Ámsterdam, 2019), Lisboa (Pagés & Daamen, 2020)
5. Reutilizar el Patrimonio Industrial del Puerto	Los edificios industriales de los puertos están siendo ocupados por actividades locales que se adaptan a las nuevas formas de vivir y trabajar, y conviven perfectamente con la actividad turística y portuaria, manteniendo viva la memoria y la identidad de la ciudad-puerto.	Barcelona (Matvejevic, 2001), Venecia (Mancuso, 2019), Ámsterdam (Plevoets y Sowiska-Heim, 2018), Lisboa (Pagés y Daamen, 2020), Hamburgo (Schubert, 2019)

Figura 2.9.4. Informe 2018. Base de datos: Macrotendencias; Eurostat; MedCruise. Fuente: Autores.

I. Comprender el comportamiento y los movimientos de los pasajeros de cruceros

Los patrones de movimiento, ya sean físicos o mecánicos, están fuertemente influenciados por las características y la logística de cada destino, por lo que su estudio y comprensión es fundamental para la mejora de la convivencia entre cruceristas, la ciudad y sus habitantes. Su importancia queda probada en la extensa literatura científica que aborda el comportamiento espacio-temporal y los patrones de movimiento de los cruceristas en los destinos (Perea et al., 2018; De Cantis et al., 2016). Debemos de permitir que los ciudadanos tengan la posibilidad de continuar con sus actividades cotidianas locales sin verse interrumpidos por los grandes flujos de cruceristas que desembarcan periódicamente en la ciudad, así como introducir actividades transversales en los itinerarios turísticos habituales, aumentando así los beneficios para la economía local. Los destinos deben de tener un conocimiento exhaustivo de sus mercados, incluyendo la duración de la estancia, el gasto o la intención de actividad, para identificar nichos de mercados rentables. Algunos autores como Pinke et al. (2019) apuestan por la necesidad de incrementar la gestión, especialmente de los turistas dentro de las ciudades, a los que hay que requerirles la reserva previa para la mayoría o todas las atracciones principales, lo que permitiría ajustar el número de turistas, el tiempo de visita y la congestión. Actualmente, las tecnologías GPS (Global Positioning System) nos ofrecen instrumentos topográficos muy potentes, que permiten recopilar datos de alta precisión sobre la movilidad humana de forma rentable, tal como comprobó el estudio realizado en Dubrovnik (Ferrante et al., 2018). Estos son factores clave para la planificación de la ciudad, sus infraestructuras de transporte e itinerarios, y la gestión del impacto social, ambiental y cultural que experimenta a causa del turismo de cruceros.

Como indicamos anteriormente, una ordenación eficaz y equilibrada del territorio ayuda a garantizar que la redacción de un plan de desarrollo integre una gama de actividades turísticas con las que son propias de la ciudad. Las tiendas locales podrían ubicarse en puntos de acceso turístico para aumentar el gasto de los visitantes, contribuyendo de este modo a la economía local. El equilibrio es la base principal para ello. El espacio a visitar, sus habitantes, la escala del lugar y la logística son factores determinantes para la gestión del visitante. El espacio a visitar, sus habitantes, la escala del lugar y la logística son factores determinantes para el control de visitantes. Como Oklevik et al. (2019) explica, dicho conocimiento ayudaría a abordar los conflictos del turismo excesivo mientras concebimos sistemas turísticos más resilientes económica, social y ambientalmente. Según Ppathanasis (2017), refiriéndose al *e-cruising*, aunque los operadores de cruceros, los puertos de cruceros, las empresas de gestión de destinos y otros proveedores pueden estar utilizando las tecnologías de la información para su propio interés, también existen una serie de beneficios en la cooperación y el intercambio de información a lo largo de la cadena. Una de las medidas del Programa Ciudad en Equilibrio 2018–2022 de Ámsterdam (2019) es el uso de intervenciones tecnológicas (Crowd Monitoring System Amsterdam—CMSA) para la política de gestión del volumen de los flujos de tráfico, midiendo rutinariamente el número y la densidad de peatones para

combatir el hacinamiento y redistribuir el flujo de peatones en ciertos lugares. Otro ejemplo es el Plan de Movilidad Turística-PMT de Barcelona, que regula la movilidad turística en la ciudad y en su entorno a través de mecanismos de seguimiento. En este caso, el análisis de los datos resultó clave para definir los objetivos del Plan Estratégico de Turismo que elabora el Ayuntamiento de Barcelona en el año 2017.

En la actualidad, el Plan Estratégico de Turismo 2021-2024 de Málaga (2021) propone un avance en materia de digitalización y conocimiento. El propósito de este reto es mejorar la información para la adopción de decisiones relativas a la orientación estratégica del turismo en Málaga. Para ello, se prevé contar y elaborar un mapa con nuevas fuentes y necesidades de información en turismo, desplegar un sistema para el seguimiento de los visitantes y agentes segmentados, y mejorar la información que aporta el Observatorio de Turismo a través de indicadores y cuadros de la web “Málaga en cifras”. Igualmente, prevé, entre sus proyectos clave, establecer un mecanismo de vigilancia tecnológica, implantar un sistema turístico de Big Data con fuentes estables en el tiempo: redes sociales, TPVs, dispositivos móviles, sensores o aplicaciones, y mejorar la información aportada por el SID diseñando, para este fin, una herramienta que permita a Málaga disponer de un cuadro de mando digital para la toma de decisiones.

En primer lugar, ante cualquier acción o inacción, la observación es fundamental, por lo que es la principal estrategia y debe ser evaluada y considerada exhaustivamente. Los patrones de movimiento están fuertemente influenciados por las características y logística de cada destino, por lo que su estudio y comprensión es fundamental para la mejora y la convivencia con el día a día de la ciudad y sus habitantes.

II. Fortalecimiento de la Identidad Local

A nivel de ciudad, una estrategia principal es mantener el carácter distintivo del área, realzando la identidad local, la cultura local y valorando y protegiendo el patrimonio cultural tangible e intangible (Crespi-Vallona & Mascarilla, 2018). Es de capital importancia que las políticas se centren en el ecosistema urbano local, en el bienestar de los residentes y, sobre todo, en el apoyo al comercio local, y que todas las acciones de promoción turística impliquen algún beneficio físico, funcional y social para los habitantes. Esto conduciría a beneficios de regeneración sostenible para la ciudad en su conjunto e involucraría a la población local de tal manera que el beneficio tenga un impacto directo en la economía local.

Estas medidas, que se centran en lo local, en conservarlo y protegerlo, posibilitan una industria turística viable a largo plazo, ya que los turistas vivirán una experiencia agradable, minimizando el rechazo, y les ayudará a conectarse con la gente local y la cultura y su vida cotidiana. Centrarse en la identidad local permite crear una marca específica que anime a los turistas a identificar el destino y diferenciarlo como una experiencia memorable. Según el estudio realizado por MacNeill y Wozniak (2018), no hay beneficios locales del turismo sin la participación de las comunidades de destino. El capital cultural aumenta, pero se hace más difícil para los residentes

realizar sus actividades cotidianas, sin olvidar que además genera mayores costos ambientales. Se necesita una mejor inversión y protección para la comunidad local y el medio ambiente para lograr un turismo de cruceros que sea sostenible a nivel local.

La importancia de la comunidad local protagoniza el lema del Programa City in Balance 2018–2022 de Ámsterdam (2019) que afirma “Un nuevo equilibrio entre calidad de vida y hospitalidad. Los visitantes son bienvenidos, pero los residentes son lo primero”. Desde 2011, cuando Barcelona recibió la certificación Biosphere como destino turístico comprometido con una gestión ambiental, social y económicamente responsable, la marca Biosphere Barcelona ha sido el hilo conductor del marketing de la ciudad y la sostenibilidad se ha convertido en factor clave (Ayuntamiento de Barcelona, 2017). Como sugiere el Ajuntament de Barcelona (2017), es necesario impulsar iniciativas y productos culturales vinculados al patrimonio material e inmaterial, la historia y la cultura popular, para buscar complicidades entre las expectativas de los visitantes, la diversificación funcional y el enriquecimiento de la ciudad, y el potencial descentralizador de una oferta turística coherente y estructurada.

En el caso de Dubrovnik, uno de los temas más importantes es diversificar la economía invirtiendo en programación para aumentar la oferta económica diversa, centrándose en sectores que conecten productos y servicios locales auténticos con la cadena de valor del turismo, creando así una marca común para los productos y servicios locales, ampliando el programa de souvenirs croatas auténticos (Consejo Mundial de Turismo Sostenible 2019 para Dubrovnik).

Por su parte, el Ayuntamiento de Venecia promueve activamente el turismo sostenible con proyectos como la campaña Detourism (Venecia, 2021), impulsada por la Ciudad de Venecia, con la apuesta por un turismo lento y sostenible, animando a los viajeros a ir más allá de los lugares turísticos habituales para descubrir experiencias únicas. A la vez, sugiere experiencias auténticas, lugares e itinerarios fuera de lo común, no solo en el centro de la ciudad de Venecia sino también en otras islas o dentro del área metropolitana.

La Diputación de Málaga en 2011 creó la marca *Sabor a Málaga* donde participan más de 400 empresas de la provincia, con dos grandes objetivos: 1) unificar bajo una imagen global los productos de mayor calidad de la provincia; y 2) impulsar la comercialización de todos los productos vinculados a dicha marca, poniendo de relevancia su calidad y exclusividad. *Sabor a Málaga* también es una lanzadera para mostrar el potencial de su sector agroalimentario, y contribuye a la dinamización de la economía local y a la creación de puestos de trabajo en el sector agropecuario y agroalimentario de Málaga. Complementariamente, su Plan Estratégico 2021-2024 recoge, como proyecto estratégico, desplegar un plan de desarrollo del segmento Etnogastronómico a través de la promoción de los productos locales, la recuperación del sector primario y la creación de una imagen de marca de alta gastronomía a nivel internacional ligada a la filosofía Km 0. Conviene recordar que ya existe la

iniciativa Málaga Cruise Shops, un proyecto que consiste en fomentar la apertura de los comercios del centro histórico de Málaga los domingos y días festivos cuando los cruceros hacen escala en el puerto de Málaga. Este proyecto se inició en 2013 y, a día de hoy, cuenta con 121 comercios adheridos y una app informativa para facilitar la experiencia del crucerista.

III. Regionalización del negocio de cruceros

Una de las medidas encaminadas a promover los recursos turísticos alternativos accesibles desde los puertos de destino es la regionalización del negocio de los cruceros (Gui y Russo, 2011). El estudio realizado por Perea et al. (2019) confirma el potencial de regionalización de los principales destinos de cruceros del Mediterráneo en función de los recursos turísticos de su área de influencia y su accesibilidad. Esto requeriría el desarrollo de un modelo sostenible de movilidad turística, más allá de las excursiones de los touroperadores, optando por el transporte público complementado con la bicicleta turística como estrategia clave. De esta forma, la regionalización convierte el hinterland turístico en una región de destino. La región de destino se define como una red cultural regional que permite el crecimiento, expansión y continuidad de la ciudad puerto (Cahoon et al., 2013) aunque es necesario mejorar la integración entre el puerto, la ciudad puerto y el *hinterland turístico* (Rosa et al., 2018). Como Perea et al. (2019) sugieren, es necesario promover entre las empresas de cruceros el uso del transporte público para visitar los recursos turísticos de la región, por un lado, como alternativa a la masificación de ciertas ciudades portuarias, y, por otro lado, como medio de diversificar la oferta, ampliándola a segmentos de turistas de cruceros, especialmente usuarios familiarizados con las nuevas tecnologías y/o turistas respetuosos con el medio ambiente. El crucerista ha evolucionado hacia tipos más diversos, se mezcla el turista mayor en busca de un complejo turístico con otros muy distintos, entre los que se encuentran jóvenes con poco tiempo, que quieren visitar un gran número de ciudades en un periodo muy limitado.

Como sucedió en planes anteriores, el Plan Estratégico de Turismo de Barcelona (2017) tiene como ejes principales ampliar la dimensión territorial del destino turístico diversificando sus polos de atracción y potenciando la movilidad. Del mismo modo, Venecia apuesta por la regionalización del turismo a través del proyecto *Detourism*, que ofrece visitas a las Islas de la Laguna. Sin embargo, también hay que considerar que la presencia de turistas transforma el territorio, amplifica sus cualidades y defectos y, a la vez, genera problemas relacionados con la masificación, especialmente en entornos urbanos frágiles que no están preparados para recibir grandes volúmenes de visitantes. En consecuencia, en estos casos, siempre es necesario evaluar cuidadosamente los efectos de la estrategia de expansión territorial de la actividad turística (Ayuntamiento de Barcelona, 2017).

Málaga es una de las siete ciudades que participan en el *Low-Carbon Transport and mobility Plans* (LCTPs) (Locations, 2019), un proyecto de Interreg focalizado en mitigar el impacto que tiene el tráfico de cruceros en las ciudades mejorando

la calidad de vida de los habitantes y pasajeros. En este proyecto se estudia la organización y gestión del transporte público para facilitar su uso por los cruceristas. De esta forma, estos visitantes con un tiempo de visita muy limitado, deben estar previamente informados para optimizar ese tiempo y visitar otros focos de interés de la provincia y la región.

IV. Dispersión de visitantes en diferentes áreas de la ciudad

Entre los recursos turísticos alternativos a potenciar, otra opción a la regionalización, o complementaria a la misma, es la localización de nuevos puntos de interés en la propia ciudad. Esto se puede lograr planificando con anticipación o abriendo atracciones turísticas, ya sean culturales, históricas o para eventos, en áreas menos frecuentadas por turistas (Berger, 2018). Una de las más significativas de estas acciones es la estrategia “Barrio x Barrio” llevada a cabo por NYC & Company. Esta iniciativa fue diseñada para resaltar la diversidad que la ciudad de Nueva York tiene para ofrecer, apoyar a los negocios locales y alentar a los visitantes a explorar áreas fuera de los destinos turísticos tradicionales en los cinco distritos, lo que a su vez genera actividad económica en estos vecindarios.

En Amsterdam (2019), por ejemplo, existe una colaboración a nivel nacional y dentro del Área Metropolitana de Ámsterdam (AMA) para atraer visitantes a las partes menos conocidas de la ciudad o para ir a otros destinos, además de dispersar geográficamente los programas y los eventos culturales. Esto disminuye la carga sobre los lugares más concurridos y permite que los barrios en desarrollo y otras regiones se beneficien de estas oportunidades económicas. Sin embargo, la efectividad de una política de dispersión también tiene sus límites, porque los ‘hotspots’ siguen atrayendo a grandes multitudes de personas.

Un ejemplo de esta estrategia es la que se lleva a cabo en Barcelona (Pallis et al., 2014), donde se propuso ampliar la oferta turística más allá de los cascos históricos de la ciudad, contribuyendo a reforzar la identidad de cada barrio con actividades muy diferentes entre sí, revitalizando la economía local, conservando y revalorizando tanto el patrimonio construido como el cultural. El valor de la memoria de la tradición de cada barrio le otorga al turista una experiencia única, porque el turista se convierte en visitante, caminando e interactuando con la particularidad del lugar, con la ciudad auténtica y sus habitantes.

Al igual que sucede en la estrategia de regionalización, es muy importante la organización del transporte público, no solo la conexión directa a la terminal de cruceros, sino también el enlace entre el centro histórico y los focos de atracción turística. Son muchas las ciudades como Lisboa, que además del billete multimodal para el transporte público, plantean la tarjeta turística donde se añade a la tarjeta de transporte la entrada gratuita a los museos, fomentando el uso del transporte público entre los turistas y facilitando el acceso a diferentes barrios de la ciudad, reforzando siempre el servicio en las horas punta para evitar el colapso del transporte público de pasajeros locales.

La capital danesa, Copenhague, y Bilbao en España, son modelos para utilizar el diseño urbano como medio de regeneración y, al mismo tiempo, fomentar el desarrollo turístico (Berger, 2018). Como explica Pearce (1988), el tiempo que se pasa un turista en un área de destino es posiblemente el criterio más influyente en la configuración del comportamiento turístico porque nos permite restringir o expandir directamente las actividades que se pueden experimentar en él. La información es crucial cuando se trata de un horario muy estricto. Las empresas, junto con las autoridades locales, deben proporcionar mapas con rutas sugeridas para caminar o transporte público. El uso del transporte público permite la interacción con los lugareños, alejándose el turista del concepto de burbuja turística hacia el turista explorador (Jaakson, 2004). En el caso de Málaga, además del proyecto Locations (2019), se propone con el Plan Litoral introducir el intercambiador intermodal en la Plaza de la Marina, puerta de entrada de los cruceristas a la ciudad, lo que facilitaría enormemente la regionalización. A su vez Málaga se integra en la Red de Destinos Inteligentes de la Secretaría de Estado de Turismo (PET 2021-2024, 2021), es decir, es un destino innovador, que está consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico universalmente accesible, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente.

V. El Patrimonio Industrial del Puerto: Nuevas Oportunidades para Viejos Lugares

Las ciudades portuarias ahora están involucradas en una economía post-crisis donde no tiene cabida las grandes transformaciones urbanas que hemos visto en el pasado reciente. En la actualidad surgen nuevas formas de intervención, cada vez más participativas, especialmente en el seno de las antiguas ciudades industriales: el denominado urbanismo de abajo arriba (bottom-up). En diferentes ciudades, naves industriales que se encuentran embebidas en el tejido urbano, pero que quedaron sin uso, están siendo ahora ocupadas por actividades locales, manteniendo viva la memoria de la actividad urbana original en la zona. Intervenciones en espacios y estructuras existentes, con expectativas realistas, que ofrecen soluciones locales a los desafíos de la planificación urbana. Se trata de intervenciones de bajo coste, a corto plazo y de escala controlada para catalizar cambios a largo plazo.

Dado el pasado industrial de estas ciudades portuarias, donde es común encontrar viejos edificios industriales en desuso, el desafío y la oportunidad se unen en el momento justo. Estas formas de intervención pueden potenciar la identidad local, proteger el patrimonio industrial del puerto y contrarrestar el efecto destructivo de la gentrificación (especialmente incisiva con los residentes y las actividades locales) que el actual fenómeno de turistificación está provocando en estas ciudades.

Estas intervenciones incluyen no sólo la recuperación de estos edificios, muchos de los cuales se desaparecerían o tendrían que esperar a que hubiera disponibilidad

de financiación público-privada para cualquier intervención de rehabilitación funcional, tanto del patrimonio edificado como del espacio circundante, del espacio público. Se potencia la identidad de la ciudad y la humaniza, a través de acciones particulares de bajo coste y corto plazo, en el contexto de la turistificación. Es la propia sociedad la que recupera este patrimonio industrial con usos alternativos que se adaptan a las nuevas formas de habitar y que conviven perfectamente con la actividad turística y portuaria. De este modo conservan viva la esencia de la ciudad portuaria a través de las actividades que promueven sus propios habitantes, siguiendo una lógica de reutilización de las estructuras existentes, que evita que los puertos se conviertan en no-lugares y sus ciudades en parques temáticos.

Ejemplos representativos de estas intervenciones son la LX-Factory, en Lisboa, una antigua fábrica textil que se ha convertido en un lugar de industria creativa, foco de actividad y de oportunidad para que jóvenes emprendedores puedan empezar sus carreras profesionales, convirtiendo este entorno industrial en un foco de atracción y regenerado todo el entorno; la NDSM, en Ámsterdam, un antiguo astillero convertido en vivero de empresas y oficinas de alquiler para jóvenes trabajadores que ha ido regenerando toda la inmensa área del puerto antiguo sin perder su identidad, recuperando y reutilizando grúas, diques...; o incluso el Arsenal de Venecia, que acoge periódicamente la Bienal, así como la Escuela de Arquitectura, y otros más. Sin embargo, a estas actuaciones donde la actividad creativa local se ha convertido en foco de atracción turística, se le puede añadir la actividad portuaria, como es el caso de las lonjas, parcialmente en desuso, se pueden reactivar como lonjas de pescado, mercado, restaurantes de productos frescos locales, como ocurre en el Sydney Fish Market, o la Lonja del Pescado de Barcelona, donde es el propio turismo el que resucita y fomenta la actividad local tradicional.

Conclusiones

El capítulo identifica algunas recomendaciones prácticas para abordar la turistificación en las ciudades portuarias contemporáneas. Como se observa, a medida que las ciudades han revitalizado sus frentes marítimos y centros históricos en las últimas décadas, volviéndose más competitivas en el ranking mundial de destinos de turismo de cruceros, surgen los impactos negativos de este fenómeno. Las señales se hicieron evidentes en varios sectores: aglomeración, inflación de precios de la vivienda y transformación y pérdida de comercios locales, presión sobre las instalaciones, los sistemas de transporte y el espacio público, entre otros. Por lo tanto, la primera recomendación es actuar tan pronto como comiencen a surgir sentimientos anti-turismo y anti-cruising en la sociedad; cuanto antes se aborde el fenómeno, menos podrá crecer y más eficaces serán las políticas. ¿Cómo abordar este problema? ¿Cómo compatibilizar el desarrollo económico con la salvaguarda de la identidad local y el sentimiento de las comunidades locales de que el turismo, y en particular el turismo de cruceros, es parte de su modelo de desarrollo y no un elemento agresivo a su modo de vida? El capítulo concluye proponiendo cinco estrategias que, una vez adaptadas a las características específicas de cada puerto-ciudad, pueden apoyar las políticas locales: 1) comprender el comportamiento y los

movimientos de los cruceristas; 2) fortalecer la identidad local; 3) regionalizar el negocio de cruceros; 4) dispersar a los visitantes a lo largo de distintas áreas de la ciudad; 5) poner en valor el patrimonio industrial del puerto.



Figura 2.9.5. Ejemplos de diferentes industrias como patrimonio inmaterial que el turismo puede poner en valor con una buena gestión y planificación.

Las reflexiones sobre los diferentes impactos y beneficios del turismo en el contexto de la ciudad-puerto, la diversidad de escalas para la toma de decisiones (regional, metropolitana, urbana y arquitectónica), los estudios de caso presentados y la revisión de la literatura brindan información inicial sobre el papel de la investigación holística sobre el turismo responsable de la ciudad portuaria desde una perspectiva comparada que está basada en el análisis de patrones complejos y estrategias de escala múltiple. Sin embargo, es necesaria una mayor investigación cuantitativa para comprender adecuadamente el potencial de tales estrategias, en particular los datos de seguimiento de las políticas urbanas implementadas para enfrentar la turistificación.

Sin duda Málaga tiene un enorme potencial y está en un momento clave para gestionar el turismo hacia una industria beneficiosa para la ciudad, los ciudadanos y los visitantes, que sea capaz de conservar y poner en valor el patrimonio material e inmaterial, la identidad del lugar, así como el valor que nos diferencia y nos hace más competitivos, más auténticos.

Bibliografía

Andrade, MJ (2012) *Mar a la Vista. Las Transformaciones del Puerto de Málaga en la Discusión de los Frentes Marítimos*. Doctor. Tesis, Universidad de Málaga,

España.

Andrade, MJ; Costa, JP (2020) *Touristification of European Port-Cities: Impacts on Local Populations and Cultural Heritage*. In *European Port Cities in Transition*; Carpenter, A., Lozano, R., Eds.; *Strategies for Sustainability*; Springer: Cham, Switzerland, 2020.

Andrade, MJ; Blasco, j.; Marin Cots, p. (2012) *Puerto-Ciudad: Estudio Comparativo de Buenas Prácticas*; Servicio de Proyectos Europeos. Málaga, España.

Ayuntamiento de Barcelona Dirección de Turismo. Barcelona Turismo para el 2020 (2017) *Una Estrategia Colectiva para un Turismo Sostenible*.

Berger, R. (2018) *Protecting Your City from Overtourism. European City Tourism Study*; Austrian Hotelier Association: Wien, Australia

Bertocchi, D.; Camatti, N.; Giove, S.; van der Borg, J. (2020) Venice and Overtourism: Simulating Sustainable Development Scenarios through a Tourism Carrying Capacity Model. *Sustainability*, 12, 512

Brida, J.G.; Zapata, S. (2010) Cruise tourism: Economic, socio-cultural and environmental impacts. *Int. J. Leis. Tour. Mark.* 1, 205–226.

Cahoon, S.; Pateman, H.; Chen, SL (2013) Regional port authorities: Leading players in innovation networks? *J. Transp. Geogr.* 27, 66–75.

City Balance Programme 2018–2022 Amsterdam, 2019

CLIA. (2010) *Cruise Market Overview*; Cruise Line International Association: Miami, FL, USA

CLIA. (2018) *Cruise Market Overview*; Cruise Line International Association: Miami, FL, USA

Cocola-Gant, A. (2015) Gentrificación y Turismo en la Ciudad Contemporánea. *Tur. Desarro*, 14, 1–7.

Crespi-Vallona, M.; Mascarilla-Miró, O. (2018) La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. Caso Barceloneta. *Eure*, 44, 51–70.

De Cantis, S.; Ferrante, M.; Kahani, A.; Shoval, N. (2016) Cruise passengers' behavior at the destination: Investigation using GPS technology. *Tour. Manag.* 52, 133–150.

Detourism Project-Turismo Sostenible Venezia (2020)

- Ferrante, M.; De Cantis, S.; Shoval, N. (2018) A general framework for collecting and analyzing the tracking data of cruise passengers at the destination. *Curr. Issues Tour.* 21, 1426–1451.
- Gui, L.; Russo, AP (2011) Cruise ports: A strategic nexus between regions and global lines—Evidence from the Mediterranean. *Marit. Policy Manag.*, 38, 129–150.
- Harold, G. (2002) International Conference on Responsible Tourism in Destinations. The Cape Town Declaration, Cape Town. *Responsible Tour.*
- Jaakson, R. (2004) Beyond the tourist Bubble? Cruiseship passengers in port. *Ann. Tour. Res.*, 31, 44–60.
- Johnson, D. (2002) Environmentally sustainable cruise tourism: A reality check. *Marit. Policy* , 26, 261–270.
- Koens, K.; Postma, A.; Papp, B (2018) Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10, 4384.
- Locations. Interreg MED LOCATIONS project. 2019.
- MacNeill, T.; Wozniak, D. (2018) The economic, social, and environmental impacts of cruise tourism. *Tour. Manag.* 2018, 66, 387–404
- Mancuso, F. (2019) Venezia e la duplice eredità portuale. *Portus* , 37.
- Matvejevic, P. (2001) Mediterranean Cities between past and present, *Portus*. 1 May 2001.
- McCarthy, J. (2008) Is all tourism beneficial? The impacts of port-city regeneration initiatives. In Proceedings of the On the Waterfront: Culture, Heritage and Regeneration, Liverpool, UK, 19–21 November 2008.
- Oklevik, O.; Gössling, S.; Pasillo, M.; Jacobsen, JKS; Grotte, IV; McCabe, S. (2019) Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *J. Sustain. Tour.* 27, 1804–1824.
- OMT. (2013) *Guía de Turismo Sostenible para el Desarrollo*; OMT: Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2018) Centro de Experiencia en Ocio, Turismo y Hotelería; NHTV Breda Universidad de Ciencias Aplicadas; Universidad de Ciencias Aplicadas NHL Stenden. ‘Overtourism’?—*Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*; OMT: Madrid, España.
- Pagés Sánchez, JM; Daamen, TA (2020) Using Heritage to Develop Sustainable

- Port–City Relationships: Lisbon’s Shift from Object-Based to Landscape Approaches. In *Adaptive Strategies for Water Heritage*; Hein, C., Ed.; Springer: Cham, Switzerland.
- Pallis, AA; Rodríguez, JP; Notteboom, TE (2014) Cruises and cruise ports: Structures and strategies. *Res. Transp. Bus. Manag.* 13, 1–5.
- Papathanassis, A. (2017) Cruise tourism management: State of the art. *Tour. Rev.*, 72, 104–119.
- Parola, F.; Satta, G.; Penco, L.; Persico, L. (2014) Destination satisfaction and cruiser behaviour: The moderating effect of excursion package. *Res. Transp. Bus. Manag.* 13, 53–64.
- Pearce, D. (1988) Tiempo-presupuestos turísticos. *Ana. Recorrido. Res.*, 15, 106–121.
- Perea-Medina, B.; Andrade, MJ; Rosa-Jimenez, C. (2018) Turismo de cruceros en la interfaz puerto-ciudad mediterránea: Nueva época del waterfront, con beneficios en un Smart Destination, Cuaderno de Turismo. *Cuad. Tur.*, 11, 397–419.
- Perea-Medina, B.; Rosa-Jiménez, C.; Andrade, MJ (2019) Potential of public transport in the regionalization of the main cruise destinations in the Mediterranean. *Tour. Manag.* 74, 382–391.
- Pinke-Sziva, I.; Smith, M.; Olt, G.; Berezvai, Z. Overtourism and the night-time economy: A case study of Budapest. *Int. J. Tour. Cities* 2019, 5, 1–16.
- Plan Estratégico de Turismo 2021-2024 de Málaga. 2021.
- Plano Estratégico de Turismo para a Região de Lisboa 2020-2024, 2019.
- Plevoets, B.; Sowiska-Heim, J. (2018) Community initiatives as a catalyst for regeneration of heritage sites: Vernacular transformation and its influence on the formal adaptive reuse practice. *Cities*, 78, 128–139.
- Rosa-Jiménez, C.; Perea-Medina, B.; Andrade, MJ; Nebot, N. (2018) An examination of the territorial imbalance of the cruising activity in the main Mediterranean port destinations: Effects on sustainable transport. *J. Transp. Geogr.* 68, 94–101.
- Schubert, D. (2019) Hamburg: Careful and flexible conversion of cultural heritage. The Warehouse District. *Portus*, 37.
- Sommer, C.; Helbrecht, I. (2017). Seeing like a tourist city: How administrative constructions of conflictive urban tourism shape its future. *J. Tour. Futures*, 3, 157–170.