

## ANÁLISIS Y GESTIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA<sup>1</sup>

Kevin Antonio Trujillo Barragán

kevin\_tbarragan@hotmail.com

### RESUMEN

*Se busca 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*

### ABSTRACT

*This paper identifies new results on the behavior of tourist flows in the historic center of Malaga and behavior relationship with key influencing factors. After analyzing the impact of these factors on the movement of tourist flows, and point out the different problems and trouble spots caused by tourist flows, we propose three lines of action to manage these conflicts. These priorities are: urban intervention, intervention in tourist signs and creation of tourism products. With the implementation of these actions at different points and specific areas of the historic center, we propose the redistribution of tourist flows towards the area of the historic city as well as the enhancement of resources, milestones and underused areas. In conclusion, these actions proposed will get better traffic, increase supply and enhance the tourist experience, and they will solve the problems associated with the crowds, the tourist experience negative and the tourist-resident conflict.*

**Key Words:** *analyzing, manage, behavior, tourist flows, historic center*

---

<sup>1</sup> Este Trabajo de Fin de Máster ha sido premiado por REDINTUR como uno de los ocho mejores de la Red en la promoción 2013-2014.

## 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 se realiza 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 los algunos<sup>2</sup> 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, entre otros beneficios.

## 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 elemento 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 de Málaga 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. El método para la obtención del material cartográfico, así como el desarrollado por el Observatorio Turístico para la obtención de los datos son los siguientes:

*-Obtención del mapa de flujos generales:* los microdatos obtenidos por el Observatorio se encontraban en trámites de publicación en revista científica en 2014, por lo que no pudimos contar con ellos de manera directa. Para poder utilizar los resultados contamos con la colaboración de la compañera Dña. Susana García, quien pudo disponer en 2013 de estos datos y estimar cartográficamente el nivel de flujos por las calles del centro histórico en su estudio: Flujos turísticos en destinos de ciudad, el caso de Málaga (García Aranda, 2013). La cesión de resultados por Dña. Susana García fue

---

<sup>2</sup> El resto de factores influyentes se enumeran y describen en el documento original.

modificada posteriormente, configurando nuestra propia gama de intensidades con las que representar el nivel de los flujos.

*-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. La explicación de esta metodología se puede encontrar de forma detallada en el documento original.

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 más adelante.

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. 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.

Bajo nuestro punto de vista, la metodología empleada por el Observatorio genera deficiencias que podrían desvirtuar la realidad. Estas se mencionarán detalladamente más adelante.

Continuando con la descripción de la metodología empleada a nivel general, 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. Este trabajo de campo ha permitido concretar medidas de gestión y dar 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, o manuales didácticos, 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 (De la Calle Vaquero & García Hernández, 2012) (Vera Rebollo, Palomeque, Gómez Marchena, & Anton Clavé, 2011) (Damián & Navarro Jurado, 2007) (Echamendi Lorente, 2001) (García Hernández, 2000) (García Hernández, 1999). De los pocos que abordaban directamente el análisis de los flujos turísticos en

destino, la mayoría lo hacían a nivel genérico y descriptivo (McKercher & Lau, 2008) (Lew & McKercher, 2006), sin aplicación a un caso concreto.

Nos han sido de gran ayuda las diferentes web que permiten la geolocalización y la representación cartográfica de diferentes elementos, contribuyendo de manera directa en la elaboración de la diferente cartografía y a realizar mediciones precisas de calles, pasos de peatones, etc. 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. En la elaboración de otras tipologías de planos y material cartográfico hemos contado también con la colaboración de la arquitecto Dña. Beatriz Perea.

De la misma manera, nos hemos apoyado en diferentes web específicas para la obtención de fotografías e imágenes concretas. Así mismo, hemos generado nuestro propio material fotográfico de manera directa, y hemos contado con la colaboración del fotógrafo 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 (Balance anual del año turístico en la Costa del Sol, 2010) (Balance anual del año turístico en Andalucía. Turismo de cruceros, 2013).

### **3. Objetivos**

El objetivo general de este estudio 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:

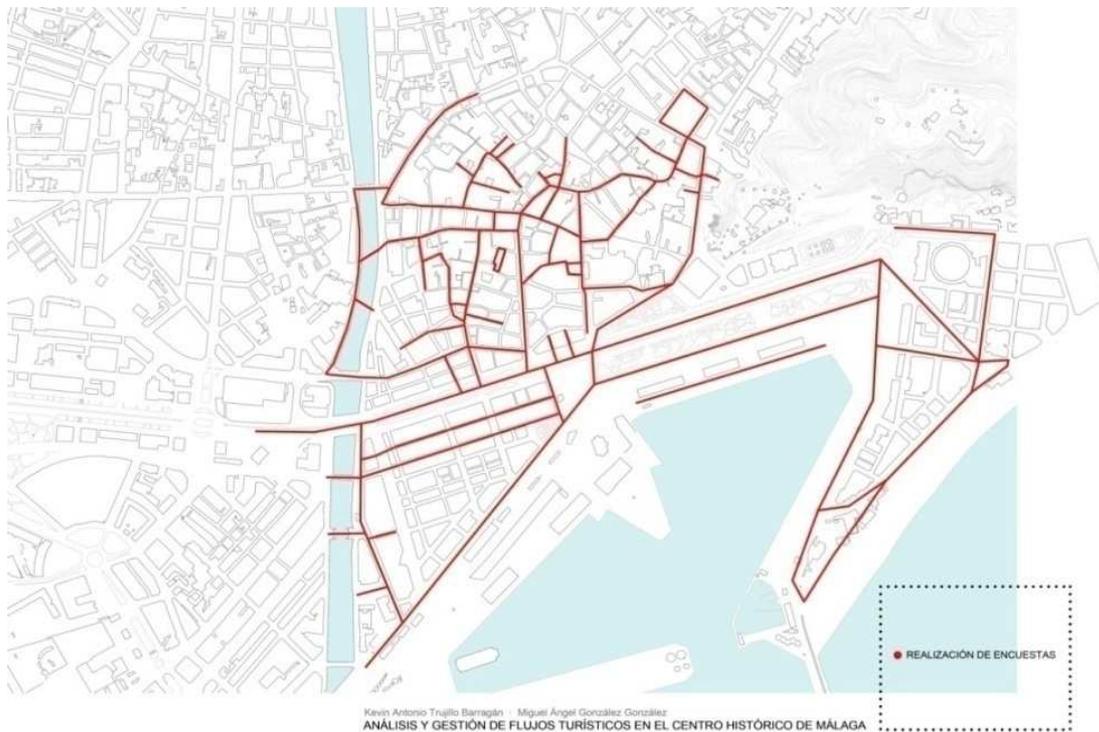
- Identificar las zonas de mayor y menor tránsito de visitantes en el centro histórico de la ciudad y el impacto generado en ellas.
- Estudiar los factores influyentes que pueden explicar las pautas de comportamiento obtenidas.
- Aportar acciones de mejora para la gestión de flujos turísticos enmarcadas en los campos de actuación: intervención urbana, señales turísticas y creación de productos.

## **4. Análisis de los flujos turísticos en el centro histórico de Málaga**

### **4.1. Delimitación de la zona de estudio**

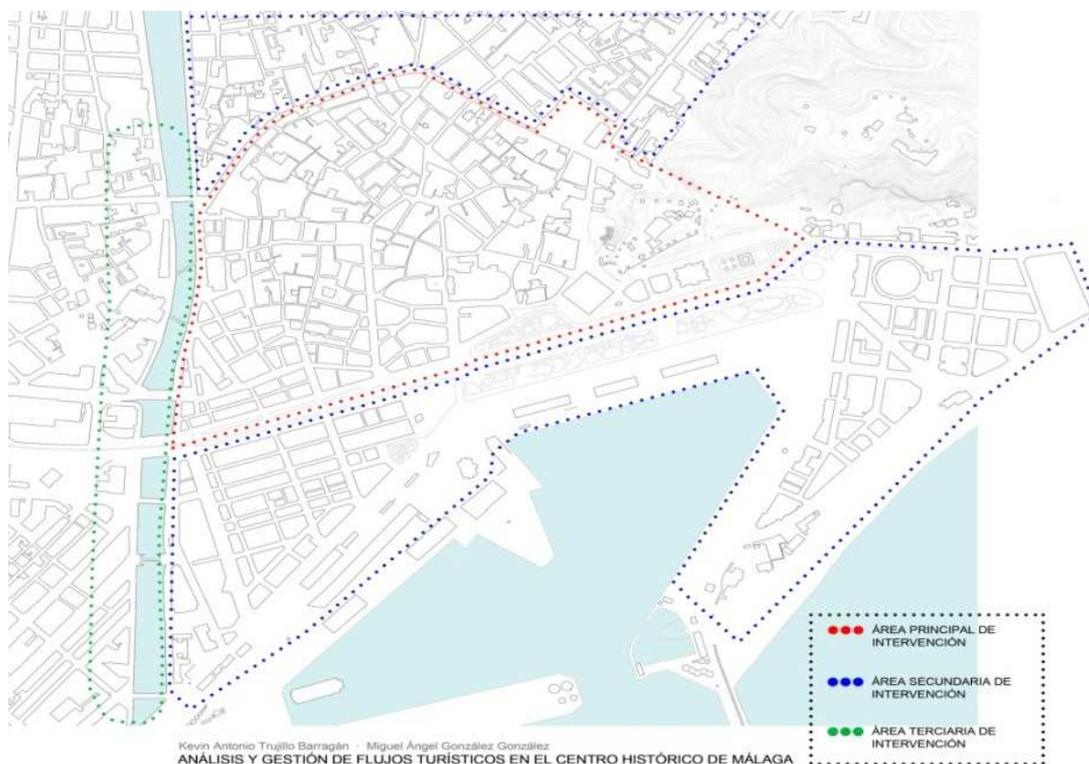
Además de delimitar el área de estudio en función del análisis desarrollado por el Observatorio Turístico, dentro de esta seleccionaremos aquellas zonas con una mayor y menor posibilidad de intervención o uso. Así, en los siguientes planos se delimitan el área de realización de las encuestas (mapa 1), el principal área de intervención y las zonas secundarias de influencia (mapa 2).

**Mapa 1 - Delimitación del área de realización de las encuestas por el Observatorio**



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.

#### **4.2. Posibles sesgos de la metodología empleada por el Observatorio**

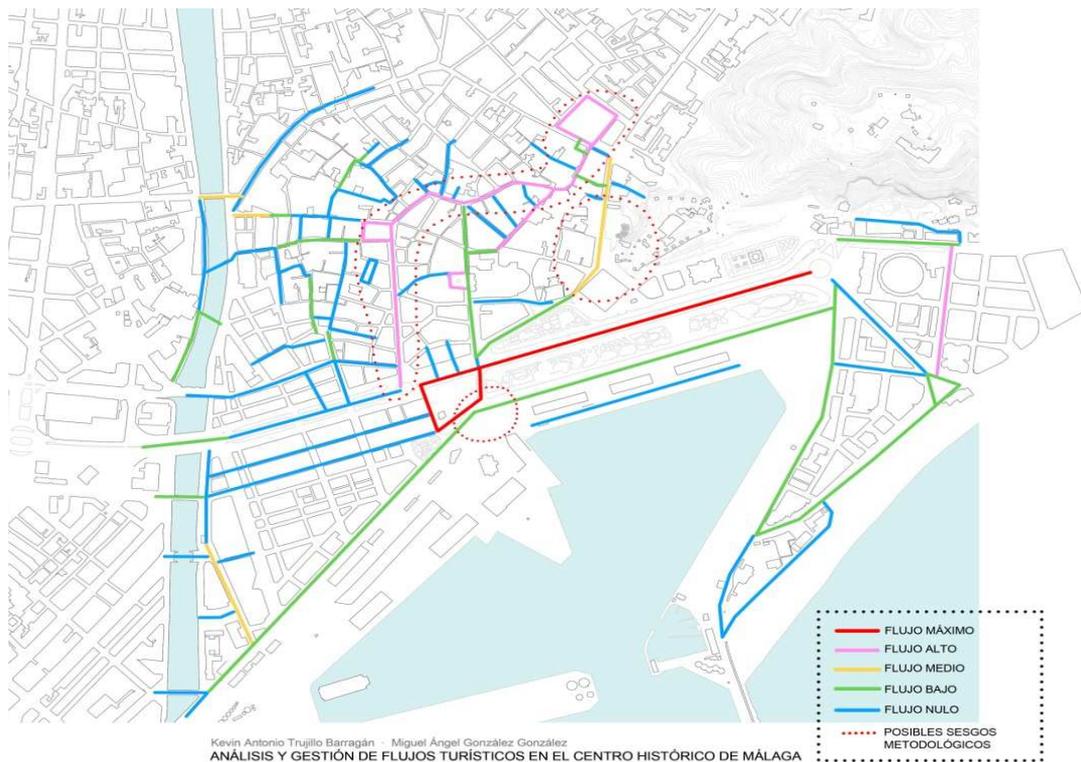
1. Todas las calles identificadas con flujo alto, en especial Calle Larios, Plaza de la Constitución, y entorno de la Plaza de la Merced, pueden no llegar al intervalo de flujo máximo porque son calles muy transitadas también por residentes, y el sistema de establecer un número aleatorio de personas 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.
2. 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 Palmaral de las Sorpresas, junto a la Plaza de la Marina, y que deben transitar por un espacio muy reducido, incluso cruzar una vía rodada inadaptada para el tránsito de grandes masas de personas.
3. 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.
4. 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.

#### **4.3. Análisis de la distribución de los 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 líneas como por 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.

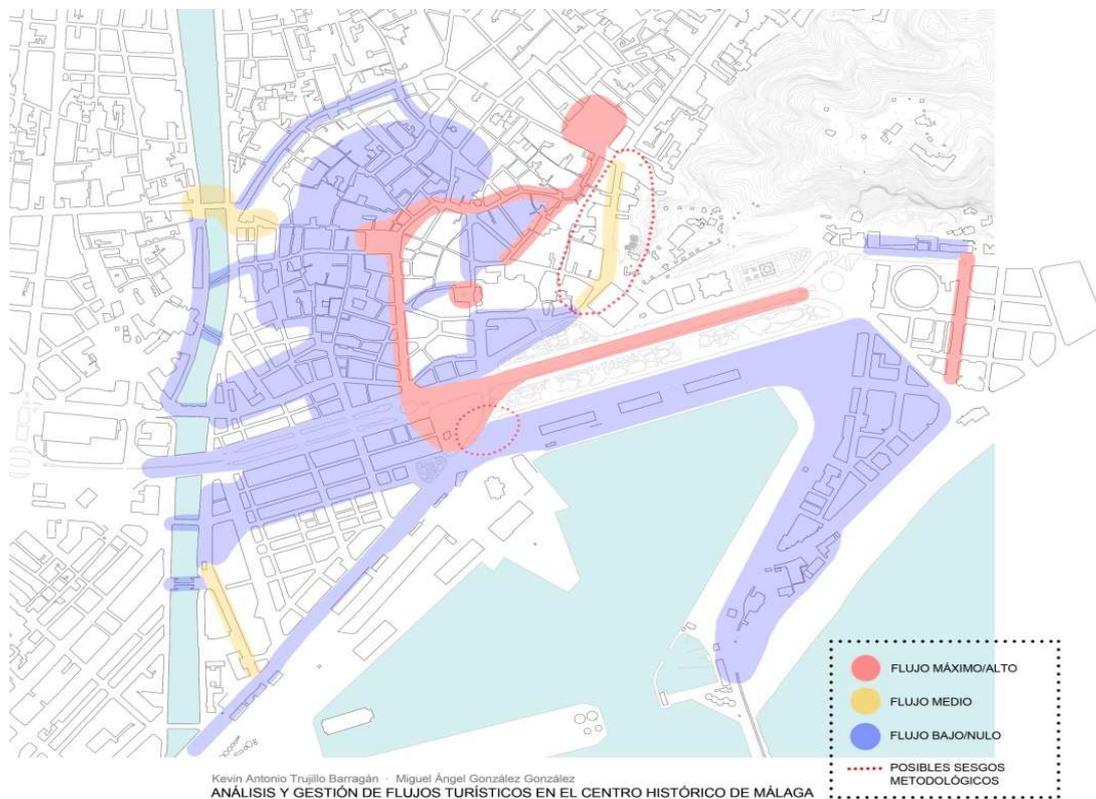
Podemos ver en el mapa 3 tres áreas representadas en círculos discontinuos de color rojo que se corresponden con los posibles sesgos metodológicos identificados y mencionados anteriormente.

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.

Observando el mapa de nubes (mapa 4) 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. 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; 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 también 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 (Almeida, 2012) (McKercher & Lau, 2008) (Lew & McKercher, 2006) (García Hernández, 2000): (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 dichas zonas gracias a la puesta en valor de los recursos cercanos.

#### **4.4. Relación entre los flujos generales y el factor "distribución de los recursos turísticos"**

Antes de iniciar el análisis de este factor debemos clasificar los recursos turísticos localizados en el centro histórico y sus proximidades. Para su clasificación enumeraremos y definiremos los factores que desde nuestro punto de vista, influyen en mayor medida en la visita a un lugar concreto del destino, monumento, museo, iglesia, etc. Estos factores han sido propuestos una vez analizados aspectos psicológicos del turista, comportamientos de consumo, etc. (Plog, 1987) (Serralvo, 2004). Una vez definidos, basándonos en ellos estableceremos una clasificación de los hitos y recursos turísticos en el destino. Los factores son los siguientes:

##### Factores predesplazamiento

-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.

##### Factores 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 general su gestión es privada y por lo tanto el uso turístico es complejo. Son elementos con muy escasas o ninguna visita turística. Por su tipología de gestión, interés y necesidad de inversión para convertirlo en producto turístico, son elementos con escaso potencial de desarrollo.

En este sentido, basándonos en primera instancia en el 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 (264.006)
- Alcazaba (290.423)
- Museo Picasso (324.861)
- Fundación Picasso Museo Casa Natal (114.131)
- CAC Málaga (344.237)
- Catedral (298.818)

Debemos sumar a ellos el Teatro Romano, con más de 320.000<sup>3</sup> visitantes en 2010; el Museo Thyssen Málaga, que aunque bajo nuestro punto de vista no termina de conjugar con la oferta consolidada de la ciudad, en 2012 acogió un total de 120.000<sup>4</sup> visitantes; y el Museo del Patrimonio de Málaga, con más de 121.000<sup>5</sup> visitantes en 2011. Ninguno de estos ha 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.

---

<sup>3</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>4</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>5</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)

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.

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.

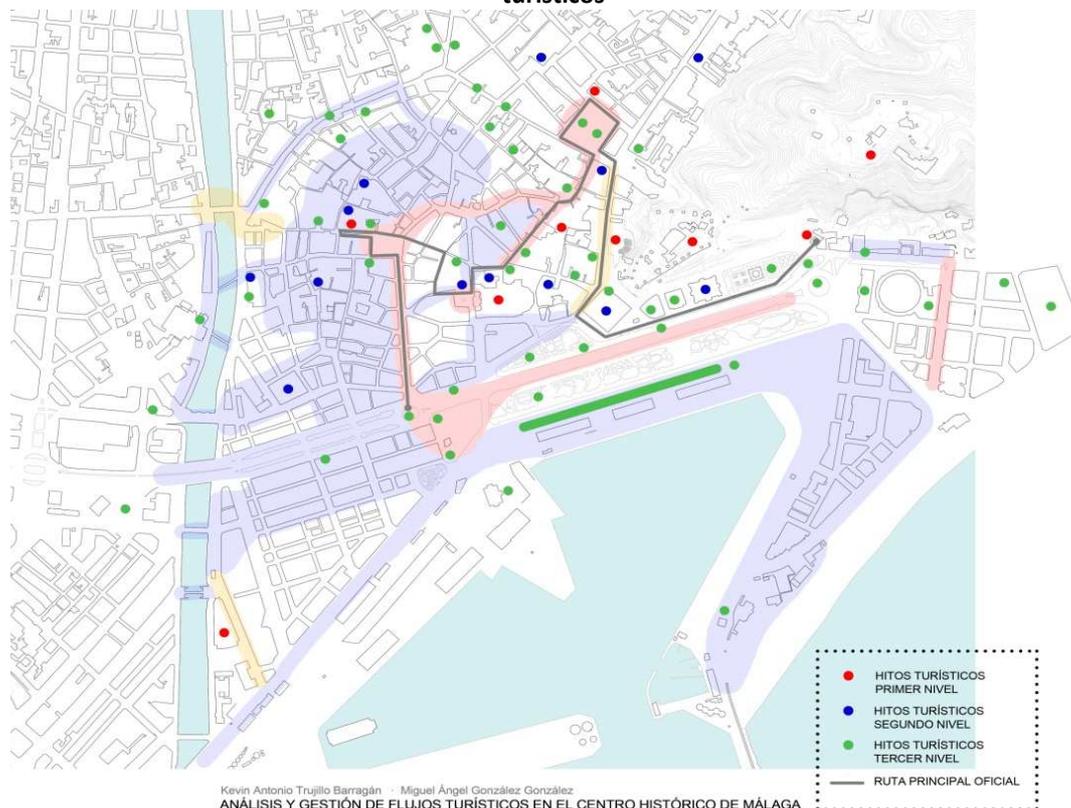
Continuando con la clasificación, es complicado establecer los rangos de segundo y tercer nivel por la falta de datos en cuanto a número de visitantes. No obstante, como hemos descrito anteriormente, la publicidad e información de la que disponen los visitantes antes de realizar el desplazamiento al 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 ([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)), 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.

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.

Pasando ya a la relación entre la distribución de los hitos turísticos y el movimiento de flujos (mapa 5), podemos observar cómo 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 que la disposición de este tipo de recursos en el destino

determina en gran medida 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 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los hitos turísticos**



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. No obstante, deberemos tener en cuenta el entorno que rodea a estos, la accesibilidad para llegar a ellos, las inversiones necesarias, etc.

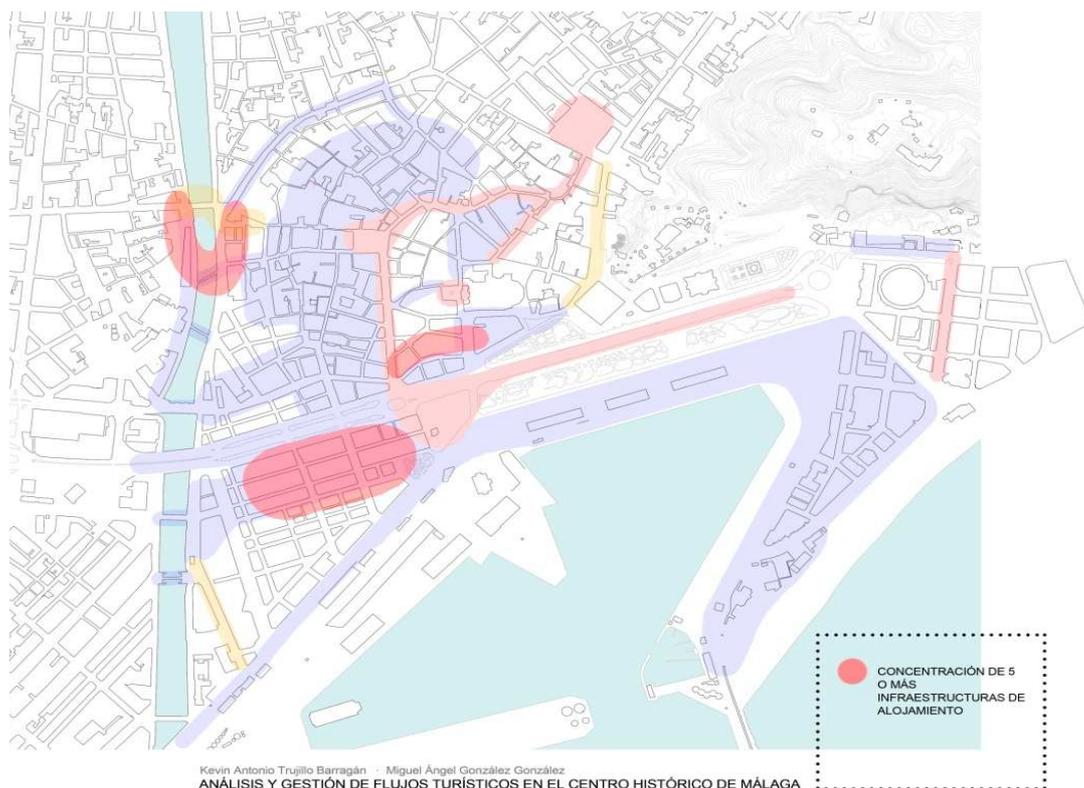
#### **4.5. Relación entre los flujos generales y el factor "distribución de la oferta de alojamiento, restauración y ocio"**

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 (Callejero turístico oficial, 2014) disponible en las oficinas de turismo de la ciudad. Se trata 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.

En el siguiente mapa (mapa 6) se muestra en nubes rojas la distribución de 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, junto a la distribución de los flujos generales. 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 posibles puertas de entrada comunes al centro histórico, además de áreas en las que se concentran importantes volúmenes de turistas.

**Mapa 6 - Relación entre los flujos turísticos y la concentración de los alojamientos por áreas**



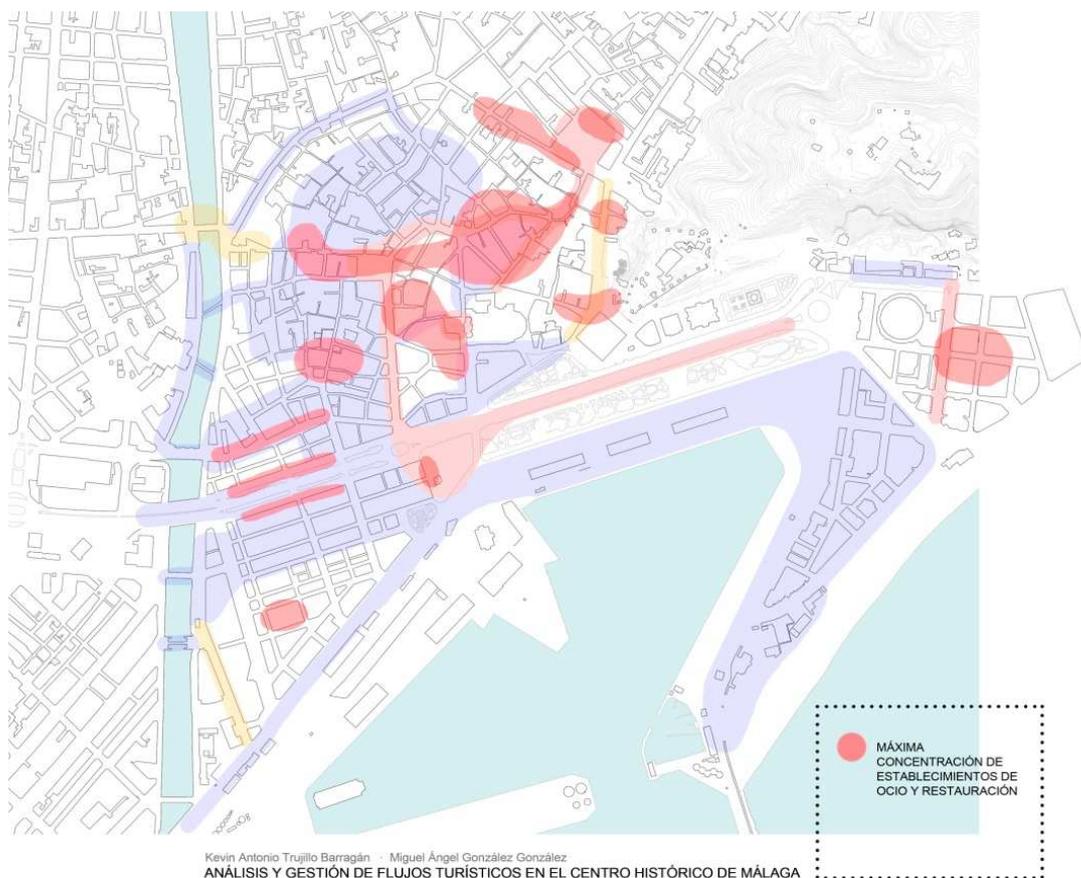
Fuente: Elaboración propia en colaboración con González, M.A.

Con esta superposición podríamos identificar 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 e inicio de Calle Larios, al norte del Soho y al inicio del Paseo del Parque respectivamente.

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. El siguiente mapa muestra esta distribución superpuesta al mapa de flujos generales (mapa 7).

**Mapa 7 - 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.

Con la superposición de mapas podemos observar como las zonas de concentración de este tipo de oferta, en su mayoría, coinciden con los puntos de mayor tránsito turístico.

Según estos resultados se puede concluir que existe una relación e influencia directa de estas variables en el tránsito y desplazamiento turístico por las ciudades históricas. De esta forma, 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.

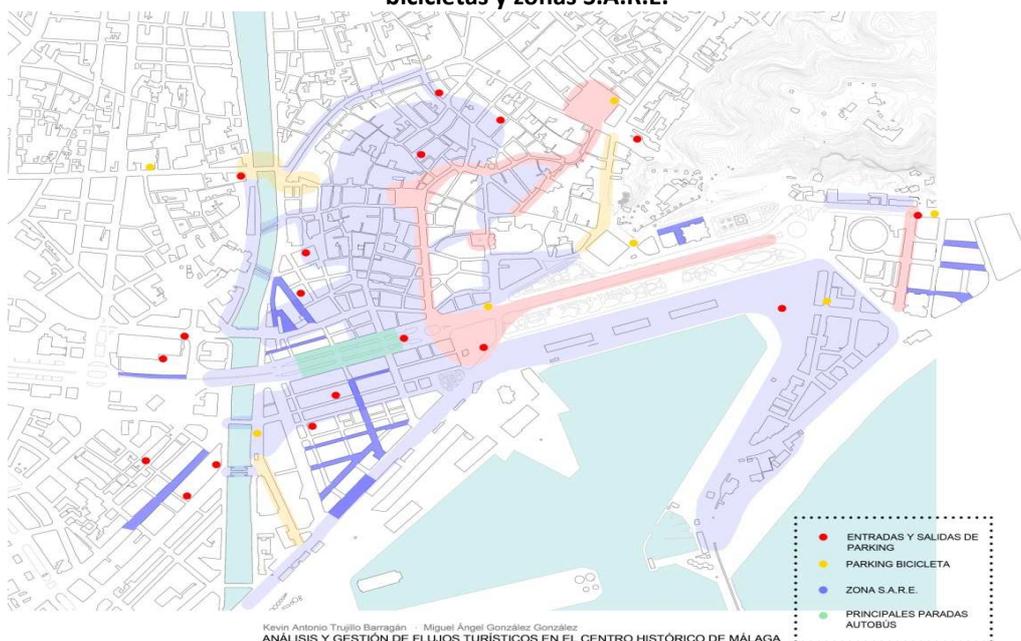
#### 4.6. Relación entre los flujos generales y el factor "distribución de los estacionamientos y paradas de autobús"

La distribución de las zonas de estacionamiento, paradas de autobús, etc. puede influir en los flujos turísticos generando congestiones y conflictos allí donde se concentren en mayor medida; y creando posibles puertas de entrada al centro, aglomerando masas importantes de personas en un pequeño radio cercano a las inmediaciones de la zona histórica.

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 PMMS 2011 (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. superpuesto con el de flujos generales (mapa 8), no se identifican problemas de flujos en relación a estos factores, 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, empíricamente reconocemos un problema de tránsito elevado en la zona. Como se ha dicho, entre la población local.

**Mapa 8 - 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.

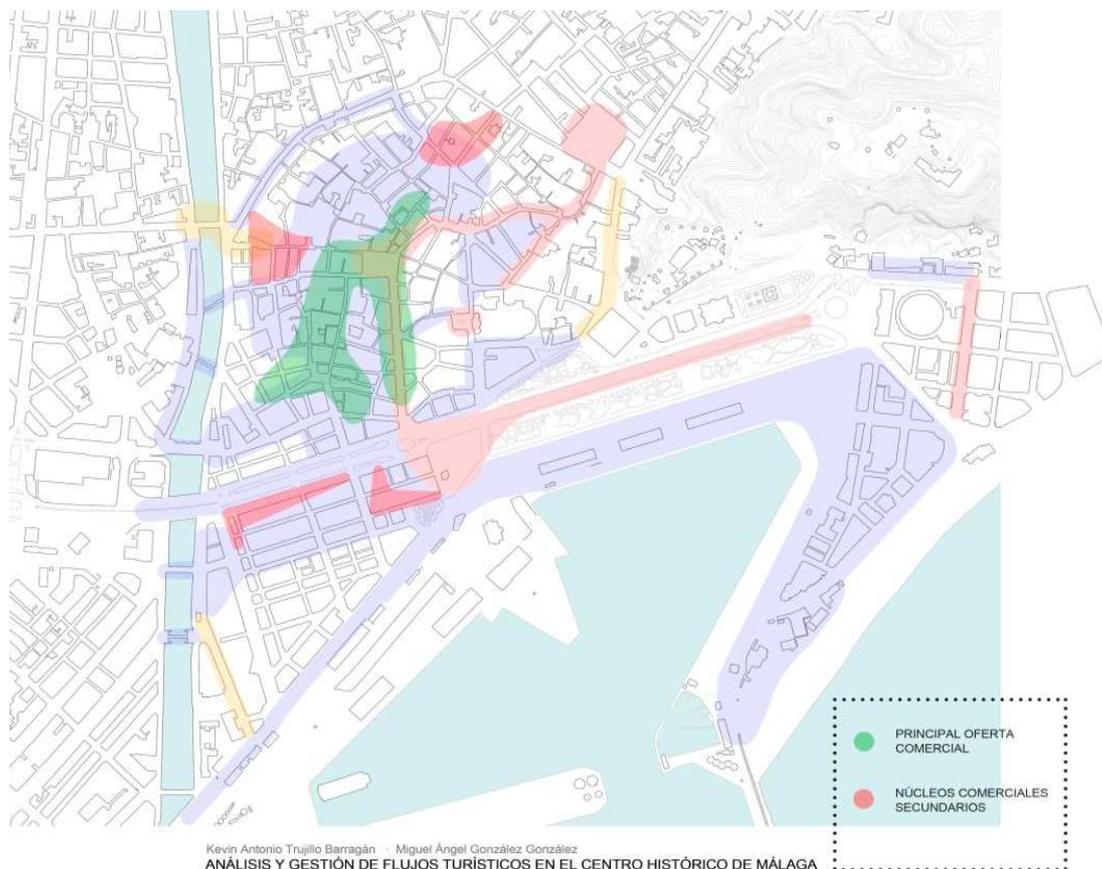
Las rutas en bicicleta posibilitarían el desplazamiento a zonas y recursos más alejados de las rutas e hitos principales, lo que contribuiría a la diversificación de los flujos. Sin embargo, la existencia de parking de bicicletas en el centro es muy deficiente, con tan solo cuatro paradas ([malagabici.malaga.eu](http://malagabici.malaga.eu)) en el núcleo y tres en las zonas colindantes a este. Además, la inexistencia de paradas en determinadas zonas del casco histórico imposibilita la redirección de usuarios por carecer de lugares donde estacionar sus bicicletas.

#### ***4.7. Relación entre los flujos generales y el factor "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 ([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.

Superponiendo el mapa de concentración comercial al de flujos generales (mapa 9), vemos como 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. Esta organización céntrica, cercana y en torno a calles principales, facilita la compra de los visitantes, pues suelen moverse en entornos seguros y con afluencia de personas.

Mapa 9 - Relación entre los flujos turísticos y la distribución de los comercios por áreas



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

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.

La superposición de mapas permite observar como 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. Las razones podrían ser: (I) tipología de oferta incapaz de captar la atención del visitante; (II) al inicio del itinerario turístico, comúnmente

comenzado por Calle Larios, los visitantes realizan sus compras a lo largo de este trayecto y continúan su itinerario en dirección este, donde se localizan los principales elementos turísticos de interés.

## 5. Medidas de gestión<sup>6</sup>

### 5.1. Intervención urbana. Plaza de la Marina

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.

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 es necesaria para este punto neurálgico de la ciudad, ya que se ha detectado durante el estudio de campo una serie de problemáticas habituales y de diversas naturalezas. Se observan, entre otros problemas:

- 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 (Punto crítico).
- Falta de permeabilidad visual Puerto-Calle Larios.
- Fracturación y fuerte diferenciación de espacios (Paseo del Parque y Plaza de la Marina).
- Ausencia de actividad económica que permita el filtrado en tiempo de visitantes.

Algunas de las actuaciones concretas a llevar a cabo para conseguir nuestro objetivo serían:

- 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

---

<sup>6</sup> Referencia (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), 2013)

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.

-Ubicar en los pasos de peatones a intervenir pilonas retráctiles ralentizadoras, con el fin de incrementar la seguridad del viandante.

-Cierre de la vía rodada secundaria. Reubicación del tráfico por calle Córdoba.

-Etc<sup>7</sup>.

Estas actuaciones quedan representadas en el siguiente plano (plano 1):

**Plano 1 - 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.

## **5.2. Intervención en la distribución de las señales turísticas**

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, instalarlas en los lugares debidamente justificados siempre será más eficiente y reducirá la cantidad de señales necesarias, así como los costes de instalación y mantenimiento (Quintana Orozco, 2010) (Manual de señalización turística de Navarra) (Manual de señalización turística de Andalucía)

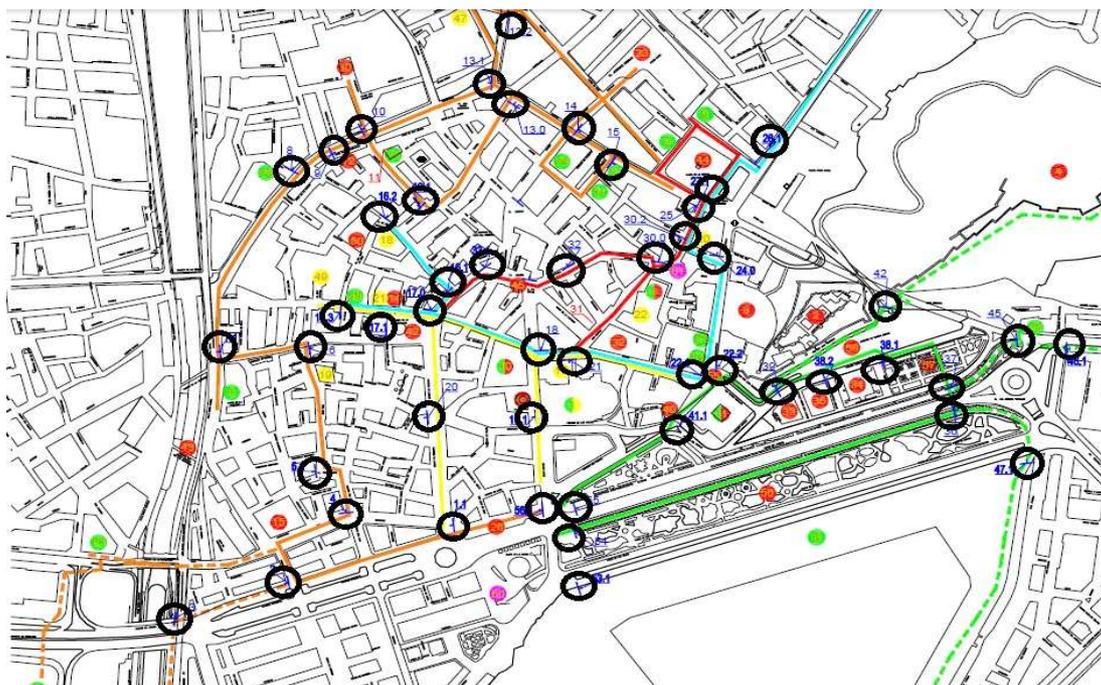
<sup>7</sup> El resto de actuaciones se encuentran detalladas en el documento original.

(Recomendaciones para la Señalización Informativa Urbana, 1995). 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.

A continuación se muestra el plano oficial (mapa 10), facilitado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, en el que se localizan las señales turísticas actuales. Identificada una falta de homogeneidad en la distribución, la ausencia de señales en algunas zonas del territorio, así como una amplia distancia entre determinadas señales, proponemos un nuevo sistema con el que optimizar la distribución de las señales por todo el destino, 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.

Los elementos numéricos representados en tono azul muestran la localización y ubicación exacta de cada una de las señales turísticas actuales, para facilitar su interpretación se rodean con un círculo negro. Para el resto de elementos representados no se añade descripción puesto que no son objeto de estudio.

**Mapa 10 - Distribución oficial de la señales turísticas actualmente**



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

Sólo proponemos un plan de localización y ubicación de la señalización turística provisional. Esto quiere decir que 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



**Mapa 12 - Distribución provisional de las señales turísticas**



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

Tras la aplicación de estos pasos aseguramos:

- Que la señalización turística estará distribuida de una forma más homogénea por el destino.
- Que el visitante no encontrará grandes áreas desiertas de señalización.
- Que ante un error al realizar el itinerario previsto, el visitante conseguirá reubicarse sin recorrer una larga distancia.
- Disminuir el número de señales actual, lo que repercutirá positivamente a la hora de su gestión.

### **5.3. Creación de productos**

#### **5.3.1. Soho, exposición urbana**

Consiste en una exposición permanente al aire libre en el barrio cultural del Soho en la que se utilicen los elementos que conforman el paisaje urbano como parte de la exposición (Barragán Gutiérrez, 2014).

Este producto influiría en la gestión de los flujos turísticos:

- Generando interés en una zona no transitada en la actualidad
- Redireccionando los flujos de zonas calientes hacia el barrio del Soho
- Como elemento canalizador de visitantes hacia el CAC

- Distribuyendo visitantes por todo el entorno
- Reactivando la económica del barrio
- Como elemento positivo para la consolidación del Soho como barrio cultural

### 5.3.2. Resuelve el caso

Los visitantes deberán resolver un caso de misterio durante su estancia en la ciudad. Para ello seguirán las pruebas que la "policía" irá facilitando. Al llegar al hotel, cuando suban a sus habitaciones encontrarán un dossier con diferentes pruebas y pistas que les llevarán a diferentes lugares de la ciudad con la motivación de resolver el caso. Durante la recopilación de nuevas pistas, testimonios, etc. el turista será guiado a través de diferentes recursos, comercios, restaurantes, etc. de la ciudad. Este producto está basado en el exitoso caso del producto "Fin de semana detectivesco", desarrollado por el Hotel El Molino de Tresgrandas en Asturias (IET, 2011).

Este producto influiría 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 esos espacios, disminuyendo la saturación de las zonas calientes y reactivando la actividad de dichas áreas, entre otros beneficios.

## 6. Conclusiones

Como principales conclusiones, de forma resumida tenemos:

-Los problemas y conflictos que puede generar una ineficiente gestión de flujos afecta a un importante número de disciplinas. 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. Estamos ante un campo de estudio interesante. 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.

-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.

-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. 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. Todo ello pone 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.

-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.

-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.

-Por último, 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 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.

## **7. Bibliografía**

Almeida, F. (2012). Tema 5: Gestión de flujos en destinos turísticos. Universidad de Málaga.

(2010). *Balance anual del año turístico en la Costa del Sol*: Observatorio Turístico de Málaga.

(2013). *Balance anual del año turístico en Andalucía. Turismo de cruceros*. Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía.

Barragán Gutiérrez, J. J. (2014). *Memoria del proyecto "La persiana indiscreta"*. Algeciras: Escuela de Artes de Algeciras.

*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*.

De la Calle Vaquero, M., & García Hernández, M. (2012). *Capacidad de carga en grandes recursos turístico-culturales*. Universidad Complutense de Madrid.

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>

Echamendi Lorente, P. (2001). *Capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación*. Madrid.

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. Madrid. 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.

IET. (2011). *Estudio de productos turísticos*. Turespaña.

Lew, A., & McKercher, B. (2006). Modeling Tourist Movements. A local destination analysis. *Annals of Tourism Research*, 33 (2), 403-423.

*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.

McKercher, B., & Lau, G. (2008). Movement Patterns of Tourists within a Destination. *Tourism Geographies*, 10 (3), 355-374.

(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.

Serralvo, F. A. (2004). *Factores de influencia en el comportamiento del turista interno.* A Coruña: Universidad Católica de Santos.

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.

*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%20culturales%20en%20M%C3%A1laga%20-%20inversiones%20recientes%20y%20previstas%20e%20impacto%20econ%C3%B3mico.pdf>

*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.malaga.eu.* (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.* (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.tripadvisor.es.* (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)