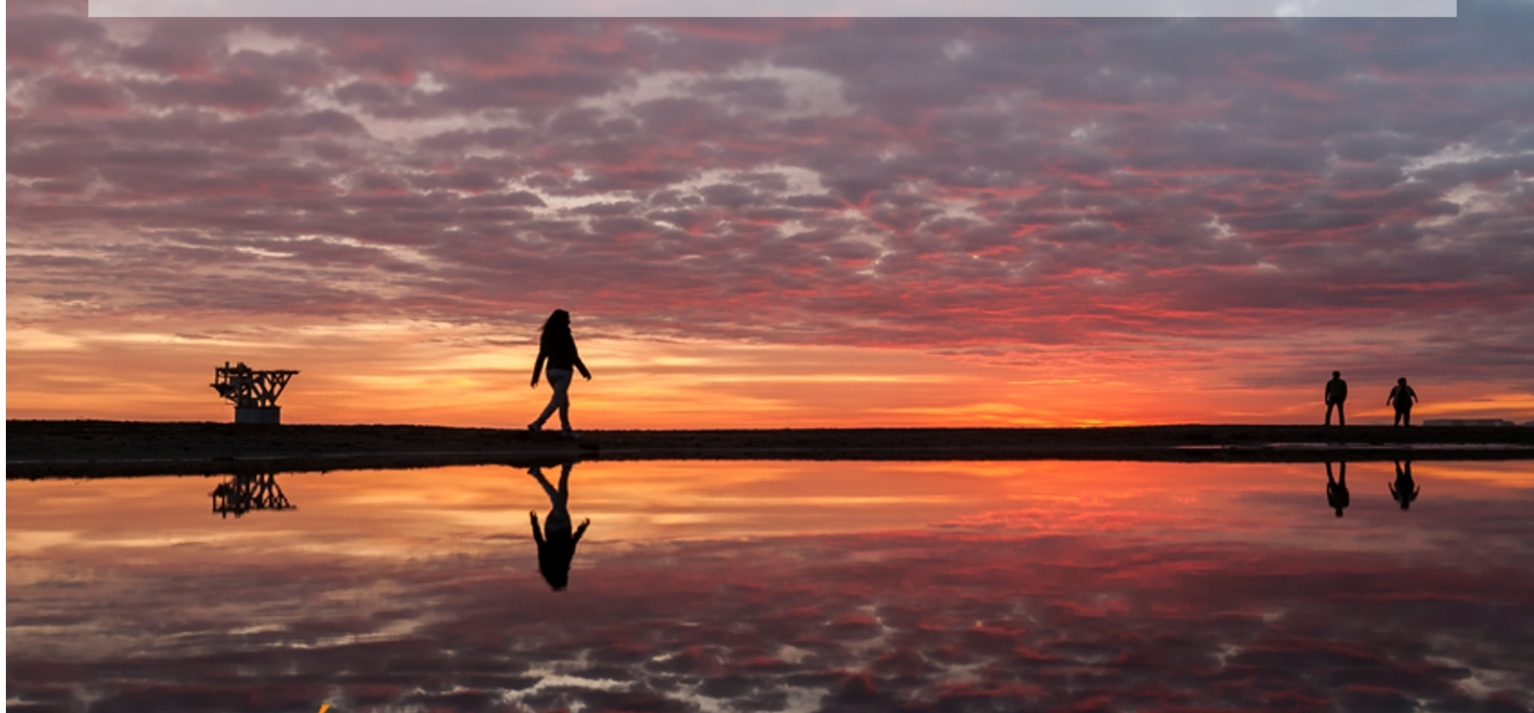


DOCUMENTO DE PROPUESTAS



CIUDADANOS EN MOVIMIENTO



DOCUMENTOS DE PROPUESTAS

Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. CIUDAD DE EXCELENCIA TURÍSTICA	5
3. SOSTENIBILIDAD URBANA.....	13
4. CIUDAD EDUCADORA, CIUDAD DE LA CULTURA.....	18
5. ESTRATEGIAS TRANSVERSALES	20



1. INTRODUCCIÓN

El papel de las ciudades en el siglo XXI va a ser indiscutible. Los procesos migratorios del entorno rural hacia el entorno urbano es imparable (según datos de la ONU, más de la mitad de la población mundial vive en las ciudades, porcentaje que se incrementará en 2050 alcanzando las dos terceras partes). El proceso migratorio del interior de España hacia sus costas es un fenómeno que igualmente no ha parado de crecer, al igual que muchos europeos se retiren en su jubilación a municipios costeros de nuestro país. Ante este fenómeno social está claro que Marbella ha sido y será una ciudad que ha polarizado -y lo seguirá haciendo- estos procesos migratorios, siendo capaz de atraer nueva población y actividades productivas.

Esta tendencia global con clara repercusión en Marbella hace necesario una **transformación y regeneración urbana**: desde inversiones en infraestructuras y equipamientos a la rehabilitación integral de sus cascos antiguos, los barrios y urbanizaciones que se encuentran más deterioradas, aportando valor a sus recursos sociales, culturales y espacios públicos. El cometido fundamental debe ser recuperar el concepto de proximidad en las relaciones cotidianas de la ciudadanía mediante la regeneración y recualificación de un espacio urbano que, adecuadamente equipado y funcionalmente diverso, con pequeño comercio como protagonista, haga posible reducir la necesidad de movilidad motorizada y la adhesión de la ciudadanía a su entorno urbano inmediato. De esta manera transformando la fisonomía de la ciudad, multiplicamos el atractivo de sus espacios de ocio y de negocio, mejorando a su vez las expectativas y calidad de vida percibida por sus ciudadanos, residentes y visitantes externos.

Con un modelo económico poco diversificado, basado casi exclusivamente en la industria turística y las actividades económicas dependientes de la misma como la actividad inmobiliaria, el desarrollo urbanístico de Marbella se ha basado en la proliferación de tipologías residenciales de baja densidad que han supuesto un modelo poco sostenible en cuanto a ineficiente ocupación del territorio por la excesiva extensión del suelo urbanizado y por haberse sacrificado el espacio público en favor del privado, sin un mínimo equilibrio entre ambos. El resultado de este modelo de crecimiento ha sido una excesiva presión sobre nuestro entorno natural y una ciudad infradotada, especialmente en las urbanizaciones residenciales periféricas, lo cual supone una excesiva dependencia del vehículo privado en los desplazamientos hacia los núcleos tradicionales que, aunque deficitariamente, soportan funcionalmente a aquéllas.

Por tanto el desarrollo de las estrategias del plan estratégico que proponemos exige también el desarrollo práctico de infraestructuras y equipamientos que lo soporten,

por lo que el desarrollo urbano debe estar ligado necesariamente al desarrollo de los ejes estratégicos para convertir a Marbella en esa ciudad por la que apostamos todos.

Es evidente que **no todo es turismo, crear otros tipos de industrias** es muy importante para no depender sólo de una. Marbella puede, y debe, ser muchas ciudades al mismo tiempo para encontrar esa riqueza y diversidad que nos permita conseguir un equilibrio que nos haga fuertes de cara al futuro, formándose así un entramado social que nos haga afrontar con seguridad las futuras adversidades. Un modelo de ciudad no excluye a otro, se pueden complementar. Adjuntamos otros ejes, que en nuestra opinión son transversales como son la **regeneración urbana y el eje institucional**. Marbella Activa ha querido centrarse por su importancia estratégica en el **modelo de excelencia turística junto a ciudad sostenible y ciudad educadora y de la cultura**.

Encontrar el equilibrio entre la creación de riqueza y el desarrollo sostenible, entre lo moderno y lo tradicional, entre lo cosmopolita y nuestra identidad cultural, entre el urbanismo y el pueblo andaluz, entre el turismo de calidad y su cohesión social, estos son los retos a los que el plan estratégico debe hacer frente en Marbella.



2. CIUDAD DE EXCELENCIA TURÍSTICA

El turismo ha desempeñado un papel protagonista en la prosperidad socioeconómica de nuestro municipio y ha ejercido una posición de liderazgo en la Costa del Sol. Gracias a esta bonanza y singularidad como destino de lujo Marbella ha gozado por un tiempo prolongado, y pese a los avatares sociales y económicos, de esta buena situación concentrado en un turismo enfocado al sol y-playa y el turismo de lujo con desarrollo en mayor o menor medida de otros tipos de turismo: golf, congresos, residencial, etc.

El sector turístico desarrolla su actividad en un entorno económico globalizado, de gran incertidumbre y profundamente cambiante, en el que se vislumbran nuevas tendencias y retos. Es ahí donde resulta vital una apuesta hacia un destino de excelencia turística.

Esto implica consolidar el modelo que tan buenos resultados nos ha dado, a la vez que creamos oportunidades para diversificar y desestacionalizar nuestra tradicional concentración en el turismo de sol y playa, que “ha venido acusando una pérdida de dinamismo, producto de los síntomas de madurez de este tipo de oferta como otros destinos de primera generación. De ahí la importancia que apostemos por otro tipo de turismo, complementario al sol y playa (turismo urbano, cultural, familiar, gastronómico, shopping, grandes eventos –deportivos, gastronómicos, festivos, expresiones artísticas-, turismo activo, rural, de salud y bienestar, deportivo, turismo náutico, de autocaravanas, etc.)

Consolidar nuestra marca turística

¿Quién no viene a Marbella en Julio y Agosto a disfrutar de sus playas, chiringuitos, clubs y tomar el sol? Crear nuevos productos no quiere decir que descuidemos lo más importante y por lo que vienen nuestros turistas.

- **Complementar nuestra oferta de sol y playa.** Es esta una cuestión fundamental. Un destino debe fomentar una gran oferta de ocio y cultura para que los turistas que nos visiten tengan entretenimiento suficiente para los niños, los jóvenes, los padres y las personas mayores. Cada uno debe tener su oferta de ocio y cultura. Si los turistas se aburren que no sea porque no disponen de una buena oferta de ocio y cultura, la cual debe ser discriminada para las diferentes edades y los diferentes tipos de turistas (de lujo, residenciales, nacionales, extranjeros, etc.). Una opción deseable sería la realización de una **encuesta**, al menos cada 2 años, donde conozcamos las preferencias de nuestros turistas y residentes, cuál es el déficit de ocio y cultura de la ciudad y adaptar la oferta a la demanda.

- **Adecuar el déficit de infraestructuras al crecimiento urbanístico acontecido.** Esa ciudad amable que queremos construir debe corregir sus desequilibrios. No podemos pretender una ciudad turística de lujo y que no llegue la banda ancha a las villas de lujo, no disponer de espacios públicos de calidad, mala movilidad y transporte en la ciudad y su periferia, que nuestros centros sanitarios públicos estén obsoletos o a medio construir, que no se pueda llegar en tren a Marbella o que no se cuente con una buena red de carriles bici para los ciudadanos y sus turistas. La vía verde de albero del paseo marítimo es un buen ejemplo de la necesidad de espacios públicos de esparcimiento. La sociedad marbellí y sus turistas la han tomado como uno de los lugares favoritos de esparcimiento para el disfrute ciudadano y donde pueden compartirse diferentes usos como el peatonal y el ciclista. Estos espacios públicos de calidad son necesarios y escasos, se deben crear aún más este tipo de espacios así como dotar de mayor atractivo los espacios públicos de mayor afluencia turística para disfrute de su entorno (cuidado de fachadas, anchura de aceras, diferenciación del mobiliario urbano, adecuación de la iluminación, limpieza viaria, etc.)
- **Campañas de comunicación para mantener y fomentar una sensibilización y empatía a favor del sector turístico, traducida en una mejor capacidad de acogida de los turistas.** Así lo expresa el informe UrbanTur 2012 de EXCELTUR (Alianza para la Excelencia Turística): un mayor reconocimiento social de la importancia del turismo a escala local se plasma en una mejor atención al turista por parte del ciudadano, reflejada en una sonrisa, una sugerencia, una información o una ayuda, con el inestimable valor que estos gestos tienen para hacer más agradable la estancia al visitante, mediante un contacto más humano y personal. De ahí que las diversas acciones dirigidas a elevar el reconocimiento social del turismo en la ciudad (charlas en colegios, campañas de concienciación y comunicación en la vía pública, celebración del día del turismo, realización de estudios sobre el impacto económico del turismo...) ayudan a reforzar la mayor complicitad ciudadana sobre los beneficios que genera el turismo y por ende su atractivo y su competitividad a medio y largo plazo. En Marbella este trato con el visitante ha sido una fortaleza reconocido por los propios turistas que hay que seguir manteniendo.
- **Prioridad institucional concedida al turismo:** un municipio como Marbella debe priorizar el turismo con un **compromiso institucional** que se traslade a un mayor presupuesto, acciones y la existencia de un plan estratégico del turismo, donde se refleje la capacidad para priorizar y articular políticas dirigidas a impulsar el desarrollo de productos turísticos acordes con ese nuevo modelo de ciudad que se ha establecido en el Plan Estratégico.

- **Consolidar nuestra imagen de pueblo mediterráneo** en consonancia con la **imagen de ciudad-jardín** que tan buenos resultados ha dado y en la que mayores desarrollos urbanísticos puede hacer peligrar nuestra identidad como marca turística. Un proyecto de excelencia turística acorde con nuestra ciudad e identidad cultural debe cuidar los detalles, sin demasiadas grandes superficies comerciales, con comercio local o incluso de lujo pero pequeñas tiendas, mezclar lo exclusivo y tradicional, algo pintoresco, diferente sin renunciar a nuestra arquitectura mediterránea y sin construir en altura, conservando nuestro **modelo de ciudad jardín** que tan buenos resultados ha dado.
- **Turismo residencial:** Marbella cuenta con más de 10.000 viviendas vacías. Más que construir nuevas hay que ocupar las que ya existen. Optar por no hacer una ocupación expansiva del suelo, esto es contraproducente con nuestro destino turístico. Debemos primar la reutilización y rehabilitación del patrimonio construido y del entorno urbano y periurbano degradado. Todo ello, además, con los menores daños económicos, sociales y ecológicos posibles. No más desarrollos urbanísticos por el momento, Marbella necesita una moratoria de la construcción. Esto lo dicen nuestros propios residentes que llevan aquí muchos años y que piden que Marbella se conserve con esa esencia a pueblo tipo andaluz que tiene y se aprecia y no construir una “city” moderna que rompa nuestra idiosincrasia y singularidad paisajística.
- **Poner en valor todo nuestro patrimonio** (histórico-cultural, industrial, arquitectónico, paisajístico, etc.) como recursos turísticos. Marbella es una ciudad con un rico pasado y así lo atestiguan sus restos. Muchos han sido sus moradores que se remontan al mismo paleolítico pasando por cartagineses, romanos, visigodos, musulmanes, etc. Además tienen un valor añadido y algunos restos arqueológicos están restaurados y protegidos. El paso siguiente sería organizar **rutas marítimo-históricas** para complementar la oferta de sol y playa con desarrollo de rutas como: **.ruta de las torres defensivas, ruta de los puertos, ruta de los yacimientos arqueológicos y patrimonios históricos, ruta del patrimonio arquitectónico, rutas naturales-históricas como al castillo de Cerro Torrón o la ermita de los Monjes, ruta de las Minas**. Son ejemplos, pudiendo organizarlas de diferentes formas. Si se promocionan estas rutas, ofrecen otro tipo de imagen a la que estamos acostumbrados. Para ello es esencial una **debida señalización y paneles informativos con una estética común** en cada punto. Fomenta igualmente la recuperación de algo tan necesario como es nuestra **identidad cultural**, a la vez que profundiza en el desarrollo de un turismo cultural y unos recursos históricos cada vez más valorados por los turistas.

- **Puesta en marcha de acciones para la medición y valoración de nuestra demanda turística** (qué piensa nuestro turista y residente, si está satisfecho con el destino, que echa en falta respecto a la oferta de ocio y entretenimiento, etc.). Es necesario contar con herramientas estadísticas que nos permitan un continuo análisis y diagnóstico del mercado turístico. Si medimos, si tenemos datos concretos podemos tomar decisiones más correctas.
- **Plan consolidación de playas:** las playas es uno, sino es el principal, de nuestros recursos turísticos y medioambientales. Tenemos la ventaja de ser ciudad costera y de tener 27 km de playas, las cuales están bastante castigadas debido a la presión urbanística a la que han estado sometidas. Sería importante buscar la fórmula para **estabilizar las playas** que más castigos sufren por los temporales y prestar más atención a la **calidad del agua** que posiblemente esté relacionado con la capacidad de la ciudad y un metabolismo urbano creciente incapaz para tratar sus aguas residuales en las épocas de mayor saturación con redes de depuración y saneamiento, que se encuentran ya obsoletas.

El estado de deterioro de las playas por la pérdida de superficie de playas, calidad de la arena y calidad del agua así como el estado de las dunas redundan directamente en la calidad de nuestro destino turístico, de ahí la importancia de consolidar nuestras playas. Es necesario el desarrollo de una estrategia conjunta de ciudad y de colaboración institucional con las administraciones competentes para la consolidación de nuestras playas estudiando las posibilidades más duraderas y medioambientalmente sostenibles mejorando las infraestructuras de saneamiento y depuración que redundan en una mala calidad de las playas.

Las formaciones dunares requieren gran atención para la **recuperación de nuestras playas y el espacio natural que suponen**. Se le debe dar una mayor protección y regeneración en las playas donde estén presentes, en definitiva los visitantes aprecian que las playas sean lo más naturales posibles y se encuentren lo menos degradadas posibles.

- **Vender nuestra calidad de vida**, tranquilidad, clima, entorno natural-histórico. Una ciudad perfecta vivir, residir, cuidar el bienestar pero también para trabajar desde casa, sobre todo aquellos que sean profesionales independientes, vivan de su creatividad, necesiten inspiración o simplemente sean empresarios que quieran trabajar desde aquí para gestionar sus empresas internacionales o nacionales. Tenemos un entorno único para la atracción de talento pero debemos mantenerlo.
- **Apoyo a la bicicleta, los carriles bici y sistemas de préstamos de como sistema sostenible de movilidad turística:** valorando la apuesta por su utilización como sistema de transporte reductor de CO2 y de creciente utilización por los

turistas como medio para moverse y conocer la ciudad, a través de la dotación de carriles bici disponibles y la provisión de un servicio público de alquiler abierto para el uso de los no residentes y con bicicletas eléctricas que salven la orografía de nuestro municipio.

- **Vocación turística de la red de transporte público:** incorpora la existencia de pases intermodales específicos para las estancias más cortas que realizan los turistas, así como la presencia de información en idiomas en los distintos soportes del sistema público de transporte, para facilitar su uso por parte de los visitantes extranjeros.

Estacionalidad

Es importante aplicar la innovación o el benchmarking (ver otras experiencias en el mundo) a la hora de desestacionalizar la demanda. Un ejemplo de ellos son ciudades como Cannes que tiene eventos todo el año para luchar contra la estacionalidad turística y lo consiguen. No se puede hablar de incrementar la capacidad hotelera y extrahotelera hasta que no se haya logrado la desestacionalización del sector turístico. Debemos presentar soluciones desde el punto de vista de formación del personal, facilidades administrativas y ayudas para reformar establecimientos y adecuarlos a las nuevas tendencias.

- **Playas 365.** Esta experiencia ha dado muy buenos resultados en lugares donde el clima permite habilitar ciertas playas del municipio preparadas y equipadas para abrirlas 365 días al año. De esta manera incrementamos el valor del producto de sol y playa en los meses de invierno desde la especialización y diferenciación de los destinos en torno a tipos de turistas con un perfil menos estacional. (En Fuengirola y con el apoyo de la Junta se ha realizado esta experiencia).
- **Celebración de eventos de todo tipo** (culturales, deportivos, gastronómicos, etc...) desde octubre a mayo para hacer de Marbella una ciudad atractiva a los residentes y visitantes los meses de menos ocupación turística. Y sobre todo con una mayor difusión. Una crítica común es que la gente no le llega la comunicación de los eventos. La difusión en los eventos es imprescindible.
- **Turismo de Ferias y Congresos:** contamos con un Palacio de **Congresos** que con una política comercial adecuada, gestionado correctamente y aprovechando al máximo sus espacios, se pueden organizar convenciones con diferentes empresas nacionales e internacionales. Un turista que viene a este tipo de eventos tiene un gasto muy superior al medio. Primero trabajar con el espacio que tenemos en él y una vez funcione, disponer a su ampliación mejorando el mismo. Sería interesante promover de forma conjunta público-privada el turismo de Ferias y Congresos en las grandes ferias de turismo.

- **Turismo gastronómico:** en Marbella hay una **amplia oferta en restauración y de alta calidad**. Restaurantes con estrellas Michelin, de comida local, de cocina de casi todas las nacionalidades del mundo y al alcance de todos los bolsillos, del más exclusivo al más económico. Haciendo diferentes eventos gastronómicos, local, de autor, sobre todo en época de temporada baja y con una promoción fuerte ayudaría a desestacionalizar el turismo. **Cada mes de otoño-invierno un evento gastronómico** diferente.
- **El turismo de shopping de lujo**, como el convencional, sólo necesita una buena promoción, un poco de reorganización y ayuda al pequeño empresario. En esta ciudad tenemos ya amplios centros comerciales en la zona de Puerto Banús y La Cañada. Habría que apostar y fomentar en los centros históricos por un mix de comercio tradicional y especializado con tiendas de lujo.
- **Turismo activo:** si hay que hacer un parque temático en Marbella posicionarnos por los deportes de aventura, ya hay uno pequeño en Elviria. Fomentar el turismo activo. Parapente, vuelos a motor, senderismo, escalada, etc. Esto atrae turismo todo el año y nuestro entorno es privilegiado: no sólo nuestra sierra sino el entorno próximo como es la Sierra de las Nieves, el Chorro como escuela andaluza de escalada, etc.
- **Promoción turística:** Marbella tiene que trabajar mucho en la promoción turística y en la imagen que quiera ofrecer, hay que mostrar lo que ya somos, aprovechando nuestra imagen conocida, mezclándola con las nuevas alternativas, que ayudarían a complementar nuestro producto. El turista al tener nuevas actividades que realizar y diferentes entre sí en TODAS las épocas del año, además de aumentar la estancia media en establecimientos hoteleros y extrahoteleros, se producirían **nuevos flujos en época de temporada baja**.

Es evidente que hay que usar las nuevas tecnologías para promocionarse y posicionarse, aparte de los medios tradicionales como asistir a ferias de turismo o folletos informativos. Por lo tanto una ciudad que ofrezca al visitante todo este tipo de facilidades es competitiva. Es necesario apostar por una **ciudad inteligente o smartcity**, siempre integrándolo con nuestro modelo de ciudad típica mediterránea y con nuestra arquitectura característica. Más que construir nuevos espacios, rehabilitar y recuperar los existentes. Los turistas que vienen, les gusta nuestra esencia actual. ¿Por qué cambiarla si funciona? Eso sí mejorarlo con nuevas tecnologías.

Potenciar productos turísticos poco desarrollados

- **Turismo deportivo.** Tenemos un entorno único para **eventos de calado internacional** como puede ser el golf, la vela, maratones o trail de montaña, entre otros, que además en fechas menos estivales desestacionalizaría la

demanda turística. La promoción de un OPEN DE GOLF que se celebre todos los años es vital no sólo por la desestacionalización de la demanda turística sino que es una forma de apoyar a nuestro sector del golf y a este segmento turístico tan importante para la ciudad y una forma de crear un evento deportivo con un **gran impacto económico** sobre la ciudad.

Tenemos una sierra impresionante para potenciar carreras de montaña en competición nacional. La actual de Sierra Blanca en 2014 fue un éxito que hay que potenciar hasta conseguir una prueba de renombre nacional y hasta internacional. Son sólo ejemplos de lo que se podría hacer junto a esfuerzos que ya hoy se están realizando en este sentido y que hay que seguir apoyando.

- **Turismo Cultural:** como elaboración de rutas y puesta en valor de los diferentes monumentos “olvidados”. Es indispensable tener unas buenas instalaciones para ofrecer una oferta cultural. Teatros, grandes auditorios, museos, etc. Centrarnos en conseguir eventos culturales de calidad, más que en la cantidad. Y hacer una oferta complementaria diferente a la de Málaga ofreciendo otro tipo de actividades y produciendo sinergias culturales con la capital.. Fomentar **actividades culturales al aire libre** tanto en verano como en invierno aprovechando nuestro magnífico clima. Apostar por los festivales de animación y de concurso de guiones cinematográficos. Una agenda cultural de calidad durante todo el año y debidamente promocionada. Es indispensable que este municipio tenga un **Museo de la ciudad**, donde se explique toda su historia y se muestren los restos hallados de diferentes periodos históricos, desde la prehistoria hasta nuestros días. Un sitio deseable sería el **Convento de la Trinidad** en el centro, olvidado y en ruinas. El no poseer un museo de estas características ha propiciado la pérdida de nuestra identidad cultural y que el visitante no conozca la ciudad ni su historia pero tampoco sus ciudadanos.

Además de apostar por las industrias culturales como estrategia, la ciudad necesita un **gran evento cultural de calado internacional** que traspase nuestras fronteras, que nos caracterice, en época de temporada media-baja. Ya tenemos el Starlite en verano, vamos a realizar algo diferente en invierno y con más trascendencia internacional.

- **Turismo náutico:** tenemos cuatro puertos deportivos en Marbella, 27 km. de costa y sin embargo vivimos de espaldas al mar. Iniciativas posibles sería promover deportes de mar como puede ser la vela promoviendo una **escuela pública de vela** y que esta sea una afición deportiva entre nuestros ciudadanos, lo mismo con los deportes de remo y pala y el buceo deportivo, etc. Promocionarlos, no se hace lo suficiente, complementan al turismo de sol y playa. Estos no desestacionalizan, pero complementan el turismo de sol y playa. Igualmente se debería estudiar qué Marbella fuera la sede de un **gran premio de vela** a nivel internacional.

- **Turismo gastronómico:** tenemos un entorno único y una gran oferta y demanda gastronómica para crear un gran evento gastronómico.
- **Turismo de Bienestar:** tenemos muchas instalaciones hoteleras y clínicas privadas que ya ofrecen este tipo de producto, mezclados con el entorno y la ciudad es sinónimo de éxito. Lo único que necesita es una debida promoción como **ciudad saludable y del bienestar**.
- **El turismo de shopping de lujo**, como el convencional, sólo necesita una buena promoción, un poco de reorganización y ayuda al pequeño empresario. En esta ciudad tenemos ya amplios centros comerciales en la zona de Puerto Banús y La Cañada. Habría que apostar y fomentar en los centros históricos por un mix de comercio tradicional especializado y tiendas orientadas a la exclusividad.
- **Turismo idiomático:** de creciente relevancia a escala urbana debido al notable número de turistas extranjeros que moviliza y su perfil (jóvenes que se erigen en potenciales prescriptores del destino para el futuro por los lazos afectivos que desarrollan) y el elevado impacto asociado a sus largas estancias. Marbella es un crisol de culturas y lenguas, con un entorno privilegiado que pocos sitios en nuestro país la tienen. Una oportunidad para trabajar desde la transversalidad que supone la cultura y la educación para que estas sean un flujo de entrada y salida y que Marbella sea un punto de referencia para estudiar nuestro idioma, nuestra cultura, pero también para conocer la de otros, para aprender de lo diferente y configurar nuestra ciudad como un punto de encuentro de estudiantes de todas partes, enriqueciéndose por las diferencias y dejando su huella en nuestra ciudad, como **ciudad cosmopolita**.



3. SOSTENIBILIDAD URBANA

Lo primero que hay que aclarar es que cuando hablamos de sostenibilidad nos referimos a su concepto global: medioambiental, económica y social. Marbella, como hemos comentado en la introducción, necesita que se aplique este concepto que implica **todo un proceso de regeneración urbana** para recuperar el equilibrio entre una ciudad turística de primer nivel y una urbe donde no exista brecha alguna entre sus turistas y sus habitantes.

Una ciudad sostenible es, en esencia, una ciudad que, mediante la reducción general de consumos, pretende la máxima eficiencia económica, tanto a nivel doméstico como municipal. De esta forma se avanza hacia la sostenibilidad medioambiental al mejorarse la gestión de los recursos naturales del planeta, evitando que se agoten, pero también se favorece la sostenibilidad social al conseguirse reducir los costes de mantenimiento e implantación de los servicios públicos e infraestructuras básicas para una adecuada calidad de vida de la ciudadanía, sin distinciones en cuanto a género, edad o condición económica de sus habitantes, la cual se verá mejorada por esa reducción de costes y la consecuente reducción de la presión fiscal.

Por tanto, si hablamos de modelo de ciudad y de desarrollo de estrategias para el futuro de nuestro municipio debemos tener claro que su planificación debe estar **en clave de sostenibilidad**. El modelo de ciudad que termine por implantarse de forma consensuada debe pasar por ser un modelo sostenible. Como estrategia principal y una transversal que debe estar presente en cualquier de las demás como modelo de ciudad del siglo XXI, impregnando cualquier iniciativa. Por lo tanto cualquier iniciativa que se proponga o, incluso propongamos, debe pasar por evaluar sus consecuencias medioambientales en nuestro modelo de ciudad amable –para sus ciudadanos y sus visitantes- y ningún proyecto o iniciativa deberá poner en riesgo el modelo de ciudad.

En una ciudad como Marbella donde tenemos un entorno único, una naturaleza excepcional que supone nuestra mayor fortaleza como ciudad turística que es, se vuelve fundamental, por tanto, preservar, mantener y proteger nuestro **capital natural**. En definitiva es garantizar una fuente inagotable de recursos a la vez que “frágil”, si llegamos a degradar el medio ambiente de Marbella que nos brinda una gran calidad de vida a la vez que sustento económico.

En **clave de competitividad**, una tendencia global es una mayor conciencia por el medio ambiente, fruto de la preocupación lógica por las consecuencias del cambio climático. Esta tendencia ha sido asumida por muchas ciudades que han tenido claro -y han medido de forma cuantitativa sus beneficios- que aplicar criterios de sostenibilidad **supone crear valor añadido**.

Una **ciudad amable y sostenible** es capaz de atraer a más personas y empresas que desean vivir, establecerse o visitarla, como es el caso de una ciudad turística. Hoy los folletos o propaganda de cualquier operador turístico publicitan destinos playas vírgenes, destinos inmaculados, entornos naturales. Y no es una moda es fruto de una demanda cada vez más concienciada con el medio ambiente, por tanto no adaptarse a esta tendencia de forma ágil y programada puede ser una condena a la obsolescencia urbana como ciudad turística y ciudad amable del siglo XXI.

Con esta premisa, nuestra propuesta de ciudad de excelencia turística será una ciudad de excelencia en cuanto a la sostenibilidad, como no podrá ser de otra manera según nuestro planteamiento.

Para ello, como punto de partida, será esencial reducir consumos de materiales, agua o energía; por lo que será necesario reducir sus demandas y apostar por políticas de reutilización y de implantación de energías renovables, tanto a nivel doméstico como a nivel municipal. Esto se traduce, en la práctica, en que será necesario renovar o rehabilitar, según los casos, nuestro parque edificado y, mediante el fomento de las relaciones de proximidad, reducir la excesiva necesidad de utilización del vehículo privado, por lo que, por ambas circunstancias, se conseguiría, además, reducir las emisiones de gases contaminantes y de efecto invernadero, contribuyéndose a la sostenibilidad global. Para fomentar las relaciones de proximidad será necesario, especialmente en la periferia sub-urbana, incrementar densidades residenciales para obtener más suelo público, con espacios urbanos de gran diversidad en sus usos, principalmente equipamientos y servicios terciarios de rango pequeño o mediano. Para ello, será necesario rehabilitar e incluso densificar determinadas zonas para equilibrar el actual modelo urbano, compacto en los núcleos tradicionales y difuso en las periferias, consiguiéndose así una ciudad con un carácter homogéneamente compacto en toda su actual extensión urbana, lo cual nos acercaría al modelo ideal de urbanismo sostenible: compacto para conseguir, al mismo tiempo, densidad residencial y suficientes espacios públicos que, complejos y diversos, posibiliten, por un lado, no ocupar excesivo territorio y, por otro, fomentar las relaciones de proximidad a la ciudadanía en sus relaciones cotidianas.

Movilidad sostenible y accesibilidad

Entre los objetivos que se deben perseguir como ciudad de movilidad sostenible y accesible se encuentran: hacer que la movilidad y el transporte se conviertan en factores decisivos para la calidad de vida, la cohesión social y el progreso así como mejorar la eficiencia económica y energética del transporte reduciendo el consumo de energía y la emisión de contaminantes y gases de efecto invernadero.

- Implantación de **caminos seguros**

- **Peatonalizaciones en los centros urbanos de Marbella y San Pedro** con las correspondientes campañas de sensibilización públicas y privadas (asociaciones) para fomentar otro tipo de movilidad en los ciudadanos: peatonal, transporte público colectivo, bicicleta.
- Fomento para el **coche compartido y viajes compartidos**
- **Sistemas de préstamo de bicicletas eléctricas** para paliar la orografía de Marbella.
- **Remodelaciones viarias para adaptarlas a los nuevos usos modales y prioridades:** Zonas 30, aparcamientos disuasorios, zonas de acceso motorizado restringido, redes de itinerarios peatonales y ciclistas, estaciones intermodales.
- **Desarrollo de una estrategia conjunta de ciudad y de colaboración institucional** para con los municipios de la Costa del Sol y administraciones competentes para crear un **Consortio de Transporte Metropolitano del Área de Marbella** donde se integren los municipios de Estepona, Manilva, Casares, Benahavís, Istán, Ojén, Mijas y Fuengirola creando un Sistema tarifario integrado.
- Desarrollo de una estrategia conjunta de ciudad y de colaboración institucional con los municipios de la Costa del Sol y administraciones competentes para la **accesibilidad ferroviaria** y que el Tren Litoral de la Costa del Sol sea una realidad como un medio de transporte colectivo eficiente y sostenible. A nivel turístico es fundamental la conexión modal avión-ferrocarril.
- **Penalizar el uso del vehículo privado:** fiscalidad gravosa para el vehículo privado, fiscalidad favorable para el uso laboral de la bicicleta, aparcamientos disuasorios, etc.)

Desarrollo urbano

- Definir a la **eficiencia energética y al consumo razonable de recursos** como **criterios centrales** en los procesos de desarrollo urbano de la ciudad.
- **Favorecer un uso eficiente del suelo**, no podemos crecer ilimitadamente si se pretenden valores de eficiencia y sostenibilidad. Además, el suelo urbanizable está ya casi agotado por lo que, ineludiblemente, debemos gestionar el decrecimiento, un desarrollo urbanístico centrado en la intervención en los tejidos urbanos existentes ya que Marbella es una ciudad donde, por su excesiva extensión, se ha ejercido una excesiva presión sobre su entorno natural que, sin embargo, es su mejor fortaleza turística. Más desarrollos entran en contradicción con la sostenibilidad de nuestra ciudad turística.
- **Adecuar la iluminación del territorio municipal** a los conceptos desarrollados en la nueva reglamentación sobre contaminación lumínica y calidad del cielo nocturno.
- Preservar el derecho de los ciudadanos a un **cielo nocturno no contaminado** que les permita disfrutar de la contemplación del firmamento.

Edificación

- Incorporar el **derecho al acceso a la vivienda** como uno de los objetivos centrales de la actividad urbanística.
- Fomentar la **construcción bioclimática** y la **rehabilitación sostenible** de nuestros edificios en términos de eficiencia medioambiental. Para ello, el objetivo esencial será reducir los consumos de agua y combustibles fósiles, principalmente.
- Fomentar la rehabilitación integral de áreas urbanas.

Metabolismo urbano

- Integrar el concepto de **eficiencia económica y medioambiental** en la organización de la ciudad, en la ordenación urbanística, en la edificación, en los sistemas de movilidad y accesibilidad y en la gestión urbana.
- Concienciar a la ciudadanía sobre **pautas de consumo razonables** que reduzcan la demanda de materiales, agua y energía, para lo que será fundamental apostar por la reutilización de los mismos y el uso de fuentes de energía renovables.
- Buscar las fórmulas que compatibilicen el modelo de ciudad jardín de Marbella ya desarrollado con un **modelo territorial compacto que minimice las necesidades de movilidad de los ciudadanos**, creando más suelo público y favoreciendo la proximidad mediante el incremento de la densidad residencial y la integración de los distintos usos. Para ello, será ineludible densificar la periferia sub-urbana para, por un lado, “liberar” espacio público y, por otro, conseguir un crecimiento demográfico de Marbella sin ocupar nuevos suelos.
- Mantener **una demanda energética en los edificios** más acorde con el clima mediterráneo mediante la integración de soluciones arquitectónicas adaptadas a la climatología local y los recursos autóctonos renovables disponibles.
- Tener presente en todo momento que el **agua es un recurso natural finito**, aunque regenerable, cuyo uso debe basarse en principios de racionalidad, medida, equidad y solidaridad.
- Desarrollar **planes integrales de gestión** que tengan en cuenta, entre otros, los ciclos climáticos, la ordenación del territorio, el suministro, el saneamiento y las medidas para evitar los efectos de las sequías.
- Realizar una **gestión integral sostenible del ciclo urbano del agua** (captación, transporte, almacenamiento, potabilización, distribución, consumo, saneamiento, depuración, reutilización y vertido).
- **Reducir la producción de residuos**, en peso pero también en volumen.
- **Implicar y capacitar a las personas** (ciudadanía y personal involucrado en organizaciones gestoras) en la gestión de residuos.

- **Contar con análisis y diagnósticos adecuados** que faciliten la toma de decisiones y la adopción de medidas que reduzcan las tasas de consumo de recursos naturales e incrementen los niveles de calidad ambiental.

La Biodiversidad y los Espacios Libres en los Sistemas Urbanos

- Considerar al **espacio libre** como elemento esencial del funcionamiento del municipio, más allá de su habitual significación como espacios verdes destinados al esparcimiento.
- Fomentar el **concepto de ciudad como ecosistema** que alberga una biodiversidad propia y específica del medio natural y compatible con los usos humanos.
- Aumentar la superficie de suelo capaz de sostener vegetación y reducir el efecto barrera de urbanizaciones e infraestructuras.
- Creación de **nuevos parques periurbanos e incluso botánicos**. Una opción sería la de recuperar la propiedad de la finca de la concepción para recuperar ese espacio para un jardín botánico, un museo de nuestra historia minera y un lugar de esparcimiento de los marbellíes.
- **Ordenación y actuaciones en el medio ambiente**, estudios sobre repercusión del medio ambiente, diseño de planes espaciales de protección, repoblación y recuperación de espacios naturales, etc. Marbella en este sentido está muy atrasada. Los ciudadanos y residentes lo agradeceremos y el turista lo exige cada vez más a la hora de elegir un destino para sus vacaciones.

La Gestión Urbana

- Mejorar la gestión urbana introduciendo **criterios sostenibles en las políticas públicas** (Se exige la certificación medioambiental a los chiringuitos de playas y sin embargo en las contrataciones municipales no se introduce como una mejora que las empresas estén certificadas con la ISO 14001, en su gestión medioambiental).
- **Aplicación de una fiscalidad favorable y entorno laboral** que premie lo verde (incentivos fiscales al uso laboral de la bicicleta, plusones laborales a los empleados que utilicen el vehículo compartido o usen la bicicleta para ir a su trabajo...)
- Aprender en valores, en enfoques sistémicos y en democracia participativa.

4. CIUDAD EDUCADORA, CIUDAD DE LA CULTURA

Aunque las estrategias de sostenibilidad y excelencia turística deben ser las principales estrategias del nuevo modelo de ciudad y sus proyectos finales deben ejercer de tractores de la economía, existen otras estrategias que deben además de ser principales también transversales. Lo mismo ocurre con la sostenibilidad, bien para complementar a las anteriores bien para desarrollar sectores emergentes que diversifiquen la excesiva dependencia del municipio del sector turístico. Ese debe ser el papel de la **educación y la cultura** que tendría esa doble misión, complementar a otros ejes como el turístico y potenciar nuevos sectores estratégicos a la vez de sumergirnos en el reto de ser una ciudad educadora, una ciudad que aprende.

La **cultura y la educación a través del fomento del talento creativo** deben ser los otros motores de desarrollo de Marbella en términos sociales, económicos y lúdicos.

Crear un nuevo sector estratégico a través de la innovación en educación y cultura, como es el caso del **talento creativo**, es para Marbella Activa una apuesta, dadas nuestras singularidades y recursos disponibles, de **incubar e incitar un sector emergente** que nos ayude a crear nuevas oportunidades. Las fuentes de riqueza no se heredan, se crean. Marbella innovó en turismo con Puerto Banús que consolidó una marca turística propia en el mundo. Es el momento de una nueva innovación, en este caso a través de fomentar el talento creativo en todos los niveles: educación, cultura, empresarial, participación, institucional, etc. No partimos de cero, tenemos un entorno privilegiado para atraer este tipo de talento y debemos crear las condiciones para desarrollar nuestro talento propio.

Marbella debe consolidarse como una ciudad con un alto nivel de bienestar, una referencia como destino turístico sostenible y una ciudad educadora con unos ciudadanos y ciudadanas con un elevado nivel de talento creativo. La educación y la cultura como **generadoras de riqueza**, se constituyen en elementos generadores de riqueza en Marbella atrayendo nuevas oportunidades.

La cultura debe ser un elemento de **integración de su ciudadanía** y un eje transversal de esa ciudad de excelencia turística. La cultura debe servir para garantizar la igualdad de oportunidades y para evitar nuevas formas de exclusión entre sus ciudadanos y sus ciudadanos y visitantes reforzando el sentimiento de pertenencia a la ciudad.

La cultura y la educación deben ser un soporte al **desarrollo del tejido social**. La cultura es una estrategia a largo plazo que da soporte a unos valores que facilitan el entendimiento de los ciudadanos con el entorno económico, social y medioambiental. Debe contribuir a educar en unos valores con un espíritu crítico y una sensibilidad que tiene en el bien de la comunidad su referencia. De esta manera construimos esa ciudad amable para sus ciudadanos y para los turistas que nos visiten.

Potenciar nuestra industria cultural es una estrategia para tener esa ciudad amable y una estrategia para complementar nuestra oferta turística y desestacionalizar la demanda.

Estas son nuestras propuestas:

- Desarrollo de una estrategia conjunta de ciudad y de colaboración institucional para incubar la estrategia de fomento del **talento creativo** como sería la implantación de diferentes grados en enseñanzas artísticas: grado medio de artes plásticas y diseño, grado superior de música y danza, un grado superior de artes plásticas, diseño, arte dramático o conservación de restauración de bienes culturales.
- Aprovechar los recursos que tenemos en los ciudadanos de nuestra **ciudad cosmopolita** para desarrollar un **talento creativo** único que cuente con espacios y certámenes de cooperación para los ciudadanos que innoven y las personas interesadas en desarrollar esos proyectos, fomentando así además un polo de atracción para la innovación y la creatividad.
- En una clara apuesta estratégica sería deseable unir fuerzas para desarrollar esa **Marbella del talento Creativo**, unir fuerzas a nivel de ciudadanía y grupos políticos para que la 2ª Sede de Estudios de Cine que en está en fase de estudio su emplazamiento, se termine implantando en Marbella y podamos tener junto a producción y realización, los estudios de imagen que potencian la educación reglada para desarrollar este talento creativo.
- A la hora de realizar eventos tener en cuenta los diferentes públicos de Marbella, por un lado el ciudadano y el turista de a pie y por otro lado ese turismo más exclusivo y con otras demandas. Para ello sugerimos encuestas para determinar unas ofertas de ocio y cultura más vinculadas a las demandas.
- Trabajar de forma sistemática y multidisciplinar para **recuperar nuestra identidad cultural: historia, tradiciones, patrimonio**. Entre los objetivos de la Asociación Marbella Activa se encuentra el de fomentar y promover una ciudadanía activa. La construcción de una ciudad más justa, solidaria, habitable, sostenible, cooperativa, en definitiva más humana y, por tanto, al servicio de sus habitantes pasa porque los individuos que la habitan se involucren activamente en ella. **Se responsabilicen como sujetos sociales que son participando y proyectando la ciudad deseada**. En ese fomento de una ciudadanía activa es vital que sus ciudadanos conozcan y valoren su ciudad. La indolencia, el desarraigo, la falta de responsabilidad e implicación social en una ciudad tiene mucho que ver, además de la posible idiosincrasia de sus pobladores, con la falta de programas educativos específicos que incidan en el conocimiento del lugar donde vivimos: su historia, su patrimonio cultural y

natural. Sólo cuando conocemos algo somos capaces de valorarlo y protegerlo. Para Marbella Activa trabajar y recuperar la identidad cultural es uno de sus objetivos como asociación y donde trabaja en diferentes proyectos educativos y actividades para intentar recuperarla, uno de ellos es la de **involucrar a la comunidad educativa para que de forma sistemática se enseñe el patrimonio cultural y natural de nuestro municipio**. Como la ciudad ha pasado a transformarse en un agente educador más, ésta debe formar parte de la comunidad educativa. La ciudad podría **suscribir un compromiso** con la sociedad civil buscando imprimir intencionalidad en la forma de presentar los contenidos de la **ciudad** a sus ciudadanos, **para que pase la ciudad de ser educativa a educadora**. Este compromiso estaría basado principalmente en tres premisas básicas: información comprensible hacia la ciudadanía, participación de esta ciudadanía desde una perspectiva crítica y corresponsable y finalmente evaluación de necesidades, propuestas y acciones. El objetivo último es claro: formar habitantes más vinculados emocionalmente a su ciudad y por tanto el día de mañana serán ciudadanos más activos y responsables.

- Marbella si quiere competir como ciudad cultural debe apostar por la creación de **nuevos espacios culturales y museísticos**. En el centro histórico de Marbella tenemos el Convento de los Trinitarios que podría recoger un Museo arqueológico de la Ciudad junto a un museo etnográfico para dar a conocer cómo era la vida en Marbella en el pasado. En espacios museísticos estamos muy deficitarios y sería bueno apostar por un museo pictórico de calidad que complemente, en cierta manera, la oferta cultural de Málaga.
- Poner carteles con la **agenda cultural** al menos en todos los distritos de Marbella y a ser posible en todos sus barrios, centros cívicos y culturales y a ser posibles en las grandes urbanizaciones.
- **Campaña de comunicación pública y sistemática** para difundir los eventos culturales del municipio tanto públicos como privados.
- **Incentivar la edición privada impresa de una pequeña agenda cultural** y usar la cadena pública local para esta difusión.

5. ESTRATEGIAS TRANSVERSALES

Institucional

- **Desarrollo de estrategias de consenso para grandes proyectos** que puedan resultar vitales para la ciudad.
- **Que los proyectos urbanos de la ciudad se elaboren de forma multidisciplinar para mejora del resultado de los mismos**. Algo que es cada más habitual en muchos campos diferentes como la medicina con el fin de optimizar los

resultados de los proyectos gracias al trabajo en equipo orientado a objetivos comunes. Los proyectos de una ciudad atienden a una diversidad de temáticas y niveles diferentes, de ahí la importancia que los diferentes profesionales trabajen juntos para desarrollar mejor los proyectos (técnicos municipales de diferentes campos profesionales, urbanistas, economistas, sociólogos, antropólogos, ingenieros, arquitectos, asociaciones cualificadas en la materia y abrir participativamente a la consulta de la ciudadanía) .Ejemplo de esto sería la proyección de un pabellón deportivo que no sólo intervenga un ingeniero o arquitecto sino también un técnico en materia deportiva con experiencia en estos espacios, un urbanista para ver su mejor ubicación, técnicos en participación ciudadana para verificar la consulta a expertos de asociaciones deportivas y vecinales, consulta e información por un modelo de conferencias abiertas sobre la idoneidad del proyecto, etc. o una empresa externa que ejecute una remodelación de un calle plantando árboles sin supervisión de los técnicos de parques y jardines que aseguran que los mismos sean especies adecuadas según el Plan de Arbolado).

- **Más espacios públicos para el tejido asociativo** que desarrollen sus actividades, exposiciones, eventos agrupados por actividad (cívicas, culturales, etc.) y autogestionados por los propios colectivos para salvar el tema de la falta de recursos humanos por parte del Ayuntamiento. Debe haber una buena oferta de centros cívicos por barrios y/o distritos ya que la demanda de estos centros es alta y se fomentaría un tejido asociativo más participativo y con más actividades para la ciudadanía, ayudando con una gestión privada la mala situación a la que se encuentra la administración en cuanto a recursos económicos y humanos. Para tener esos ciudadanos implicados **es vital formar ciudadanos responsables y participativos** de esa nueva ciudad que se está configurando.
- **Una apuesta institucional por la educación**, dentro del concepto de ciudad educadora, que se encuentre presente como estrategia transversal en todas las temáticas de la ciudad: patrimonio, cultura, medio ambiente, turismo, empleo, etc.
- Es necesario contar con **herramientas estadísticas municipales que nos permitan un continuo análisis y diagnóstico del municipio**, de evaluación y seguimiento de las políticas ciudadanas, de la percepción de los ciudadanos antes proyectos importantes, medición de la satisfacción del ciudadano ante los servicios públicos y la ciudad en general. Medir implica que vamos a tener una mejor información para ejecutar planes y programas más adecuados a la realidad.
- **Transparencia informativa municipal:** se echa en falta conocer de los responsables municipales cuáles son los planes directores del Ayuntamiento, en qué consisten y cuáles son sus estrategias. Como ya hemos reivindicado en

otras ocasiones se hace necesario **conferencias abiertas a la ciudadanía** y las asociaciones para conocer los detalles de los proyectos urbanos, sus objetivos y estrategia dentro de la estrategia de ciudad y que puedan ser abiertas a la opinión de la ciudadanía (Plan Centro, Plan de barrios, Sectorización de la Serranía, etc.). Esto ayuda a construir una **mayor transparencia democrática e informativa**.

Regeneración urbana

Es evidente que la regeneración urbana es un proceso transversal que va paralelo a las principales estrategias del Plan pero que es a su vez un proceso imprescindible en Marbella. Cuando hablamos de regeneración urbana hablamos de sostenibilidad: económica, medioambiental y social. Un proceso que paralelo a las estrategias supone un desafío ante el déficit de infraestructuras, la renovación urbana, el equilibrio territorial, el cambio climático y los retos de la eficiencia energética, la gobernanza local son algunos aspectos que este plan debe corregir.

- **Ciudad amable.** Una puntualización se hace necesaria antes de proseguir teniendo en cuenta el gran déficit existente en la ciudad a nivel educativo, sanitario, cultural, movilidad, transporte o infraestructuras básicas. El desarrollo de esa ciudad de excelencia turística debe pasar previamente porque los requerimientos de ese modelo de urbe sea una **ciudad de calidad** donde sus ciudadanos estén plenamente satisfechos de sus estándares de nivel de vida y equipamientos públicos. Una ciudad modélica, moderna y amable para sus habitantes lo será igualmente para sus turistas. En definitiva se trata de desarrollar lo antes mencionado, «una ciudad sostenible» en su más vasto concepto: económica, social y medioambiental que convierta Marbella en una ciudad amable para sus ciudadanos, amable para sus visitantes.
- Reforzar el **negocio local**, la pequeña empresa. Dar facilidades en poner pequeños negocios en zonas donde no hay ningún tipo de servicio como en urbanizaciones, intentando crear –por los menos en las más grandes- urbanizaciones multifuncionales donde mejore además la movilidad sostenible de la ciudad y los desplazamientos evitables. Para ello, una vez más, será la proximidad la **clave planificadora**: pequeños y medianos comercios que, junto a los nuevos equipamientos requeridos, puedan dar soporte a los habitantes de tal manera que éstos puedan desplazarse caminando en un tiempo medio de quince minutos, por lo que, inevitablemente, el incremento de la densidad residencial en determinadas zonas será una tarea fundamental como estrategia urbanística en nuestra ciudad. Para reactivar los centros históricos se podría fomentar un comercio tradicional más especializado y con algunos comercios

como puede ser el los **artesanos y de recuperación de antiguos oficios** (luthiers, guitarreros, esparto, enea, fabricación de velas, etc.) incentivándolos para que se instalen en los centros históricos o en una parte de ella. Para complementarlo podría ser posible instalar un pequeño museo etnográfico de cómo era la vida en Marbella en el pasado.

- **Fomentar la excelencia educativa:** equipar la educación privada y la pública. Corregir el déficit de equipamientos educativos para llegar a esa excelencia educativa que impulse de forma global el nivel cultural de la ciudad y induzca valores que inciten a su renovación como la creatividad y la capacidad de innovación.

Marbella Activa, ciudadanos en movimiento

Este documento ha sido redactado en equipo y con mucha ilusión gracias al esfuerzo de socios activos de Marbella Activa que han dedicado parte de su tiempo con el ánimo de pensar que otra Marbella es posible.

Fotografías portada: Contraste del Poste del Cable: José Quero Zumaquero, al cual agradecemos el haberla cedido de forma desinteresada. Marina de Marbella: Javier Lima Molina