

Los cruceristas le ponen un notable alto a Málaga

Valoran positivamente la seguridad o la limpieza y piden mejorar la flexibilidad horaria de los comercios

Ángel Recio



Málaga se ha puesto de moda como ciudad de cruceros y cada año llegan a la capital numerosas embarcaciones, cada cual más grande, con miles de pasajeros a bordo. Los propios turistas se han convertido en una atracción más para este destino, poblando las

calles del centro con sus cámaras fotográficas, su ropa veraniega haga el tiempo que haga y con alguna compra. Vienen, ven y se van. Es obvia su importancia y a lo largo de estos años se han realizado encuestas para conocer qué quieren y cuál es su grado de satisfacción, pero ayer se presentó un estudio más pormenorizado realizado por la profesora de la Universidad de Málaga Elena de los Reyes. Son muchas las conclusiones que se pueden extraer de este informe pero, a grandes rasgos, se puede afirmar que el turista de cruceros está contento con Málaga. De hecho, le pone un notable alto.

En el documento se analiza qué imagen tienen de Málaga, cuál es su grado de satisfacción con este destino y su índice de fidelidad. En el primer aspecto, la nota media es de 5,75 sobre 7 puntos, por lo que es alta. Lo que más aprecian los turistas es, curiosamente, la limpieza -solo suelen visitar el centro histórico-, así como la seguridad, las vistas y la facilidad de acceso (en este último caso no es difícil porque van desde el barco en autobús hasta la entrada del puerto y enganchan con calle Larios). Todos los parámetros estudiados tienen una calificación alta, pero de lo que más se quejan es de la relación calidad-precio del destino y de la capacidad de adaptación de los comercios a los horarios en los que pasean los cruceristas. "Aún se debe seguir trabajando para mejorar la flexibilidad horaria, que para los turistas de cruceros no es suficientemente atendida, quizás porque algunas de sus escalas se efectúan en fines de semana y días de fiesta y ahí deben estudiarse mejores opciones para facilitar el acceso a

las compras en el centro histórico", expone la autora del informe. El Ayuntamiento impulsó un programa para que los comercios abrieran los días que vienen cruceros y cada vez hay más movimiento, aunque aún se mantiene la prohibición por parte de la Junta de Andalucía de que los comercios de más de 300 metros cuadrados puedan abrir los domingos y festivos sin limitaciones.

A los cruceristas les gusta dar un paseo, visitar algún museo y, sobre todo, comprar y comer bien. Lo normal cuando apenas se va a estar unas horas en una ciudad. Su gasto medio por persona es de 40 euros, una cantidad no demasiado elevada, aunque De los Reyes asegura que es un turista de alto standing y que busca grandes firmas. En este sentido, ve necesario que haya tiendas más exclusivas en el centro de la ciudad y subraya que hay una falta de conexión, precisamente, con los establecimientos comerciales del muelle 1.

Entre los cruceristas hay personas de todas las edades y de muchos países diferentes. Los norteamericanos, según el estudio, son los que le dan una nota más alta a Málaga (una media de 6,11 sobre 7), seguidos de los alemanes y los británicos. A los estadounidenses y canadienses lo que más le gusta de Málaga son las vistas, la seguridad, el entorno agradable, la limpieza y la hospitalidad local. También muestran su satisfacción por la imagen de los restaurantes, la variedad de los comercios y la amabilidad del personal, siendo similar en el resto de nacionalidades. "Al turismo, una sonrisa" fue el famoso eslogan de los 90 y aquí siempre se ha tomado como propio, siendo uno de los grandes activos de la Costa del Sol. Hasta los cruceristas se han dado cuenta y eso se comprueba en su fidelidad, que es el examen final. La mayoría dicen que repetirán el viaje y que se lo recomendarán a amigos y familiares.