

PROCESOS ACTUALES DE TURISTIFICACIÓN EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

CURRENT TOURISM PROCESSES IN THE CITY OF MÁLAGA

María Dolores López Padilla*

El turismo es masivo y se ha expandido a todas partes, produce beneficios y estragos en los paisajes donde tiene lugar, también en casi todos los alrededores de sus entornos principales y periféricos

(HERNÁNDEZ PEZZI, 2018:15).

1. INTRODUCCIÓN

La ciudad como núcleo poblacional permanente reúne en la actualidad, año 2019, a la mitad de la población mundial aunque solo el 3% de la superficie terrestre sea considerada urbana. La previsión es que en el año 2025 el 75% de la población vivirá en ciudades y más de 1.500 millones de personas lo harán en aglomeraciones urbanas y metropolitanas que por su volumen demográfico llegarán a desbordar los límites razonables de gobernabilidad y habitabilidad. Durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del siglo XX la tendencia de las ciudades históricas ha sido la de crecimiento en población y en actividades industriales, comerciales y de servicios, aumentando la necesidad de encontrar solares y terrenos para completar nuevas edificaciones. Fueron los grandes proyectos urbanísticos de Ensanches, con derribo de murallas medievales y de edificios históricos, los que predominaron en muchas de nuestras ciudades.

En 1897 se crea en Málaga la Sociedad Propagandística del clima y embellecimiento de Málaga¹ impulsada por parte de la burguesía malagueña ante

* Máster en Técnicas Avanzadas de Investigación Histórica, Artística y Geográfica. Universidad Nacional de Educación a Distancia. España. ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0001-6477-9269> doloreslopezpadilla@gmail.com

¹ Pérez López, E. (1909) pp. 261-265. Disponible en <http://bibliotecavirtual.malaga.es/es/consulta/busqueda_referencia.cmd?campo=idtitulo&idValor=15514>

la crisis industrial y económica, paralización de la agricultura y del comercio en Málaga y con el cometido de la promoción y atracción del turismo de invierno hacia la ciudad. Su principal intención era el embellecimiento de Málaga y hacerla atractiva para turistas de alto poder económico y competir con capitales como Santander o San Sebastián donde las familias burguesas y del ámbito real o militar establecían sus palacetes de invierno.

La climatología templada y suave de Málaga y el evitar los fríos inviernos del centro peninsular atrajeron un turismo de clases acomodadas. La ciudad de Málaga pone en marcha proyectos como Los Baños del Carmen en la zona Este de la capital que son inaugurados el 16 de julio de 1918. Además, en los años veinte del pasado siglo funcionan en la Malagueta los Baños de Apolo con el Mirador de la Terraza. En el año 1926 se inaugura el Hotel Príncipe de Asturias, actual Hotel Miramar de 5 estrellas, en Paseo de Reding.

La ciudad conocida y los hitos que crean una imagen mental para la población residente o para el visitante y que hacen único su paisaje urbano, esto se encuentra en un proceso de *desvirtuación* de una forma acelerada en las últimas décadas. Son muchos los casos en los que este cambio en el paisaje de la ciudad es provocado por políticas públicas que de forma frecuente realizan proyectos que en nada respetan la identidad de los espacios urbanos; en otros casos dejan en manos de empresas privadas cuestiones urbanísticas que no tienen como objetivo el beneficio de la ciudadanía en general.

Los centros históricos en las ciudades del mundo occidental han pasado de ser analizados a partir de indicadores de exclusión y vulnerabilidad urbana, tal y como se generalizó sobre todo en las décadas de 1980 y 1990, a ser estudiados por los impactos de la gentrificación y del turismo urbano de las dos últimas décadas. Los procesos asociados a la turistificación están convirtiendo los centros históricos en nuevos destinos del turismo de masas y de segundas residencias. Por otra parte, la recuperación patrimonial está siendo afrontada como un negocio, adaptada al consumo y disfrute del visitante. El turismo se ha convertido en producto de primera importancia a escala de mercados y capitales y el turismo urbano el que más ha crecido en los años transcurridos de este siglo XXI. Debemos cuestionarnos acerca de los impactos urbanos del turismo y de los daños colaterales que se producen. Por otro lado, desde grupos de investigación en universidades, de asociaciones y plataformas vecinales, exponen y denuncian situaciones graves provocadas por el turismo y por la ocupación de los espacios públicos, que en muchos casos derivan en situaciones de turismofobia. Debemos tener en cuenta la opinión de sindicatos de

trabajadores como Comisiones Obreras en Málaga² cuyos estudios en el sector de turismo y las condiciones laborales de los trabajadores nos muestran una situación de crecimiento turístico en Málaga no acompañada con mejoras en las condiciones laborales, primando la eventualidad y la externalización de servicios y la precariedad laboral. A la vez debemos ser conscientes de los fenómenos de compra de inmuebles y servicios relacionados con el turismo por fondos de inversión de origen extranjero, asiáticos, pero también de Canadá o Estados Unidos y que recogen los beneficios generados en nuestra ciudad y nuestro país por el turismo. Según el Profesor Hernández Pezzi (2018) las ciudades tienen un nuevo gran reto que consiste en sobrevivir al turismo de masas y padecen una pandemia turística de grandes dimensiones.

La cronología de investigación la hemos marcado entre los años 2010 a estos primeros meses del año 2019, motivado ello por las mejoras económicas que se vienen produciendo desde 2008 en la economía mundial y en la de nuestro país. De este período temporal hemos recogido artículos y publicaciones que afrontan el estudio de los temas propuestos, gentrificación y turistificación en los centros de ciudades turísticas a escala europea y en concreto ciudades como Madrid y Barcelona, finalizamos con el estudio de estos procesos urbanos en Málaga capital.

Tras la etapa de los años ochenta del pasado siglo y como resultado de las políticas urbanísticas de rehabilitación de los centros urbanos se ha venido produciendo una transformación en las áreas urbanas que no han conseguido, en muchos de sus barrios, los resultados que motivaron las mismas. Argumentos como falta de servicios sociales, degradación de los espacios públicos, presencia de droga y delincuencia, desempleo, pobreza y otros fueron las cuestiones que primaron a la hora de emprender las políticas públicas urbanísticas que aún siguen en marcha en la actualidad. Estas motivaciones con el añadido de la imagen transmitida de «inseguridad ciudadana» en los centros urbanos y los barrios adyacentes hacen que las propuestas por parte de los organismos públicos, ya sea Ayuntamiento o Comunidades Autónomas o Estado, no sean cuestionadas por la mayoría de la población y sólo una pequeña porción de ella se plantea si es o era necesario el derribo de este edificio histórico o la demolición de esta casa de vecinos donde vivían gente trabajadora desde hace cincuenta años y su obligado desplazamiento a barriadas creadas *ex novo* para acoger la población expulsada. Cuestiones como el «abandono» del Centro Histórico de Málaga por parte de las entidades públicas locales y provinciales durante las

² Fernando Muñoz Cubillo. Secretario General de Comisiones Obreras de la provincia de Málaga. Diario SUR. Disponible en <<https://www.diariosur.es/opinion/dejemos-decidan-sobre-20180928193106-nt.html>>

décadas finales del pasado siglo, la proliferación de demoliciones, reformas y cambios profundos en la fisonomía de la ciudad de Málaga; la disminución de la población residente y el proceso de regeneración y reconversión de los espacios y edificios para otros usos como cultural y turístico; la ocupación por población exógena, empresas, entidades bancarias y de seguros de los espacios más significativos de la ciudad; la peatonalización y embellecimiento de ciertas calles; la proliferación de hoteles y viviendas turísticas en los últimos años en la zona; la pérdida del negocio de proximidad o de barrio y la ocupación de estos locales por franquicias de moda, comida o *souvenir*, plantean la necesidad de investigación sobre procesos como la gentrificación y turistificación en el Centro de Málaga a la vez que elaborar una hipótesis y profundizar sobre las distintas situaciones que puedan estar produciéndose en las diferentes ciudades en nuestro país y en otras regiones europeas y mundiales, relacionadas con los nuevos modelos de turismo. La desigualdad generada en los centros históricos de las ciudades, con mayores volúmenes de turistas, entre residentes y visitantes, será otra de las cuestiones tratadas en esta investigación. Con la hipótesis planteada, en la que se formula la posibilidad de la existencia de los procesos de gentrificación y turistificación en la capital malagueña, podremos llegar a una conclusión según avanzamos en la consecución de información al respecto.

La concreción del espacio geográfico de estudio es el Centro Histórico de Málaga, dentro del Distrito 1 o Centro del municipio de Málaga capital y más concretamente ciñéndonos a la denominada «almendra histórica» de este espacio con más de 3.000 años de historia y que ha venido sufriendo cambios muy profundos en su paisaje urbano en las últimas décadas. Pérdida de población que a primeros de 2018 se reduce a 4.603 habitantes en el Centro Histórico³. Se han recogido en este trabajo de investigación cuestiones relacionadas con los temas de gentrificación, turistificación y turismofobia que se van produciendo a diario en la capital malagueña hasta los días posteriores a la demolición del Palacete de los Condes de Benahavis, llamada Pensión La Mundial, domingo 31 de marzo de 2019 en Hoyo Esparteros. Semejanza de estos procesos en estudio en Málaga capital a modelos que se están produciendo en un buen número de capitales de provincia de nuestro país, sobre todo en ciudades medias y las posibles relaciones entre los procesos de globalización de la economía mundial con la gentrificación y turistificación de los centros históricos. El estudio de los nuevos modelos de turismo tras la «democratización» del mismo y la aparición del denominado turismo de masas ha sido otra de las motivaciones a la hora de realizar este estudio.

³ Gestrisam. Ayuntamiento de Málaga.

Es aceptado que actualmente el turismo es una actividad de masas por el aumento del tiempo libre y la generalización de las vacaciones pagadas⁴. Consideramos *turismo de masas* a la forma de turismo en que los turistas viajan al mismo tiempo y visitan los mismos lugares, los cuales ven superada su capacidad de asimilación. Así los problemas del exceso de turismo pueden provocar un desarrollo de baja calidad y presión excesiva sobre el centro de las ciudades y la orientación del tejido comercial de las mismas hacia la demanda del sector del turismo. El turismo de bajo coste, el turismo cultural o el turismo de capitales históricas, además del turismo de cruceros que tienen en el Puerto de Málaga un punto de atraque de primer orden en la actualidad.

2. TURISTIFICACIÓN

2.1 Concepto de turistificación y su evolución

Turistificación definida como impacto de una masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades (Xavier Canalis, 2017), cuestiones como capacidad de carga, densificación turística, aglomeraciones de turismo urbano o huella ecológica⁵ son definiciones aplicables al fenómeno de turistificación.

Según el Doctor en Geografía Jaime Jover, en la entrevista publicada en el Centro de Estudios Andaluces de la Junta de Andalucía⁶, el concepto de turistificación es «un proceso de transformación social de un espacio urbano a causa de una actividad económica que es el turismo y que se da en centros históricos, en el contexto de Europa occidental. Es similar a la gentrificación, pero tiene otra causa: la población original es sustituida por visitantes».

El verano de 2007 marca en España una etapa que puede recordarse como de parálisis económica resultado de la crisis financiera mundial. Como posible vía de escape el turismo vuelve a plantearse como producto económico a escala mundial, en España también. Gracias a la globalización y las tecnologías –internet y transportes– la facilidad para la expansión del turismo se

⁴ Revista *Arbor*. CSIC. Vol. 193. 2017. M .A. Zarate Martín <<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2202/3019>>

⁵ UICN Med <<https://www.iucn.org/es/node/427>>

⁶ Jaime Jover. Centro de Estudios Andaluces. <<https://www.centrodeestudiosandaluces.es/index.php?mod=actividades&id=3274>>

hace cada vez mayor. En 2025 se calcula que el turismo supondrá un 21% del PIB mundial.

¿Existe o no turistificación en nuestras ciudades? ¿Debemos utilizar el aumento del precio en el sector turístico y dar a cambio mayor calidad para evitar nuevas masificaciones? ¿Es sostenible o no el crecimiento turístico?

La idea de turista actual se sitúa más cercana al concepto de «masa» que al de «viajero». Sólo con pensar en destinos turísticos como sitios arqueológicos en Egipto o Méjico. Islas tan recónditas como Boracay (Filipinas) que fue cerrada al turismo el 28 abril de 2018⁷⁷ bajo fuertes medidas de seguridad con la intervención del ejército que expulsó a los turistas y los residentes llegados de todas partes del mundo por la grave situación de contaminación y masificación insostenible existente.

El denominado «Síndrome de Venecia» ¿Muere Venecia? Disminución en un 60% de la población residente autóctona de Venecia en los últimos cincuenta años» está afectando a un buen número de ciudades españolas en la actualidad. Nuestro país se sitúa el segundo a escala mundial en llegada de turistas extranjeros, con 82 millones en 2017, sólo nos supera Francia.

Las cifras de turismo en la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2017 se sitúan en 29,6 millones de los cuales 12,4 millones se dirigieron a la provincia de Málaga. Ya en el verano de 2015 el término «turistificación» al respecto del turismo se aplicaba a distintas ciudades en España como «problema que sufre la población de las ciudades y regiones con gran atractivo de turismo de masas»⁸.

La planificación turística es la única fórmula para intentar minimizar el impacto del turismo en los núcleos urbanos y en nuestros centros históricos, esta planificación turística, en manos de los gobiernos de las comunidades autónomas, debería ser impulsada por el gobierno del Estado como ente responsable de la defensa de la economía nacional pero también como responsable de garantizar el bienestar de los ciudadanos. Pero cabe plantearse ¿somos capaces en nuestro país de crear valor en el sector turístico y ofrecer un producto diferenciado y sostenible? Esto sólo es posible gracias a la innovación y la diferenciación y vender un turismo diferente y de calidad. «La vida no es otra cosa que un problema común» o «Los recursos naturales como la tierra, el agua, las masas forestales o el aire, pero también de otros recursos inmateriales como el conocimiento, la cultura, las ciudades, la sanidad o la educa-

⁷ La Vanguardia. «La isla filipina de Boracay cierra por seis meses» <<https://www.lavanguardia.com/vida/20180426/443008758637/la-isla-filipina-de-boracay-cierra-por-seis-meses.html>>

⁸ Hosteltur. «El Síndrome de Venecia se extiende por España» 18 agosto 2015 <https://www.hosteltur.com/112390_sindrome-venecia-se-extiende-espana.html>

ción, además de creaciones, instituciones y sistemas sociales, como pueden ser internet, un parque o un derecho adquirido. Los bienes comunes no son de nadie y a la vez son de todo el mundo» comenta Curro Machuca en el artículo «La vida ese problema común»⁹. Estas afirmaciones pueden aplicarse a la situación actual del turismo de masas.

Según Kike España «Los procesos turísticos han trazado unos paisajes caracterizados por la desapropiación, desde el boom inmobiliario al actual boom turístico»¹⁰. La «cosificación» de la cultura en los destinos turísticos debida a la necesidad del turista de buscar y perseguir lugares únicos y típicos realmente singulares y cuya principal motivación es la de alejarse de su rutinaria vida cotidiana. En la actualidad en el turismo contemporáneo existen dificultades para identificar a la población «nativa» en muchos de estos destinos, especialmente en los centros urbanos¹¹. Es necesario recurrir a destinos lejanos y exóticos para encontrar un turismo primario no adulterado por la afluencia de la industria turística.



Imagen 1. Fotografía de calle Alcazabilla, Centro Histórico de Málaga. Ambiente de turistificación nocturna. Fuente: Eduardo Zorrilla. Febrero 2019.

⁹ Machuca, F. «La vida, ese problema común». Revista *El Salto*, 2018. <<https://www.elsaltodiario.com/ocupacion/la-vida-ese-problema-comun>>

¹⁰ España Naveira, E. «Experiencias de reapropiación en Málaga» Revista *El Salto*, 2017. <<https://www.elsaltodiario.com/gentrificacion/experiencias-de-reapropiacion-en-malaga>>

¹¹ «Si hoy es martes, esto es Bélgica» Film. <<https://www.lavanguardia.com/cartelera/peliculas/si-hoy-es-martes-esto-es-belgica-m-374493#trailer>>

El 30 de diciembre de 2015 el Profesor Zárate Martín en su artículo de la revista monográfica del CSIF¹² nos da una imagen de lo que supone el turismo en nuestros días:

En la actualidad el turismo es un fenómeno de masas por el incremento del tiempo libre, la generalización de las vacaciones pagadas, el aumento del nivel de vida y del consumo y el abaratamiento de los costes de transporte por los avances tecnológicos. Ello se explica además por el afán innato de descubrimiento de las personas, de conocer lo diferente de lo habitual, lo que está fuera del entorno cotidiano y que se encuentra especialmente en lugares distintos a los de residencia. Por eso nadie cuestiona la tendencia natural del hombre a desplazarse para conocer lugares, costumbres y modos de vida, incluida la colaboración en actividades solidarias, en un proceso de renovación e innovación constante de la práctica turística que acompaña a su vez a los procesos también de continuo cambio de las sociedades de nuestro tiempo (Zárate Martín, 2017: Presentación).

El año 2017 fue declarado como *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo* por la Asamblea General de las Naciones Unidas. El turismo se ha convertido en un producto de «primera necesidad» para una buena parte de la población mundial (Imagen 1, cualquier noche en el Centro de Málaga). En el año 2016 hubo 1.235 millones de turistas internacionales, en el año 2017 fueron 1.326 millones según la Organización Mundial del Turismo¹³ un 7% de aumento con respecto a 2016 y el incremento mayor desde el año 2009. Se calcula que se producirá un crecimiento alrededor de un 3% medio anual de turismo internacional entre 2010 y 2030 debido a que gran parte de la población de países como China, India o países de Latino-América se están incorporando al mercado del turismo internacional.

Además como señala en su artículo el profesor Zárate el turismo interior también está creciendo en gran medida y las prácticas vacacionales están cambiando en las últimas décadas, ya no estamos ante unas vacaciones de 30 días en período estival; la tendencia es disfrutar de parte de las vacaciones a lo largo del año y buscar destinos en muchos casos cercanos para hacer visitas de 3-4 días o fines de semana a centros históricos urbanos atraídos por su atractivo cultural o por fiestas locales, Semana Santa como ejemplo en ciudades andaluzas. Actualmente el turismo es una actividad de masas por el aumento

¹² Zárate Martín, M. A. El turismo sostenible para el desarrollo. Revista *Arbor*. CSIC. Vol. 193. 2017. <<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2202/3019>>

¹³ Organización Mundial del Turismo. Panorama OMT del turismo internacional año 2017. Edición 2018. <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>>

del tiempo libre y la generalización de las vacaciones pagadas¹⁴. Consideramos *turismo de masa* a la forma de turismo en que los turistas viajan al mismo tiempo y visita los mismos lugares los cuales ven superada su capacidad de asimilación. Así los problemas del exceso de turismo pueden provocar un desarrollo de baja calidad y presión excesiva sobre el centro de las ciudades y la orientación del tejido comercial de las mismas hacia la demanda del sector del turismo.

Debido a las mejoras en las comunicaciones y en la movilidad de la población se ha hecho posible que cualquier punto del planeta se convierta en destino turístico, resultado de los procesos de globalización. La «revolución» en las tecnologías en los últimos años y la posibilidad de acceso universal a internet, las redes sociales y las plataformas virtuales accesibles a cualquier ciudadano del mundo que disponga de las herramientas mínimas de comunicación informática, han provocado una enorme interiorización a escala individual y exteriorización a niveles de destinos turísticos y posibilidades de viaje impensables a mediados del siglo xx.

Debemos afirmar que el turismo genera empleo y riqueza, el turista necesita múltiples servicios para realizar la actividad turística. A escala mundial en 2017 se generaron 1.340.000 millones de dólares por el turismo internacional, con una subida de un 4,9% con respecto a 2016. Como medio de desplazamiento destaca la vía aérea con el 57%, seguida del desplazamiento por carretera con el 37%. Las principales motivaciones del turismo son el ocio, recreo y vacaciones con el 55% y un 27% la visita a parientes y amigos.

En lo que respecta a Europa recibió el 51% de llegadas mundiales, lo que supone 672 millones de turistas. En proporción ingresa sólo el 39% de los ingresos totales con 519.000 millones de dólares en el año 2017, que en términos generales fue un incremento del 8% con respecto al año 2016.

Como destinos que reciben el mayor número de turistas el año 2017 sigue estando en primer lugar Francia con 86,9 millones de turistas y un aumento del 5,1% con respecto a 2016; en segundo lugar se coloca España con 81,8 millones de turistas con lo que Estados Unidos queda en tercer lugar con 76,9 millones de turistas internacionales.

¹⁴ Revista *Arbor*. CSIC. Vol. 193. 2017. M. A. Zarate Martín <<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2202/3019>>

2.2 El turismo en España: algunas cifras y datos

Tras la salida de la crisis mundial que afectó a la mayoría de las economías entre 2007 y 2011, el turismo se ha convertido en el año 2017 en el generador de alrededor del 10% del PIB mundial. España aumenta en el año 2017 un 8,6% con respecto al año 2016 en llegadas de turistas. Otro de los países europeos que se encuentra entre los primeros en el ranking de destinos es Italia con 58,3 millones de turistas, en quinto lugar a escala mundial. En el año 2018 nos situamos de nuevo como segundo país del mundo con más turistas internacionales después de Francia, tras haber superado a Estados Unidos en cifras de turistas internacionales anuales este pasado año. Si en el año 2007 recibimos en España a 58,6 millones de turistas internacionales, en el año 2018 se han recibido 82,8 millones¹⁵. Estas cifras no incluyen los excursionistas (sin pernocta) y los flujos de turismo interior.

Atendiendo al porcentaje que supone el turismo en el total de negocio en nuestro país alrededor de 11,7% del PIB con 137.020 millones de euros en 2017, con 2,6 millones de puestos de trabajo directos que supone el 12,8% del empleo total¹⁶. Atendiendo al sector del turismo rural, genera un desarrollo local e ingresos para pequeñas empresas y cooperativas debido a la afluencia de turistas a zonas de montaña e interior que de otra forma con toda seguridad serían afectadas por fenómenos de despoblación y envejecimiento de la población. Gracias al turismo de interior mucha de su población joven decide no emigrar y poder seguir residiendo en sus municipios de origen. La dedicación a actividades como rutas de senderismo, a caballo, turismo ornitológico, etc. son muchas de las ofertas que podemos hallar en municipios con menor volumen poblacional. La demanda de alimentos y productos locales por el turismo puede proporcionar posibilidades de desarrollo local y complementar una renta básica para la población residente.

El turismo provoca además efectos no deseados y que deben ser minimizados por una lógica distribución y regulación. Una de estas consecuencias negativas es la concentración del turismo en ciertas zonas en nuestro país como la zona mediterránea y centros de ciudades provocando que municipios medios de interior vean a su población forzada a migrar hacia zonas con mayores posibilidades de empleo en el turismo. Se crea así una España saturada en lo que presencia de turismo se refiere en el litoral mediterráneo, Islas Baleares, Islas Canarias y Madrid que reciben las tres cuartas partes del turismo

¹⁵ Según datos del Instituto Nacional de Estadística INE.

¹⁶ INE Nota de prensa de 18 diciembre 2018. Serie 2010-2017 <https://www.ine.es/prensa/cst_2017.pdf>

de nuestro país; y una España despoblada o «la España vacía»¹⁷ donde se recibe una mínima proporción del turismo y cuya población va reduciéndose con el paso de los años y como ejemplo municipios medios castellanos o aragoneses.

Las grandes empresas turísticas internacionales y grupos de inversión exigen a los organismos públicos la creación de infraestructuras para su instalación en el territorio nacional. Estas infraestructuras son aeropuertos modernos y capaces de gestionar millones de turistas anualmente; además de la creación de carreteras y autopistas y puertos turísticos atractivos para el visitante; o líneas de ferrocarril de alta velocidad AVE. Todas estas infraestructuras deben ser costeadas con presupuesto público y ser contempladas en los Presupuestos Generales del Estado o de las Comunidades Autónomas en su construcción. Infraestructuras que se concentran en ciertas zonas y que dejan deficitarias a otras regiones como Extremadura o Galicia. Presupuestos que dan más importancia a una serie de prioridades relacionadas con el turismo o los servicios adyacentes y dejan relegados a segundo plano necesidades generales de la población como la mejora o ampliación del número de hospitales de sanidad pública o de centros de enseñanza pública o cuestiones como la depuración de aguas, etc.

Algunos fenómenos económicos derivados de la globalización han dado lugar a la compra y absorción por cadenas hoteleras y de fondos de inversión internacionales de la mayoría de los hoteles familiares que existían en nuestro país. Además de la compra de inmuebles urbanos para dedicarlos a alquiler vacacional, viviendas para estudiantes e incluso a residencias de ancianos ofertadas al jubilado de medio o alto nivel adquisitivo. El negocio del turismo en muchos casos no repercute de forma directa en aumento de ingresos de forma proporcional a niveles municipales o en el empleo en el sector y las condiciones laborales de los empleados en turismo. Debemos ver conflictos como el de las llamadas «Kellys»¹⁸ de Málaga y la Costa del Sol, camareras de piso que se ocupan de la limpieza de las habitaciones en hoteles y apartamentos turísticos y que desde hace años vienen denunciando que padecen un problema muy sencillo de exponer: más volumen de trabajo por menor salario.

¹⁷ Manifiesto Despoblación. Asociación de Geógrafos Españoles AGE <<https://www.age-geografia.es/site/manifiesto-despoblacion/>>

¹⁸ «Las Kellys» de Málaga <<https://laskellys.wordpress.com/>>



Imagen 2. Fotografía tomada el 8 de marzo de 2019, Manifestación en Málaga por el Día Internacional de la Mujer. Representantes de las «Kellys» o camareras de piso de Málaga, reivindicando un trabajo digno.

Fuente: Federico Ortega. 8 marzo 2019.

En la mayoría de las ocasiones la afluencia turística afecta directamente a la subida de los precios en alimentación, vestidos o en vivienda que es aceptada por los turistas durante sus vacaciones pero que debe ser asumida por la población residente durante todo el año. El encarecimiento de los precios y la no subida proporcional de los salarios y la existencia de bolsas de desempleo hacen que el fenómeno del turismo de poca calidad repercuta negativamente en frecuentes ocasiones en la población residente (Imagen 2, las Kellys de Málaga en la manifestación del 8 de marzo de 2019 en defensa de unas condiciones de trabajos dignas).

Se plantean cuestiones como la que encontramos en el reportaje de Tribus Ocultas¹⁹ en la que se hace un recorrido por Madrid y Barcelona, ciudades muy turistificadas donde el turista busca lo «auténtico» aunque ya no es capaz de diferenciar entre los modelos de oferta que encuentra de una ciudad a otra. Los negocios de restauración típicos o auténticos van desapareciendo y en cambio proliferan las franquicias de comida rápida y las tiendas de *souvenir*.

¹⁹ Televisión La Sexta. Tribus Ocultas. La turistificación hace que se coma peor en el centro de las ciudades» <https://www.lasexta.com/tribus-ocultas/artes/la-turistificacion-hace-que-se-coma-peor-en-el-centro-de-las-ciudades-video_201901155c3eee0b0cf2a245bfc721fa.html>

2.3 Málaga y el turismo

«El caso Málaga» nos ofrece aspectos similares al de otros lugares de interés turístico de Europa y con un volumen elevado de visitantes a lo largo del año.

Tabla comparativa PIB años 2008-2018

PIB	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Málaga	1,00	-4,2	-1,5	0,5	-1	-0,9	1,8	3,5	3	3,3	3,1
Andalucía	1,1	-3,5	-1,1	-0,2	-2	-1,3	1,4	3,5	2,9	3,1	2,7
España	1,2	-3,6	-0,2	0,4	-1,6	-1,2	1,4	3,2	3,3	3,1	2,8
UE	0,9	-4	1,5	1,5	-0,3	-0,4	0,8	1,5	1,8	2,3	2,4

Tras los años de grave crisis económica que se refleja en los datos del PIB vemos como el crecimiento económico se inicia en el año 2014, en nuestro país, y continúa el ascenso hasta 2018. Igualmente ocurre en Andalucía y en la provincia de Málaga y una buena parte de ese crecimiento económico viene dado por los ingresos del turismo que representa alrededor del 20% del PIB de Málaga.

Málaga se ha presentado desde la década de los setenta del pasado siglo xx como turismo de «sol y playa» y buena parte de su litoral ha sufrido una transformación muy profunda. Hay un hito en el tiempo que es el año 1988 cuando se separa de Málaga capital el municipio de Torremolinos, se convierte en municipio independiente y aglutina en esta fecha unas 20.000 plazas hoteleras y alrededor de 25.000 habitantes; actualmente posee 68.262 habitantes según el último censo municipal (INE) y las plazas hoteleras ofertadas en agosto de 2018 eran 20.946, con fuerte estacionalidad pues en diciembre de 2018 eran 10.704 las plazas ofertadas en Torremolinos.

Málaga capital posee 11.547 plazas de hotel el pasado mes de agosto de 2018 con estacionalidad media-baja, pues ofertaba 11.213 plazas en el pasado mes de diciembre de 2018.

El año 2006 con la creación de la Agencia Turismo Costa del Sol la orientación para seguir atrayendo el turismo hacia Málaga mira hacia el interior de la provincia y hacia sectores que se pusieron en valor como su gastronomía o sus valores culturales y patrimoniales. En la Feria de Turismo FITUR que ha tenido lugar los días 23 al 27 de enero de 2019 en Madrid, Turismo Costa del Sol ha mantenido unas 450 reuniones de trabajo con agentes turísticos²⁰ en su stand. Una de las líneas de trabajo de la Agencia en FITUR ha sido la de seguir

²⁰ Diputación de Málaga. Turismo Costa del Sol en FITUR. Madrid enero 2019. Diputación de Málaga. «Turismo Costa del Sol albergó en su stand un total de 450 reuniones con profesionales del sector turístico

con la recuperación del turismo nacional y atraerlo hacia Málaga. A la vez que el número de turistas extranjeros apenas creció el pasado año 2018 en España, sí que aumentaron los turistas españoles en un 4,05% que supone alrededor de 5 millones de turistas. Según Arturo Bernal, Director de Turismo Costa del Sol, las previsiones de turismo para Málaga en este año 2019 son las de aumento en turistas y de ingresos, muy buenas expectativas que no serán afectarán por el posible *Brexit* de Reino Unido. Como ejemplo de actividad económica el Festival de cine de Málaga 2019 (Imagen 3), del 15 al 24 de marzo, atrajo a la capital malagueña alrededor de 180.000 visitantes.

La proliferación de hoteles en zonas turísticas de sol y playa aumenta en proporción de la demanda del turismo, encauzada por las grandes plataformas internacionales de la industria turística que crean flujos y focalizan el interés hacia determinadas zonas y en determinados lapsus de tiempo. En las zonas urbanas y centros históricos una de las motivaciones para la implantación de hoteles y viviendas turísticas es la presencia en mayor o menor número de museos en la ciudad. El turismo de museos en las grandes ciudades europeas mueve una buena proporción del turismo de fines de semana y periodos cortos vacacionales. Ejemplos como París, Berlín, Ámsterdam, Madrid y en los últimos quince años la ciudad de Málaga (Zárate, 2017).

Últimos hitos en el Centro y algunos de los Museos en Málaga:

- Año 1988: Fundación Casa Natal Pablo Picasso.
- Año 1997: Peatonalización calles Bolsa y Strachan.
- Año 2003: Peatonalización de calle Marqués de Larios y Plaza de la Constitución.
Apertura Museo Arte Contemporáneo de Málaga CAC, zona Soho.
Apertura Museo Picasso de Málaga, calle Granada.
Recuperación del Teatro Romano tras la demolición de la Casa de la Cultura (1995).
- Año 2007: Apertura Museo del Patrimonio Municipal de Málaga MUPAM.
- Año 2011: Peatonalización de calle Alcazabilla hacia la Plaza de la Merced.
Museo Carmen Thyssen de Málaga, creación del «Entorno Thyssen».
- Año 2015: Apertura Museo Pompidou de Málaga (Imagen4), Cubo del Muelle 1 del Puerto de Málaga.
Apertura del Museo de la Colección del Museo Ruso de San Petersburgo en Málaga (Antigua Tabacalera).

en Fitur 2019» <http://www.malaga.es/es/turismo/3313/com1_md-3/com1_md3_cd-37557/turismo-costa-albergo-stand-total-reuniones-profesionales-sector-turistico-figur-2019>

Año 2016: Apertura Museo Arqueológico y de Bellas Artes de Málaga (Antiguo Palacio de la Aduana en el Paseo del Parque).

Año 2017: Peatonalización entorno de la Catedral de Málaga.

Se encuentran a disposición del visitante y del turista hasta 37 museos en Málaga, web de Málaga Turismo²¹. Una oferta amplia que incluye un excelente museo de arte semita, el Museo Ifergan en calle Sebastián Souviron en pleno Centro Histórico de Málaga²².



Imagen 3. Fotografía calle Larios durante el Festival de Cine de Málaga del 15 al 24 de marzo 2019. Fuente: Dolores López. Marzo 2019.



Imagen 4. Fotografía del «cubo» del Museo Pompidou en Málaga.

Según estudios realizados al respecto por numerosos autores y como ejemplo el incluido en «Turismo ¿Truco o Trato?» de Carlos Hernández Pezzi²³, se nos ofrece una óptica crítica sobre las inversiones incluidas en presupuestos públicos y

²¹ Museos Málaga, Málaga Turismo. <<http://www.malagaturismo.com/es/secciones/ciudad-de-museos/17>>

²² Museo Ifergan en Málaga. <<http://www.ifergan-collection.com/>>

²³ Carlos Hernández Pezzi, nacido en Madrid pero residente en Málaga desde hace más de cuarenta años, Arquitecto Urbanista y Profesor de la Universidad de Málaga y destacado político en Málaga en los últimos veinte años.

gastos en los museos de Málaga y su balance deficitario anual, tanto en número de visitantes como de ingresos, muy lejano a las previsiones ofrecidas en sus etapas de proyecto e impulso desde organismos públicos y entidades privadas. Todo ello acompañado por la creación de puestos de trabajo en el sector con una precariedad alarmante ofreciendo sueldos de salario mínimo con requisitos de Licenciaturas o Grado en Arte o Historia del Arte y altos niveles de idiomas para los aspirantes²⁴.

Ante la tan comentada y publicitada «*Marca de la ciudad de Málaga*» hemos de exponer que la capital malagueña no posee una «marca» sino varias marcas²⁵ y una de ellas es «Málaga ciudad de la Cultura», en la propuesta destaca la implantación de una buena representación de museos, en cantidad y calidad de los mismos. Se publicita la capital malagueña y su oferta cultural desde todos los medios disponibles como redes sociales, medios de comunicación, propaganda local, regional y estatal, a destacar la Feria Anual de Turismo de Madrid FITUR donde Málaga capital ocupa un lugar destacado dentro de la oferta cultural ofertada de las provincias andaluzas allí representadas. Aunque desde el lado más crítico artistas y colectivos de Málaga denuncian la falta de apoyo a escala municipal a nuevos proyectos o a colectivos como miembros de arte urbano o músicos callejeros.

La terciarización de los negocios en el Centro de Málaga ha sido progresiva en los últimos años²⁶. La empresa DonDeNegocios Geomarketing, Estudios de Mercado y Geolocalización realiza estudios de mercado previos a la implantación de negocios en Málaga capital y como ejemplo estudios para la instalación de nuevas farmacias según calles y barrios. Sus estudios confirman el proceso acelerado de implantación de negocios dedicados a la hostelería y restauración y el retroceso de los negocios dedicados al comercio en el Centro Histórico de Málaga.

En el Convenio del sector de la Hostelería de Málaga firmó un salario mínimo bruto de 1.017 euros para el pasado año 2018 y prevista una subida del 3% para 2019, según CCOO Málaga. Aunque estamos por encima del salario base en España debemos ser conscientes que, por ejemplo, el precio de una habitación de hotel en Málaga Centro subió durante el año 2018 alrededor del 30% (según datos recogidos en sitios web de 2 hoteles de 3 y 4 estrellas y de la capital malagueña), siendo la media 110 euros habitación/día para habitación individual en hoteles de

²⁴ Carlos Hernández Pezzi. El Observador. «El arte en precario en Málaga» <<http://www.revistaelobservador.com/opinion/69-mascaron-de-proa/14452-el-arte-en-precario-en-malaga?fbclid=IwAR29vsh7yShVICqPeA3PTtpbHZC0kzvcCuKIrK2tH-ZBMOYKeYOWJjfec6s>>

²⁵ «Los grandes eventos como generadores de marca ciudad». Ponencia impartida por Gorka Zamarreño, Universidad de Málaga en el Curso El modelo de ciudades turística a debate. Seguridad, Turistificación y Marca Territorio. Del 9 al 11 de julio de 2018. Curso de Verano UNIA 2018. Universidad Internacional de Andalucía. Málaga

²⁶ DonDeNegocios Geomarketing. <https://www.dondenegocios.com/single-post/Mapa-Comercio-Hosteleria-Centro-Malaga-2001-2017?fbclid=IwAR3AaMA-Rmec41Yg_srMJJa6RYcdyJe73IXoz-D5a38_nuOcrVY1TI7CRY>

la capital. Si realizamos una búsqueda y comparamos hotel 3 estrellas y hotel 4 estrellas en el centro de Málaga según días de la semana y fechas de baja y alta temporada, a pesar de la baja estacionalidad del turismo en el centro de Málaga, tenemos un grado de amplitud de precios por los mismos servicios. Estamos ante un fenómeno turístico en la capital malagueña en el que debido a fiestas de Semana Santa (mediados de abril) o Feria de Málaga (semana del 15 de agosto) los precios pueden presentar una subida de hasta un 100% en comparación con temporada baja. A lo largo del eje del río Guadalmedina se sitúan diversos hoteles como NH Hotel, Ibis, Novotel, Salles Málaga Centro, Hotel Guadalmedina y Hotel Vincci El Patio, único de 5 estrellas en el centro de Málaga. Hoteles a los cuales les ha surgido la competencia de las viviendas turísticas en alquiler del centro de Málaga, la VFT puede rondar las mil plazas teniendo en cuenta el Registro de Vivienda para el Turismo de la Junta de Andalucía y el posible porcentaje no declarado como tal.

Otra de las zonas que se ha puesto en valor en la última década ha sido la denominada *Soho* de Málaga que se ubica al sur de la zona de Alameda Principal y Plaza de la Marina, el río Guadalmedina como límite occidental y la Avenida Manuel Agustín Heredia como límite sur. La realidad es que la denominación *Soho* no está clara si es realmente nomenclatura histórica o fórmula turística económica para la ocasión. Las primeras noticias que podemos encontrar al respecto son la presentación de «Soho de Málaga» para denominar el antes llamado Ensanche Heredia de la capital malagueña en su Distrito Centro²⁷ el año 2010. «La magia que ha hecho aparecer un barrio que antes no veía nadie» según Asociación Soho Málaga²⁸.

La instalación de la Noria en el Puerto de Málaga, copiando el modelo que se ha seguido en otras capitales europeas como Londres, ha tenido desde los inicios del proyecto el rechazo de una parte de los ciudadanos residentes en la capital. La Noria se instala en la entrada principal del Puerto comercial de Málaga al inicio del Palmeral de las Sorpresas y debido a su cercanía a los edificios y a su altura impacta sobre la vida diaria de los residentes; de hecho, sus ventanas y balcones y el interior de sus viviendas pueden ser contemplados con total facilidad por los usuarios de la Noria. Tras varios años pendientes de autorización administrativa extraordinaria municipal en octubre de 2018 se le concede el permiso de explotación de la actividad²⁹ a la empresa Atracciones M.A. S.L.U. Su instalación y apertura provisional se produjo el año 2015 y

²⁷ Soho de Málaga. Diario *El Mundo* de fecha 13.09.2010 <https://www.elmundo.es/elmundo/2010/09/11/andalucia_malaga/1284219220.html>

²⁸ Ayuntamiento de Málaga. Listado de Asociaciones Soho Málaga. <http://soho.malaga.eu/portal/menu/seccion_0004/secciones/subSeccion_0002>

²⁹ EuropaPress. <<https://www.europapress.es/andalucia/puertos-del-estado-01056/noticia-consejo-administracion-puerto-otorga-autorizacion-administrativa-extraordinaria-noria-20181008152135.html>>

desde entonces a pesar de haber permanecido cerrada durante etapas temporales pendiente de licencia definitiva terminó el año 2018 con 185.000 visitas³⁰.

Una cuestión que afecta a la capital malagueña es su propuesta y puesta en marcha del «Centro Comercial Abierto» del Centro Histórico de Málaga³¹ desde el año 2014, lo que ha dado lugar a que los negocios comerciales y de ocio establecidos en las calles principales (Larios, Nueva, Granada y otras) del centro histórico permanezcan abiertos de 10 a 21 horas ininterrumpidamente. Fenómeno resultado de la peatonalización de estas calles y su orientación al negocio para turistas y en gran parte a los turistas de cruceros que atracan en el Puerto y que visita Málaga entre las 12 de la mañana y las 5 de la tarde aproximadamente. Los negocios que se encuentran instalados en la zona desde hace décadas han debido adaptarse a las normas establecidas en horarios y servicios con grandes dificultades pues en muchos casos se trata de pequeños negocios familiares con menos de 3 empleados y con mucha dificultad para poder cubrir los horarios sin cierre al medio día y que deben abrir además domingos y festivos.

Como muestra de movimiento de turismo de cruceros la naviera alemana TUI proyecta para el año 2020 que el Puerto de Málaga sea puerto base para el atraque de varios de sus cruceros³², en la actualidad ya opera como puerto de atraque en él (imágenes 5 y 6).



Imagen 5. Fotografía del Puerto de Málaga con crucero de viajes TUI y la Farola.
Fuente: Dolores López. 9 marzo 2019.

³⁰ Diario *SUR*. «La noria del Puerto termina el año con 185.000 visitantes, un 44% más que cuando abrió» <<https://www.diariosur.es/malaga-capital/noria-puerto-termina-20181223225644-nt.html>>

³¹ Centro Histórico de Málaga abierto <<http://www.centrohistoricomalaga.com/>>

³² Diario *SUR*. «La naviera alemana de cruceros TUI elige Málaga como puerto base en 2020» <<https://www.diariosur.es/turismo/naviera-alemana-cruceros-20190120221529-nt.html>>



Imagen 6. Fotografía de bus auxiliar de la compañía TUI a la entrada del Muelle II.
Fuente: Dolores López. 9 marzo 2019

2.4 Economía colaborativa o nueva faceta de la economía neoliberal

La economía colaborativa o *sharing economy* nos ofrece «un modelo de organización industrial en el que una plataforma electrónica facilita la contratación de servicios, incluyendo el servicio de arrendamiento de bienes ofertados por un grupo de usuarios (prestadores) y demandados por otro grupo de usuarios (consumidores)»³³.

Estamos ante una fórmula económica de nueva creación donde la tecnología permite compartir con cualquier persona en el mundo un producto demandado, ello se acompaña con los sistemas de geolocalización gracias a los cuales podremos compartir nuestra localización y ofertar o solicitar un producto o servicio a través de internet.

La economía colaborativa es un modelo económico no lineal sino un tipo triangular más complejo donde el «prestador» y el «consumidor» entran en contacto y realizan sus transacciones económicas monetarias o no monetarias a través de una plataforma tecnológica. Se trata de plataformas colaborativas que en realidad son empresas que operan en mercados multilaterales y que utilizan Internet para facilitar la contratación de uso temporal de bienes y servicios. La economía colaborativa aplicada al turismo tiene en la última década una «explosión» de crecimiento gracias a plataformas como Airbnb, HomeAway, Uber o Blablacar. Las tecnologías permiten generar un negocio y beneficio a escala mundial. A mayor número de participantes en el negocio

³³ Montero, J.J. «¿Qué es la economía colaborativa?» UNED 2017.

tenemos mejor calidad y menor precio. La contratación en tiempo real de un producto de economía colaborativa es una de sus ventajas, gracias a la utilización de un teléfono tipo *smartphone*. El altruismo o economía no monetaria en el caso de intercambio de viviendas puede suponer otra de sus ventajas. No existe un desembolso de dinero por el uso de este servicio, pero a unos ciertos niveles de negocio puede llegar a afectar a empresas del sector hotelero. El denominado *peer to peer* o servicios entre iguales se encuadra dentro de la economía colaborativa y un buen ejemplo de ello es el servicio de alquiler (monetario o no) de vivienda turística por un particular y no una empresa. Estamos ante las denominadas viviendas de alojamiento turístico, viviendas para uso turístico o vivienda con fines turísticos VFT cuya contratación ha crecido desde el año 2010 hasta un 60%. Se reducen casi a cero los costes de transacción. Los servicios de transporte o alojamiento ofrecidos por proveedores no profesionalizados pero que pueden profesionalizarse a través de plataformas como Airbnb y que compiten con empresas del sector. Un asiento en su coche, una vivienda vacía durante parte del año, estamos ante un producto o servicio que puede ofrecerse a menor precio por poseer un bajo coste de producción y transacción, por existir una relación directa entre proveedores y consumidores. Cuestión que al menos se ha planteado así de forma teórica y con una idea transmitida de contribuir a la economía familiar en una etapa de salida de crisis económica. El caso de Airbnb, la mayor plataforma de alquiler de vivienda turística en el mundo, pudo iniciarse en el año 2008 cuando dos estudiantes compañeros de piso que no pueden pagar el alquiler deciden alojar a varias personas en su casa, en colchones de aire, coincidiendo con una alta demanda de alojamiento en la Convención de Diseño de la ciudad de San Francisco. Unos 8,5 millones de viajeros se han alojado en viviendas turísticas en los dos últimos años alrededor del mundo y se calcula que el 36% del turismo se hospeda en este tipo de alojamientos.

La vivienda turística ofertada inicialmente dentro de la economía colaborativa y del denominado *peer to peer*³⁴, ha tenido una evolución en los centros urbanos en la última década de continuo ascenso en oferta y demanda. Cuestiones como la reducción de costes del transporte aéreo, la salida de la crisis y la atracción de España como destino turístico por motivos de inseguridad en países como Egipto o Turquía ha dado lugar a que el número de turistas que se desplazan a nuestro país haya aumentado en los últimos años. Este turista cada vez en mayores ocasiones viaja diseñando él mismo su propio «paquete turístico» y tiende a elegir productos y servicios ofrecidos en cualquier lugar del

³⁴ *Peer to peer*, término anglosajón que puede traducirse como «entre pares» o «de igual a igual».

planeta gracias a las plataformas virtuales. El caso de la vivienda turística es uno de los ejemplos de mayor crecimiento dentro del sector turismo y en particular los centros urbanos e históricos europeos y como especial muestra Barcelona, Madrid o Málaga y sus barrios del centro histórico.

En el año 2017 han sido al menos veintidós ciudades españolas en las que el número de plazas de vivienda turística supera al de alojamiento tradicional en hoteles u hostales según Exceltur³⁵. España es el país europeo que se sitúa en el tercer puesto en oferta de vivienda turística, con unas 450.000 viviendas. Un negocio de particulares/propietarios de viviendas a particulares/turistas con una primera eclosión en los años cercanos a la crisis mundial de 2008, ha sido transformado en un producto económico de primer orden en manos de empresas multinacionales y operado por portales informáticos como Airbnb o HomeAway.

Las consecuencias de este proceso han sido principalmente dos:

- Destinar las viviendas de alquiler para vecinos hacia el destino turístico.
- La subida del precio del alquiler motivado por la nueva fórmula de renta por días o temporadas cortas para alojamiento de turistas.

La velocidad de esta evolución ha sido mayor a la de su regulación legislativa, dando lugar a la implantación de un gran número de vivienda turística en centros históricos y barrios limítrofes que no se encuentran reguladas o no son tenidas en cuenta como actividad económica y que ya están compitiendo claramente con la oferta regulada de hoteles y afectando a la recaudación impositiva lo que a la larga puede afectar al denominado estado del bienestar.

Con respecto a la primera cuestión debemos tener en cuenta situaciones como el alto porcentaje de vivienda turística en relación a vivienda residencial en ciertos barrios o distritos de nuestras ciudades. A modo de ejemplo en medidas para control de las viviendas con fines turísticos (VFT) el Ayuntamiento de la ciudad de Barcelona ha determinado «zonificar» los distintos barrios del Centro estableciendo diferentes tipos de restricción sobre las viviendas turísticas. Una falta de normativa específica y actualizada junto con el aumento progresivo y acelerado del número de viviendas turísticas ha dado lugar a que existan en nuestro país hasta 17 normativas regionales diferentes para este sector, generando una importante disfuncionalidad legislativa que puede producir fuertes impactos en las ciudades o autonomías con legislación más laxa.

³⁵ Exceltur, Asociación de empresas turísticas como cadenas de hoteles, líneas aéreas, etc. Disponible en <<https://www.exceltur.org/>>

A nivel nacional la Ley de Arrendamiento Urbano de 2013³⁶ reconoce que «en los últimos años se viene produciendo un aumento cada vez más significativo del uso del alojamiento privado para el turismo, ...» (Preámbulo II) pero excluye la vivienda turística de su regulación en esta reforma de la Ley propuesta y que sea la normativa sectorial específica o el régimen de alojamientos de temporada la que se aplique a este tipo de alojamientos. Con lo que deja en manos de las Comunidades Autónomas su regulación.

En Andalucía el Decreto 28/2016, de 2 de febrero, y publicado en el *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA)* n.º 28, de 11 de febrero de 2016, se recoge la competencia exclusiva que posee la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de turismo, según el artículo 71 del Estatuto de Autonomía³⁷ y en el artículo 37.1.14 se considera un principio rector de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico como elemento económico estratégico de Andalucía³⁸. La argumentación del aumento del alojamiento privado para el turismo en el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 hace que sea necesario la creación de normativa específica de la vivienda turística en Andalucía, cuestión que quedó excluida de la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas. Así el objeto de este Decreto 28/2016 de la Junta de Andalucía es «regular las viviendas que ofertan el servicio de alojamiento turístico a fin de establecer las mínimas garantías de calidad y seguridad para las personas usuarias turísticas». Gran importancia la de protección de seguridad ciudadana contemplada en este Decreto de la Junta haciendo ver la necesidad de garantizar la misma pues da por hecho que el alojamiento de turismo en vivienda particular dispersa en centros urbanos y sus barrios incide en el devenir diario de la población residente y debe ser tratada con rigurosidad. Así, en el artículo 25 de la Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección ciudadana se establece la obligación del registro documental e información sobre los viajeros que utilicen establecimientos de hospedaje. Con lo que traslada la obligatoriedad general establecida a todo tipo

³⁶ BOE A-2013-5941 Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas.

³⁷ BOE A-2007-5825-consolidado. Estatuto de Autonomía de Andalucía. «Artículo 71. Turismo. Corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, en todo caso: la ordenación y la planificación del sector turístico; la regulación y la clasificación de las empresas y establecimientos turísticos y la gestión de la red de establecimientos turísticos de titularidad de la Junta, así como la coordinación con los órganos de administración de Paradores de Turismo de España en los términos que establezca la legislación estatal; la promoción interna y externa que incluye la suscripción de acuerdos con entes extranjeros y la creación de oficinas en el extranjero; la regulación de los derechos y deberes específicos de los usuarios y prestadores de servicios turísticos; la formación sobre turismo y la fijación de los criterios, la regulación de las condiciones y la ejecución y el control de las líneas públicas de ayuda y promoción del turismo».

³⁸ Junta de Andalucía. BOJA n.º 28 <<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/28/6>>

de alojamiento como hoteles u hostales también a los propietarios de vivienda turística, debiendo cumplimentar estos un libro-registro y emitir los partes de entrada de viajeros según establece la Orden INT/1922/2003, de 3 de julio³⁹ del Ministerio de Interior.

Según datos recogidos en el portal Argos de la Junta de Andalucía correspondientes al año 2016 cuando se puso en marcha el Registro Andaluz de Viviendas Turísticas, la Comunidad Autónoma de Andalucía concentra el mayor número de vivienda turística en España; Sevilla y Málaga las ciudades donde existe más concentración de ellas. Con la creación de este Registro se consigue, debemos decir que en parte, el afloramiento de un tipo de negocio irregular ya existente. Hay que tener en cuenta que ya existía sobre todo alquiler de vivienda turística de tipo rural para fines de semanas y vacaciones en zonas de interés natural o cultural, siendo en muchos casos una actividad no declarada.

El requisito que se ha marcado en Andalucía de tiempo máximo de alquiler es de dos meses al año para que se considere vivienda turística y varía en otras CCAA españolas, al igual que otros aspectos que cada Comunidad ha regulado de forma diferente.

Según José Félix Riscos Gómez, Director del Departamento de Estudios y Promoción de la Competencia de la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía en su Presentación en las IV Jornadas de Economía y Derecho de la Competencia celebradas en el Aula de Grados de la Facultad de Derecho de la Universidad de Málaga⁴⁰, en diciembre de 2017 y titulada «*La Economía Colaborativa y el turismo: La regulación de las viviendas turísticas en Andalucía*», desde la entrada en vigor del Decreto 28/2016, los propietarios de más de 35.000 Viviendas con Fines Turísticos han presentado su declaración responsable, lo que supone 160.000 plazas en Andalucía. Riscos Gómez expone una serie de cuestiones como que el sector de las VFT sigue experimentando crecimientos significativos en el año 2017; se confirma que las VFT y los alojamientos tradicionales (hoteles y hostales y otros) ofrecen servicios cualitativamente distintos, por lo que existe cierta complementariedad entre ambos; los turistas extranjeros en las VFT tienen estancias más largas y con mayor gasto medio, con importante efecto económico similar a las exportaciones; y que el fenómeno de las VFT tiene mayor impacto en la economía local que el alojamiento tradicional.

³⁹ BOE n.º 165, Ministerio de Interior <<https://www.boe.es/boe/dias/2003/07/11/pdfs/A27179-27181.pdf>>

⁴⁰ UMA IV Jornadas de Economía y Derecho de la Competencia. Málaga, diciembre 2017. <https://www.uma.es/facultad-de-derecho/navegador_de_ficheros/ultimas-noticias/descargar/programa-iv-jornadas-ecnomomia-y-derecho-de-la-competencia.pdf>

Con referencia a la segunda consecuencia del aumento de las VFT, la subida de los precios del alquiler ha supuesto un obstáculo más para los residentes en vivienda de alquiler que en un alto porcentaje se han visto rechazados por sus arrendatarios y no renovados sus contratos de alquiler de larga duración o en otros casos subidas del precio del alquiler de forma inasumible. A pesar de ello los estudios de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con respecto a la vivienda turística y publicado con fecha 19 de julio de 2018 desvinculan las subidas de los precios de vivienda de alquiler o de compra con la proliferación de las viviendas turísticas. Según el Informe de la CNMC *«no existe evidencia concluyente, pues si bien se ha registrado un aumento generalizado de los precios de la vivienda en España en los que cabría incluir el uso turístico, pero es difícil discernir en qué medida han contribuido cada uno de esos factores. Así, no existe evidencia de una relación directa y exclusiva entre la oferta de viviendas turísticas y el precio de las viviendas»* (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Informe: E/CNMC/003/18 Estudio sobre la Regulación de las viviendas de uso turístico en España. 2018. p. 9).

Otro aspecto que se recoge en el informe es la no necesidad de «restricciones de tipo urbanístico» para la creación de vivienda turística *«La CNMC considera que carece de justificación económica determinar mediante el planeamiento urbanístico dónde puede establecerse una vivienda de uso turístico o cuál es el número de viviendas turística que tiene que haber en un área determinada.»* (Comisión. Nacional de los Mercados y la Competencia. Informe: E/CNMC/003/18 Estudio sobre la Regulación de las viviendas de uso turístico en España. 2018. p. 48).

La normativa europea de la vivienda turística se fundamenta no ya en un control de la misma y de su aumento en zonas urbanas sino en restricciones de tiempos de alquiler y de inscripción de las mismas en los registros de vivienda turística. Esta laxa normativa en España parte de la base de que la vivienda turística no es sino una vivienda familiar que es alquilada para su uso turístico una porción reducida de días del año y que sigue manteniendo su carácter de vivienda habitual. No existe por tanto obligación para el propietario de la vivienda darse de alta como empresa para este fin.

Las SOCIMI⁴¹ Sociedades Cotizadas Anónimas de Inversión en el Mercado Inmobiliario se han impulsado desde 2013, etapa del Ministro Cristóbal Montoro, con unas condiciones fiscales muy favorables y que ocupan los pri-

⁴¹ *Cinco Días* «Las cuatro grandes socimis ya controlan 30.000 millones en inmuebles» <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/08/07/companias/1533663960_560101.html>

meros puestos en el sector inmobiliario. Uno de estos beneficios es no tener la obligación de presentar el Impuesto de Sociedades, a cambio deben repartir parte de sus ganancias entre los socios y estar presentes en cotización en Bolsa. Las SOCIMI se dedican principalmente al alquiler de sus propiedades inmobiliarias para oficinas, bancos, centros y locales comerciales.

En algunos aspectos de la denominada economía colaborativa se practica la elusión fiscal, eludes la fiscalidad no la evades. La elusión fiscal es cualquier acción, en principio por vías legales, que persigue evitar o minimizar el pago de impuestos. Constituye una forma de planificación fiscal agresiva, en la que el interesado aprovecha vacíos legales para obtener ventajas no previstas por la normativa tributaria. Podemos concretar que se trata de una fórmula empleada para tributar la menor cantidad de impuestos por nuestro negocio o negocios sin llegar a la ilegalidad⁴².

La cuestión de la subida del precio de la vivienda de alquiler en los centros urbanos es una característica común en ciudades como Madrid, Barcelona, Málaga, pero también en ciudades europeas como Ámsterdam, Viena o Berlín. En el caso de Berlín su gobierno municipal propone municipalizar los edificios que se encuentran vacíos para ponerlos en alquiler con un control de precios asequibles para residentes de la ciudad. A pesar de estas propuestas los precios de los alquileres de Berlín no han dejado de subir desde la salida de la crisis de 2008 y la segregación por motivos económicos en cuestión de vivienda se acentúa debiendo la población desplazarse a barrios periféricos donde poder encontrar un alquiler asequible.

¿Y qué podemos decir al respecto del empleo en el sector de la vivienda con fines turísticos? Los datos al respecto de la necesidad de personal en negocios de hostelería es que si por cada 100 plazas de alojamiento en un hotel de 4 estrellas es necesario una media de 26 personas para su atención; en un hotel de 3 estrellas rondan los 19 empleados de media. En los alojamientos de viviendas turísticas se calcula que por cada 100 plazas son necesarias 2,2 personas para su atención que consiste en la recepción y entrega de llaves y la despedida y recogida de llaves con posterior limpieza de la vivienda.

Sería necesario poner en marcha propuestas como la zonificación urbana y estipular unos máximos de VFT por zonas o calles; máximo de días anuales que puedo destinar mi vivienda habitual a alquiler turístico; focalizar la actividad en edificios de uso exclusivo, edificios completos para VFT; aplicar una

⁴² Eleconomista.es. Artículo de José M.ª Peláez Martos, Inspector de Hacienda. <<https://www.eleconomista.es/firmas/noticias/9200533/06/18/Formas-legales-para-no-pagar-impuestos.html>>

tasa para la vivienda turística que repercute en el mantenimiento y mejora de los barrios y en la atención a la calidad de vida de los residentes de la zona.

En una visión general ¿qué pasos se están avanzando dentro del contexto español? Podemos marcar una serie de medidas con intención correctora que minimice el impacto de la VFT en el municipio y en la ciudadanía. Como ejemplo, la ciudad de Barcelona, el 6 de marzo de 2017 con su Plan Especial de Uso Turístico⁴³, divide la ciudad en cuatro zonas; la zona 1 corresponde al Casco Antiguo y no se permiten más VFT; la zona 2 son barrios históricos que envuelven la zona 1 y donde sólo se permitirán nuevas licencias de VFT si se produce alguna baja de las existentes; la zona 3 son barrios que envuelven la zona 2 y fueron resultado de proyectos urbanísticos posteriores al Ensanche Cerdá de 1855 y la presencia de VFT es media-baja; la zona 4 incluye barrios con muy baja presencia de VFT con menos de 100 plazas de alojamiento de este tipo y donde no hay limitación municipal. En 2017 según su Ayuntamiento existen 9.657 viviendas turísticas en la ciudad de Barcelona. En la ciudad de Madrid en agosto de 2018 se puso en marcha el Plan Especial de Implantación de uso de hospedaje (Expediente n.º 135/2018/00678)⁴⁴ y que divide la capital en cuatro zonas según la presencia de vivienda con fines turísticos. En Palma de Mallorca a 1 de julio de 2018 se prohíben los pisos turísticos. En Valencia se limitan los días máximos al año de uso turístico para las viviendas según qué barrios entre 1 a 3 meses. En la ciudad de San Sebastián se realiza zonificación y se marca un máximo del 15% de pisos turísticos.

En la provincia de Málaga en mayo de 2018 existían 19.796 viviendas en el Registro de Vivienda con Fines Turísticos de la Junta de Andalucía lo que supone unas 100.000 plazas de alojamiento. Se calcula que al menos el 50% de ellas en Málaga capital. No existe restricción por parte del gobierno municipal ante el aumento de VFT e incluso no está clara en muchos casos la figura de actividad económica o no, ni la obligación de tributar si se alquila menos de 30 días al año. La afluencia de turismo en Málaga capital en fines de semanas y fiestas genera aglomeraciones humanas, aumento de contaminación acústica y medioambiental por el aumento en la producción de residuos. El Ayuntamiento de Málaga debe organizar campañas especiales de recogida de basuras y limpiezas de las calles principales del Centro de Málaga, además del

⁴³ Barcelona el 6 de marzo de 2017 con su Plan Especial de Uso Turístico <<https://ajuntament.barcelona.cat/ecologiaurbana/es/con-quien-lo-hacemos/participacion-ciudadana/alojamientos-turisticos>>

⁴⁴ Ayuntamiento de Madrid <<https://transparencia.madrid.es/portales/transparencia/es/Medio-ambiente-y-urbanismo/Urbanismo/Planeamiento-urbanistico/Plan-Especial-de-regulacion-del-uso-de-servicios-terciarios-en-la-clase-de-hospedaje/?vgnextfmt=default&vgnextoid=b71cbc8d3c9f4610VgnVCM1000001d4a900aRCRD&vgnnextchannel=eac9508929a56510VgnVCM1000008a4a900aRCRD>>

obligado refuerzo en vigilancia por Policía Municipal y Nacional para cubrir la masiva llegada de turistas y visitantes. Con fecha 23 de julio de 2019 en artículo del diario *SUR*⁴⁵ se nos expone las posibles medidas que se plantea tomar el Ayuntamiento de Málaga ante la presencia de vivienda con fines turísticos en la capital malagueña, su zonificación y correcta regulación para el período 2020-2030.

El Ayuntamiento de Málaga con el gobierno del Partido Popular y el apoyo del grupo municipal de Ciudadanos propuso declarar, el verano de 2018, todo el municipio de Málaga Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT). Según la normativa de Comercio a día de hoy cualquier empresa PYME con una superficie menor a los trescientos metros cuadrados de superficie comercial tiene libertad de apertura los días festivos que desee en el año. Con la medida propuesta, además cualquier Centro Comercial del municipio de Málaga puede elegir abrir o no los festivos. Esta declaración supondría una clara competencia, ya no solo en Málaga capital sino en todo el municipio de los centros comerciales con el pequeño negocio de interior que quedarían ante la tesitura de abrir en festivos o dejar de vender, pues los grandes negocios comerciales serían los que se llevasen las ventas de los días festivos.

La Asociación de consumidores FACUA Málaga rechaza la ampliación de declaración ZGAT para el término municipal de Málaga. En su web con fecha 26 de septiembre de 2018⁴⁶ expone que *«FACUA Málaga se ha posicionado en contra de esta propuesta de ampliación del ZGAT a todo el término municipal. En la actual composición de la oferta comercial en Málaga existe un equilibrio entre el formato de la gran superficie, con sus características propias, y el mediano y pequeño comercio que también posee sus propias singularidades»*.

En el artículo publicado en el diario *SUR* el día 11 de diciembre de 2018⁴⁷ se nos informa que el Alcalde de Málaga Francisco de la Torre presenta al Foro de Turismo⁴⁸ el balance turístico del año con un crecimiento del 12% de visitantes y un aumento de la rentabilidad hotelera del 7%. El informe recoge los datos de la temporada turística en Málaga hasta octubre de 2018.

⁴⁵ Diario *SUR* <<https://www.diariosur.es/malaga-capital/ayuntamiento-quiere-limitar-20190723160931-nt.html>>

⁴⁶ FACUA Málaga. Disponible en <<https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=13205>>

⁴⁷ <<https://www.diariosur.es/turismo/malaga-supera-primer-a-2018121114926-nt.html>> Diario *SUR*. Fecha de consulta 09.12.2018.

⁴⁸ Foro de Turismo de Málaga, Málaga Turismo. Disponible en <<http://www.malagaturismo.com/es>>

3. CONCLUSIÓN Y PROPUESTAS

Tras el estudio de la actividad turística en el Centro de Málaga y su posible afectación en la vida diaria de los residentes en el mismo debemos proponer una serie de medidas como diversificar la oferta turística, consolidar el turismo de experiencia⁴⁹ con base en un turismo sostenible, romper la estacionalidad turística y combinar diferentes segmentos son algunas propuestas para intentar minimizar el impacto del turismo en la capital malagueña. Debemos considerar que dentro de las campañas puestas en marcha por Turismo Málaga estas cuestiones han sido lemas o parte de sus iniciativas pero, debemos cuestionarnos si la fórmula aplicada ha buscado realmente la consecución de la idea inicial o simplemente estamos ante campañas de marketing para limpiar la imagen del negocio del turismo de masa o de bajo coste.

Hay sectores del turismo de bajo impacto que podrían ponerse en marcha en Málaga capital. A pesar de que existe una presencia del denominado turismo azul que incluye actividades relacionadas con los recursos turísticos marinos como buceo, *snorkel*, visitas a la costa, en kayak a sus cuevas, este tipo de turismo se debería plantear como una fórmula de desarrollo local y de protección del medio ambiente marino en nuestra provincia. Además de la necesidad de poner en valor zonas de altos valores paisajísticos y ofrecer actividades turísticas consecuentes con la naturaleza y con la riqueza marina aún existente.

El turismo botánico sería un muy interesante atractivo para nuestra ciudad y como muestra en su capital dos joyas que no se han puesto lo suficientemente en valor: el Parque de Málaga⁵⁰ y el Jardín Botánico Histórico la Concepción⁵¹. Ambos ejemplos son resultado de las inquietudes de la burguesía de mediados del siglo XIX, por cuestiones como el embellecimiento de sus villas y residencias en Málaga.

Otro aspecto poco conocido de Málaga capital es su riqueza ornitológica. Enclave privilegiado para las aves de paso entre el continente europeo y África, además de lugar de invernada de aves insectívoras que pasan inadvertidas en los parques y jardines de la ciudad. David Lindo nos muestra en

⁴⁹ Turismo de experiencias como un tipo de turismo, producto turístico debemos entender, alejado del turismo de masas donde el turista interactúa con el entorno, paisaje, la cultura, etc. Noticias de «turismo de experiencias» en Hosteltur <https://www.hosteltur.com/tag/turismo-de-experiencias>

⁵⁰ Diputación de Málaga. El Parque de Málaga. <http://www.malaga.es/es/turismo/naturaleza/lis_cd-3688/parque-malaga>

⁵¹ Diputación de Málaga. Jardín Botánico Histórico la Concepción <http://www.malaga.es/es/turismo/naturaleza/lis_cd-3692/cnl-93/jardin-botanico-historico-concepcion>

su vídeo de turismo ornitológico la ciudad de Málaga. Es un ejemplo de propuesta de turismo de bajo impacto y no estacional pues las mejores épocas del año para observación de aves en Málaga son los meses de octubre a febrero⁵². En los últimos años este modelo de turismo ornitológico ha crecido en gran medida y son países como Reino Unido, donde existen alrededor de diez millones de ornitólogos adscritos a sociedades ornitológicas y con un nivel económico medio alto, región potencial de origen de un turismo consecuente con el medio ambiente y preocupado por los problemas de contaminación y masificación que podría ser atraído hacia los espacios naturales de Málaga y provincia. En la zona oeste de Málaga tenemos el Paraje Natural de la Desembocadura del Guadalhorce, zona húmeda de alta riqueza ornitológica y botánica que podía ser orientada al turismo ornitológico de grupos pequeños de turistas del norte de Europa muy interesado en este tipo de turismo y que se sitúa dentro de la poblacional de medio y alto poder adquisitivo. Para ello se debería destinar un mayor cuidado y vigilancia en la zona para evitar la acumulación de residuos urbanos y para evitar la molestia a la fauna salvaje.

Fomentar una planificación y una ordenación del turismo en Málaga capital impulsando zonas como Málaga Oeste, Distrito Carretera de Cádiz, donde la carga turística es menor que en el Distrito Centro y donde está ubicada la antigua Tabacalera que incluye el Museo San Petersburgo y el Museo del Automóvil. El edificio de la Térmica donde se desarrollan actividades culturales y exposiciones durante todo el año organizados por Diputación de Málaga donde se podría fomentar en mayor medida actividades culturales y patrimoniales. Todo ello es un atractivo para el turismo cultural e incluso idiomático que podía implementarse desde el Ayuntamiento o desde la Diputación de Málaga. Estamos en la certeza de que Málaga reúne un amplio conjunto de características históricas, culturales y antropológicas que la encuadraran dentro de las ciudades Patrimonio de la Humanidad, reconocimiento que concede ICOMOS (UNESCO). A pesar de ello Málaga no se ha beneficiado de él y son muchas las voces que proponen reconsiderar la cuestión en la actualidad.

La capital malagueña ha sufrido claramente un proceso de gentrificación desde finales de los años ochenta del pasado siglo; barrios en estado de abandono como la Trinidad, el Perchel, el Bulto, la zona de Ensanche Heredia o ciertas calles de la zona Centro Histórico como calle Beatas o calle Carretería

⁵² David Lindo.»The urban birding experience in Malaga» <<https://www.youtube.com/watch?v=4WctZkvevGg>>

se han transformado en barrios para población con alto nivel adquisitivo. El siguiente proceso, el de turistificación, está más que presente en la capital malagueña y como hitos de máxima importancia los de peatonalización de calle Larios, Granada y Alcazabilla y el entorno Catedral. La implantación de importantes museos de arte en la capital malagueña desde los inicios de este siglo y la transformación del Puerto de Málaga en los últimos años en puerto turístico de primer orden, han hecho de Málaga capital una ciudad con una alta orientación al sector del turismo. Debemos entender que el turismo en las últimas décadas y sobre todo desde la salida de la crisis económica de 2008 se ha transformado en un negocio de primera magnitud y su impacto sobre el planeta y sobre nuestras ciudades es muy elevado. Los recursos que necesita el turista superan en proporción a los que necesita la población residente, ya sea en consumo de agua, alimentación o energías para su alojamiento y desplazamiento. Su impacto sobre la población residente repercute positivamente en la generación de negocio y empleo, pero debemos entender que cuando la capacidad de carga de una ciudad, región o nación ha sido superada los efectos negativos deben ser tenidos en cuenta. Los ingresos económicos del negocio turístico no han repercutido de forma equitativa en los empleados del sector y un alto porcentaje de este beneficio pasa a manos de empresas instaladas en otras regiones e incluso en otros países diferentes al nuestro. Además de las situaciones que hemos podido ver durante la realización de este estudio de investigación sobre cuestiones de ruido, suciedad, pérdida de identidad cultural de la población receptora, debemos admitir como una cuestión de gran importancia la elevación de los niveles en precios de productos de consumo y de viviendas de alquiler y de propiedad que afectan al residente de zona turística.

La turistificación de la ciudad de Málaga se ha expandido por todos los barrios del centro histórico. La privatización y la pérdida de identidad de los espacios de vida cotidiana están cada vez más adaptados a una funcionalidad económica orientada al turismo y alejada del uso público de la población residente. Como continuación de tal efecto sobre los barrios del Centro encontramos en otros Distritos de Málaga capital como el Distrito Este, zonas de Pedregalejo y el Palo, subidas en precios de viviendas de propiedad y de alquiler por la expulsión hacia estas zonas de la población procedente del Centro Histórico. Es en estos Distritos del anillo del Centro Histórico donde las nuevas familias deben establecer su residencia habitual, como resultado de ello el aumento del tráfico rodado hacia el Centro de Málaga ya sea hacia los puestos de trabajo o para diferentes gestiones.

El modelo de turismo que se ha implantado en la capital malagueña en los diez últimos años es insostenible, además de lo expuesto anteriormente debemos formarnos realmente una opinión al respecto de la contaminación que produce la llegada de millones de turistas cada año a la ciudad de Málaga. Turismo que en un 75% accede a través de los medios de transporte que generan mayor contaminación y poseen mayor huella ecológica como son el transporte aéreo vía Aeropuerto Pablo Ruiz Picasso y la llegada de cruceros al Puerto de Málaga. A pesar de las alertas que se vienen produciendo desde los principales organismos públicos y privados a escala mundial sobre el problema del cambio climático por el calentamiento global y la contaminación que llega hasta zonas remotas no habitadas como el Ártico, el negocio del turismo es más poderoso que todos estos avisos y son cada vez más frecuentes las situaciones catastróficas que se producen en el planeta Tierra en la actualidad. El modelo de viajes debe cambiar y orientarlo hacia apuestas de turismo local y regional, transportes menos dañinos con el medio ambiente como el tren, transportes colectivos o vehículos eléctricos que deberían pasar a ser los principales vehículos elegidos para nuestros desplazamientos turísticos. La autenticidad de una ciudad o una provincia deberían ser la fórmula propuesta que haga el destino turístico diferente y único. Alejarnos de lo *standard* y de las ciudades temáticas igualadas por diseños urbanos que abandonan su tradición histórica o minadas por macro proyectos genéricos que se implantan en cualquier ciudad en cualquier lugar del mundo y que a medio o largo plazo hará que pierda su identidad. Debemos implicarnos e implicar a los entes políticos y económicos en una defensa del discurso histórico y cultural veraz y preciso. Las ciudades son de los que las habitan y debemos ser los ciudadanos a los que nos guste nuestra ciudad. Málaga como ciudad mediterránea posee una identidad y una diferenciación derivada de la mezcla de culturas de pueblos y personas que han viajado a la zona de forma casual y han decidido quedarse a vivir por diferentes motivaciones pero, principalmente por la espléndida calidad de vida que se ha podido disfrutar en nuestra ciudad. Las características que definen una ciudad mediterránea son su gastronomía en primer lugar; y en segundo lugar su cultura y su diseño urbano. Antes de que sea irremediable lo inevitable e inhabitable el Centro de Málaga debemos tener en cuenta las quejas y denuncias vecinales que nos alarman sobre la imposibilidad de sus habitantes de realizar su vida diaria en la ciudad.

4. BIBLIOGRAFÍA

- ARCAS CUBERO, F., GARCÍA SÁNCHEZ, A. (1980): «Los orígenes del turismo malagueño. La Sociedad propagandística del clima y embellecimiento de Málaga». Revista *Jábega*, n.º 32. Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga.
- AROSTEGUI SÁNCHEZ, J. (2001): *La investigación Histórica: Teoría y Método*. Barcelona, Ed. Crítica, pp. 42-51.
- BARRIONUEVO SERRANO, M. R. (2012): *Málaga, Urbanismo y Arquitectura*. Catálogo de Documentos del Archivo Histórico Municipal de Málaga. Málaga, Ayuntamiento de Málaga
- BARRIONUEVO SERRANO, M. R., y MAIRAL JIMÉNEZ, M. C. (2007): *Mapas, Planos y Dibujos del Archivo Municipal de Málaga*. Vol. 1, Málaga, Ayuntamiento de Málaga.
- BOVE, E. (2019): «El uso de la propiedad», *Revista Crítica Urbana*, n.º 4. A Coruña, La Propiedad.
- CAÑEDO RODRÍGUEZ, M. (2011): «Discursos vecinales sobre la inseguridad ciudadana y políticas de Rehabilitación Urbanística: El caso de los “antiguos vecinos” y la ARI-Lavapiés (Madrid) desde una perspectiva antropológica». Barcelona. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales Script a Nova. Universidad de Barcelona. Vol. XV, n.º 385. Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-385.htm>
- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA (CNMC). E/CNMC/003/18 (2018): *Estudio sobre la Regulación de las viviendas de uso turístico en España*. Disponible en <https://www.cnmc.es/expedientes/ecnmc00318>
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA (CEM) (2018): «Informe Socio Económico de la provincia de Málaga 2017/2018». CEM Málaga.
- CRUZ RUIZ, E. (2018): «La Turistificación de los centros urbanos». Facultad de Comercio y Gestión. Universidad de Málaga. Ponencia impartida dentro del Curso de Verano «El modelo de ciudades turísticas a debate. Seguridad, Turistificación y Marca Territorio». UNIA, Málaga.
- GONZÁLEZ PÉREZ, J. M., NOVO-ALVÁREZ, M. (2018): «Dinámicas urbanoturísticas en el Centro Histórico de Palma (Mallorca). De la vulnerabilidad a la Gentrificación». Libro de Actas XVI Coloquio Ibérico Geografía. 5-7 Nov. Lisboa. La Península en el Mundo: Problemas y desafíos para una intervención activa de la Geografía. pp. 59-70. Centro de Estudios Geográficos de la Universidad de Lisboa.
- HERNÁNDEZ PEZZI, C. (2018): *Turismo: ¿Truco o trato? Políticas públicas para el turismo de masas*, Barcelona, Catarata.
- LOZADA, A.D. (2018): «El peregrinar termodinámico de los turistas de crucero por el centro histórico de la ciudad de Málaga». Málaga. Congreso I Internacional Turismo Transversal y Paisaje. TOURISCAPE. Actas. Torremolinos, pp. 39-52.

- MORADIELLOS, E. (1994): *El Oficio del Historiador*. Madrid. Ed. Siglo XXI de España.
- OBLARE MUÑOZ, N. (2015): «Análisis del Turismo de cruceros de Málaga y sus puertos competidores». Málaga. Trabajo Fin de Máster dirigido por el Profesor D. Rafael Cortés Macías. Facultad de Turismo. RIUMA. Universidad de Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8728>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO OMT. (2016): «El Turismo y los Objetivos del desarrollo sostenible». UNWTO. Madrid <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>
- (2018). «Panorama OMT del turismo internacional». UNWTO. Madrid <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- OZOMEK, A. (2017): «Cultura, Turismo y Desarrollo Local: el modelo de Málaga a debate. El crecimiento turístico y cultural de Málaga... ¿un desarrollo sostenible?». Málaga, Colectivo en Defensa del Patrimonio Histórico de Málaga. UNIA
- PARDO ABAD, C. J. (2013): *Territorio y Recursos Turísticos. Análisis Geográficos del Turismo en España*. Madrid, Editorial Universitaria Ramón Areces – UNED.
- PÉREZ LÓPEZ, E. «Guía Oficial de Málaga. Indicador del Comercio y la Industria. Año 1909». Biblioteca virtual de la provincia de Málaga.
- REINA ESTÉVEZ, J. (2015): «La propaganda del clima en el Diario la Unión Mercantil (1887-1897): el origen del turismo malagueño». *Revista de Análisis Turístico*, n.º 19, 1.º Semestre, pp. 23-32. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Castellón de la Plana.
- RUIZ CHASCO, S. (2018): «Proximidad policial y desigualdad social: Una aproximación a la construcción de la inseguridad en el centro de Madrid». *Encrucijadas, Revista crítica de Ciencias Sociales*. Vol. 16.
- RUIZ ROMERO, E., CRUZ RUIZ, E. (2018): Centro de Estudios Andaluces. Grupo de Investigación problemas de la ciudadanía. Junta de Andalucía SUDJIC D. (2009): *La arquitectura del poder*. Barcelona.
- VILA GONZÁLEZ, M. I. (2016): *Un siglo en doce meses. Siglo XVI. Málaga Documentos del Archivo Histórico Municipal de Málaga*. Ayuntamiento de Málaga.
- ZÁRATE MARTÍN, M. A. (2006): «Medio siglo de cambio en los centros urbanos españoles». Madrid. *Revista Estudios Geográficos*, XVII, 260, pp. 283-315. CSIC.
- ZÁRATE MARTÍN, M. A. y GARCÍA FERRERO, A. (2017): «Los museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje». *Arbor*, 193 (785), julio-septiembre 2017, a401 <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2209/3041>
- ZÁRATE MARTÍN, M. A. y RUBIO BENITO, M. T. (2011): *Paisaje, Sociedad y Cultura en Geografía Humana*. Madrid, Ed. Ramón Areces, UNED.
- Madrid. *Fundamentos de Geografía Humana*. Ed. Ramón Areces, UNED.

RESUMEN

PROCESOS ACTUALES DE TURISTIFICACIÓN EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

Trabajo de investigación donde se analizan procesos que estudia la Geografía Humana en sus aspectos de Geografía Urbana, encuadrándonos en los cambios producidos en las tendencias del turismo en los últimos diez años, aproximadamente desde la salida de la crisis financiera de 2008 hasta la actualidad y cómo ha afectado ello al Centro Histórico de Málaga y a sus habitantes. Cómo la creación de plataformas virtuales que acogen ofertas y demandas de la denominada economía colaborativa ha incidido en el turismo urbano. Cómo este tipo de turismo que ha ido en aumento ha afectado a diferentes ciudades, a sus residentes, a su diseño urbano y a su paisaje cultural urbano. Marcándonos las cuestiones de la existencia o no de gentrificación y turistificación en el Centro de Málaga.

Palabras clave: Ciudad, Málaga, Turismo, Gentrificación, Población residente.

ABSTRACT

CURRENT TOURISM PROCESSES IN THE CITY OF MÁLAGA

Research work is specifically on the processes studied by Human Geography in its aspects of Urban Geography, fitting into the changes produced in tourism trends in the last ten years, approximately from the end of the 2008 financial crisis to the present. How the creation of virtual platforms that host offers and demands of the so-called collaborative economy has had an impact on urban tourism. How this type of tourism that has been increasing has affected different cities, also to the residents, their urban design and their urban cultural landscape. Making a critical study on the impact of tourist rental housing on the daily life of residents of the city of Málaga.

Key words: City, Málaga, Tourism, Gentrification, Resident population.