

El "milagro" del turismo de Málaga

La capital prevé crecimientos del 7% este año tras un 2015 histórico

[Ismael Touat](#)



Málaga ha registrado en los últimos años un crecimiento turístico sin parangón. De vivir a la sombra de la Costa del Sol a ser punta de lanza nacional e internacional. "El milagro turístico de Málaga". Así lo definió el alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre, en la presentación de los acuerdos y actos promocionales que llevará a cabo el consistorio en la Feria Internacional de

Turismo (Fitur) de Madrid inaugurada ayer.

Un vistazo basta para comprobar que el turismo ha modificado la fisonomía de la ciudad. Los datos son claros: la capital costasoleña prevé incrementar un 6% la cifra de viajeros alojados en sus hoteles este año y superar los 1,3 millones, tras batir en 2015 su récord histórico con más de 1,1 millones de visitantes.

Las pernoctaciones hoteleras superarán, asimismo los 2,4 millones, un 7% más, tras haberse situado en 2,2 millones, un 5,5% más en el pasado ejercicio. Entre turistas y excursionistas Málaga recibió más de 3,75 millones de visitantes en 2015 con un impacto económico de más de 1.375 millones de euros. En 2016 el Ayuntamiento prevé que roce los 1.500 millones este año. Málaga ha incrementado su cuota en el mercado nacional y muestra incrementos fuertes en emisores como el checo, el austriaco, el chino y, sobre todo, el británico, fiel visitante de la ciudad y su primer cliente.

En el marco de Fitur, para lograr estos aumentos, De la Torre dio a conocer varias iniciativas. En el expositor del Ayuntamiento se presentó el eje formado por las ciudades de Málaga, Sevilla, Granada y Córdoba. Las cuatro capitales crearán un producto turístico que contará con una imagen corporativa propia. Esta oferta y su marca se estrenarán en la feria Jata Tourism Expo, la más importante de Japón, el próximo mes de septiembre.

De la Torre destacó que esta alianza impulsará "el turismo de ciudades, urbano, monumental y cultural" al tiempo que "nos hace más fuerte y más eficaces". Al acto acudieron los cuatro alcaldes. Junto con el regidor malagueño estuvieron el alcalde de Sevilla, Juan Espadas; el de Granada, José Torres Hurtado; y de Córdoba, Isabel Ambrosio. El objetivo es comercializar un circuito por Málaga, Sevilla, Córdoba y Granada destinado a los mercados que se encuentran a más de siete horas de vuelo para no competir con el producto cultural y de ciudad que ofrece de forma individual cada uno de los destinos. "Es una alianza estratégica de cuatro ciudades unidas por el AVE que pondrá en valor elementos como la monumentalidad, la gastronomía o el flamenco", afirmó Espadas.

Por otra parte, el alcalde de Málaga se reunió con el director general de la aerolínea Turkish Airlines en Andalucía, Halid Koca, con quien renovó de nuevo el acuerdo de colaboración con el fin de que la oferta turística de Málaga se promocioe en los grandes mercados turísticos emergentes. No quedó ahí el encuentro, ya que, con el fin de seguir aumentando la conectividad aérea de la capital de la Costa del Sol, Turkish operará 14 vuelos semanales a partir de la temporada alta. Ahora mismo la frecuencia es de un vuelo al día, por lo que la oferta se dobla. Turkish Airlines acerca directamente a Málaga a más de 50 aeropuertos de Europa del Este, Oriente Próximo y Asia, además de al propio mercado turco.

El Ayuntamiento de Málaga también firmó en Fitur un acuerdo con la plataforma Logitravel por el que contará con un micrositio en su web y se promocionará en Traveltool, el portal del grupo para agencias de viaje, y que permitirá a los usuarios diseñar paquetes "a medida" que combinen transporte, alojamiento y experiencias.