

Domingo 16.02.14
SUR

| MÁLAGA | 3

SUCESOS
UN SEGUNDO
TIROTEO EN
MENOS DE UNA
SEMANA EN
MARBELLA DEJA
A UN HOMBRE
HERIDO P28



MÁLAGA
INTENSA ACTIVIDAD
EN ESTABLECIMIENTOS
DE OCIO Y COMERCIOS
EN UN FIN DE SEMANA
CON TEMPERATURAS
ATÍPICAS P22



MÁLAGA SE HACE HUECO COMO CAPITAL TURÍSTICA

Turistas de distintas nacionalidades conocen el entorno en el que pasó su infancia Pablo Picasso. :: CARLOS MOREY

La ciudad lleva dos años como el destino urbano de España que más crece y eso que hace una década el turismo era solo cosa de la Costa del Sol

PILAR MARTÍNEZ

pmartinez@diariosur.es



Titulares como los de que la multinacional coreana elige para su primer foro mundial en España a Málaga, donde ha reunido a diez mil profesionales; que la Copa del Rey de baloncesto bate récord en su celebración en Málaga; que

Mercedes elige esta urbe para presentar su nuevo modelo o que la división de vacaciones de la compañía British Airways incluye a Málaga entre diez ciudades del mundo que elige para que presenten su oferta en su gran cita anual no son casualidad. Son indicadores claros de que Málaga se ha hecho un hueco como capital turística. Además, lo ha conseguido en tiempo récord, en apenas una década. En este periodo, la capital ha experimentado una gran transformación, que partió de dejar de pensar que el turismo era solo cosa de la Costa del Sol hasta conseguir impregnar en la ciudad

la mentalidad de que no solo tiene potencial esta industria sino que cuenta con mucho recorrido.

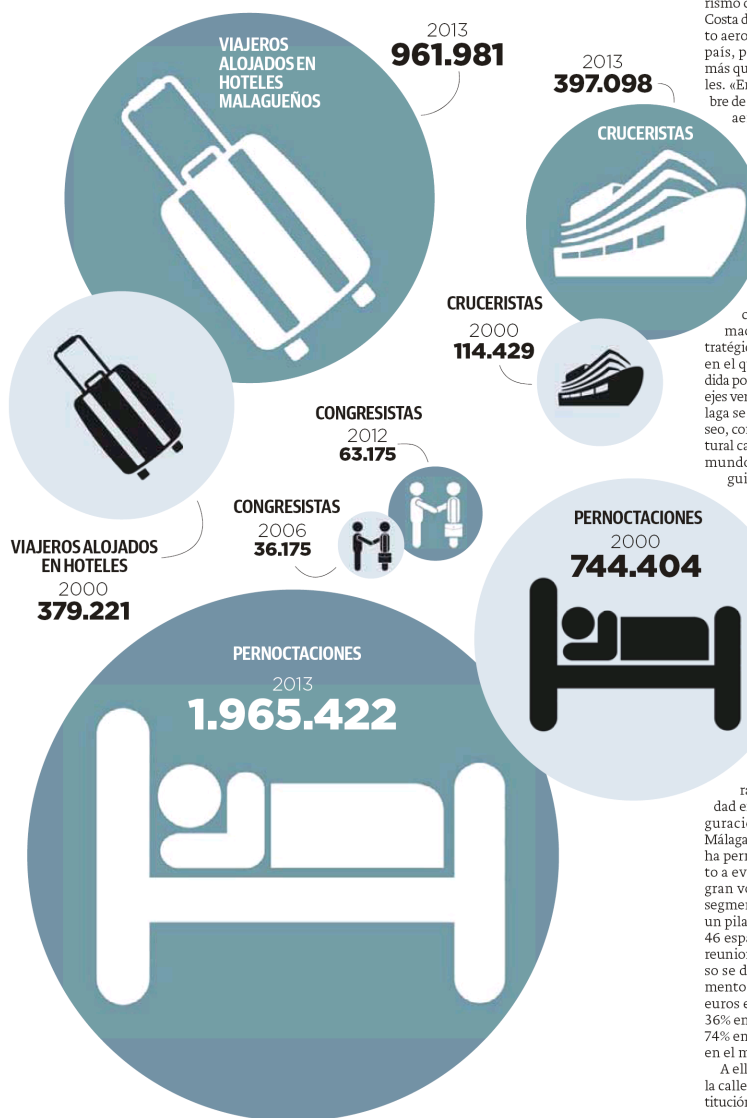
De este despegue hablan por sí solas las estadísticas. Los viajeros alojados en los hoteles de la ciudad se han más que duplicado desde el año 2003, para superar una subida del 153% si tomamos como base el año 2000, en el que los establecimientos apenas albergaban a 379.221 turistas. El pasado año, este dato rozó el millón de personas, según la información facilitada por el área de Turismo de Málaga en base al informe del Instituto de Estadística de Andalucía.

En similares proporciones han crecido las pernoctaciones hoteleras, que si en 2003 se situaban en 867.169, diez años después se acercaban a los dos millones, es decir, un incremento del 164%.

A todo ello ha contribuido la apuesta de grandes cadenas hoteleras que han invertido en esta ciudad en proyectos hoteleros, hasta el extremo de que a principios de este siglo Málaga disponía solo de 24 hoteles, que en 2003 eran 32 y que el pasado año se cifraban en 61, con casi 10.000 plazas alojativas.

A la par que se inauguraban hoteles, la ciudad movía ▶

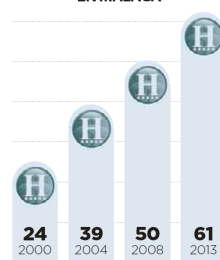
El despegue turístico de Málaga, en cifras



► fichas para dejar de ser el lugar al que llegaba todo el turismo que tantos éxitos aporta a la Costa del Sol, por contar con el cuarto aeropuerto más importante del país, pero donde no se quedaban más que comerciales o profesionales. «En materia turística, el nombre de Málaga no era más que el del aeropuerto. Hoy puede parecerse increíble, pero a principios de la década de los 90 la ciudad no tenía el más mínimo atractivo turístico y algunas guías, incluso, recomendaban a los viajeros obviar el destino», reconocía el concejal de Cultura, Turismo y Deporte, Damián Caneda. El edil sitúa el inicio de la verdadera transformación en el segundo plan estratégico de Málaga, en 2001-2006, en el que se apostó de forma decidida por la cultura y el turismo como ejes vertebradores de la ciudad. «Málaga se concibe como un megamuseo, como un inmenso espacio cultural capaz de atraer la atención del mundo», señaló Caneda, para seguidamente apuntar que hace diez años que la ciudad experimentó su particular 'efecto Guggenheim', con la apertura del Museo Picasso.

Si en 2005 el número de museos en Málaga era de 18 en la actualidad son una treintena entre los que pueden elegir los viajeros. Como hitos principales en este desarrollo turístico caben destacar que en 2003 el Centro de arte Contemporáneo (CAC) inició su actividad expositiva, así como la inauguración del Palacio de Ferias de Málaga y Congresos de Málaga, que ha permitido a la ciudad dar el salto a eventos internacionales y de gran volumen de asistentes. Este segmento se ha consolidado como un pilar turístico, contando ya con 46 espacios para la celebración de reuniones y congresos. Este impulso se deja sentir en que este segmento ha aportado 90 millones de euros en 2013, con una subida del 36% en congresos desde 2006 y del 74% en participantes en estas citas en el mismo periodo.

A ello se une la remodelación de la calle Larios y la plaza de la Constitución, que fue el inicio de un plan

NÚMERO DE HOTELES EN MÁLAGA

de peatonalización que terminará en breve con la mejora del entorno de la Catedral, dentro del Plan Turístico de Málaga, que supone una inversión de 4,6 millones de euros, de los que la Consejería de Turismo y Comercio aporta el 60% y el Ayuntamiento el 40% restante.

En 2005, Málaga suma el Auditorio Municipal y en 2007 estrena la estación marítima de cruceros del dique de Levante, que ha sido clave en colocar a este puerto como el segundo de la Península en el sector de cruceros. Por cierto, que es el único segmento que presenta un saldo negativo de casi un 40% de cruceristas en 2013. Pese a ello, el volumen de pasajeros de estos buques ha crecido desde el 2000 un 247%, hasta rozar los 400.000 viajeros.

Infraestructuras

El año 2007 fue determinante para hacer de la ciudad un destino privilegiado en cuanto a infraestructuras. A la terminal de cruceros se unió la puesta en funcionamiento de la conexión ferroviaria de alta Velocidad con Madrid, que unía ambas urbes en dos horas y cincuenta minutos. En este ejercicio también se abrió el Museo del Patrimonio Municipal.

Ya en 2009 se incorpora a la oferta el teatro Echegaray y en 2010 la ciudad asiste a inauguraciones que marcarán su futuro turístico. Entre ellas, cabe resaltar la apertura de la nueva Terminal 3 del aeropuerto, que permite a esta instalación atender a 30 millones de viajeros al año, más del doble de la actividad actual. A nivel cultural, abrió el Museo Automovilístico de Málaga y el de Vidrio y Cristal, aunque el segundo gran salto en este segmento se produce en 2011 con la pinacoteca Carmen Thyssen de Málaga, que alber-

La entrada de la ciudad de Málaga en el mapa turístico internacional es la historia de un éxito, que como todo triunfo es el resultado del trabajo y el esfuerzo constante de los empresarios, profesionales de todos los sectores implicados en la experiencia vivida por los viajeros en la capital y de las administraciones. El modelo de que la hoja de ruta del turismo de Málaga se diseña mes a mes por un foro que capitanea el concejal de Turismo y que crece en implicación de colectivos

LA OLA
PILAR MARTÍNEZ

LA
HISTORIA
DE UN
ÉXITO

que pueden aportar al avance de esta industria en la ciudad se ha constatado como elemento esencial de este desarrollo. Los buenos resultados de los últimos años, incluso en plena crisis económica, y que se revalidan un ejercicio tras otro, ya ha suscitado incluso el interés de los profesionales de la Costa del Sol, que con medio siglo de experiencia, han visto en este sistema de trabajo un ejemplo a seguir.

De la nada más absoluta en los inicios del 2000, hasta el extremo de contar con una pirrica planta

hotelera, escasos recursos turísticos y cero interés en considerar el turismo como un motor económico de la capital, Málaga ha cerrado el pasado ejercicio como la urbe española que más crece en llegada de turistas. Un logro que revalida por segundo año consecutivo. Como las hormiguitas, la ciudad ha ido cosechando hoteles o museos, transformando su Centro Histórico y creando nuevos escenarios turísticos, como el Muelle Uno.

En este despegue, que se conso-

lida y despierta el interés de grandes operadores europeos y de turistas de mercados emergentes y lejanos, también ha sido clave la marca Picasso, las conexiones ferroviarias de Alta Velocidad, unas estaciones marítimas que dejan a los cruceristas a escasos metros del casco histórico y disponer de un aeropuerto capaz de mover a 30 millones de turistas al año. Todo un lujo, que aporta brillo a un sello con renombre como Costa del Sol, que ya no ensombrece a la capital sino que complementa.

