

por los hosteleros de la ciudad, que advirtieron de que las ventas habían descendido un 10% durante la pasada Semana Santa.

Damián Caneda subrayó que este desfase entre la afluencia y el gasto tiene dos explicaciones. Por un lado está la mayor afluencia de turistas nacionales que extranjeros, invirtiendo la tendencia anterior. La fuerte crisis por la que pasa España afecta a la capacidad adquisitiva de estos visitantes.

Por otro lado, el concejal de Turismo reconoce que hay un sobreesfuerzo de oferta hostelera en el Centro y apuesta por ampliar el Centro Histórico, para que no haya una excesiva concentración en las mismas calles «lleguemos a saturar». Caneda también apunta a la necesidad de crear una oferta comercial propia, que no esté basada en las franquicias: «Debemos tener calles comerciales con comercios propios, que el visitante sólo encuentre en Málaga y no franquicias que hay en todos sitios».

El estudio de la Sopde ha sido realizado a partir de 608 encuestas a visitantes de distinta procedencia y con una muestra a 34 hoteles de la ciudad, que representan el 63% de las plazas ofertadas en Málaga.

Andalucía y la Costa se despiden de las fiestas con más pernoctaciones

► Las estancias crecieron en la provincia y en la comunidad por encima del 2,5 por ciento

L. MARTÍN MÁLAGA
► @opiniondemalaga

■ A pesar de la depresión del mercado nacional y la intermitencia de la lluvia, la provincia de Málaga y Andalucía lograron respectivamente cerrar la Semana Santa con resultados positivos. Según informo ayer la Junta, tanto la Costa del Sol como la región incrementaron sus pernoctaciones respecto a 2012, aunque con un ligero retroceso en el capítulo de ingresos, debido en gran medida a la reducción de la estancia media de los turistas.

De acuerdo con el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, Málaga fue una vez más la demarcación andaluza con mayor número de estancias, 374.290, lo que significa el 34,7 por ciento del total y 2,8 puntos de incremento en relación a los resultados del año pasado. Además, se creció

Los ingresos por gasto diario -295 millones en total- han experimentado según la Junta un leve descenso: el 0,8

La ocupación subió casi 4 puntos en la Costa del Sol hasta alcanzar el 71,4 por ciento de Jueves a Domingo

casi un 4 por ciento en ocupación hotelera. En el conjunto de la semana los establecimientos malagueños consiguieron contratar el 60,6 por ciento de sus plazas; un porcentaje que se estira hasta en el 71,4 si se tiene en cuenta únicamente la fase final de las vacaciones, comprendida tradicionalmente entre el Jueves Santo y el Domingo de Resurrección.

La ocupación, no obstante, es más alta de media en provincias andaluzas con menos plazas ho-

teleras. En el conjunto de la comunidad, el balance sonríe al turismo con un registro de 692.000 turistas y 1.079.053 pernoctaciones, lo que se traduce en puridad en subidas del 6,5 y el 3,4 por ciento. Se trata también de números más altos que los de la Costa del Sol.

La única nota negativa apunta al gasto de los turistas. Andalucía ingresó en Semana Santa un total de 295 millones de euros, cifra que, pese a su voluptuosidad, es un 0,8 por ciento más baja que en 2012. Buena culpa de ello la tiene la caída del presupuesto medio diario, que se situó en los 52,12 euros y de la estancia, que cayó hasta los 6,46 días.

Rodríguez ligó todos estos números al predominio del turismo nacional, más contenido en su gasto y en sus desplazamientos en el último año. El representante de la Junta, en líneas generales, ca-

lificó de «positivos» los registros de Semana Santa, especialmente tras confrontarlos con las dudas climáticas y la situación de crisis económica que atenuza al país. Si es cierto que estas fiestas preludian el comportamiento del verano, el consejero ve razones para enarbolar la bandera del «optimismo moderado», aunque, eso sí, siempre y cuando haya un cambio en la políticas del Gobierno de Rajoy. «Es imprescindible que se dé paso a medidas que favorezcan el crecimiento económico», resaltó.

De todo el periodo festivo, el último tramo, de Jueves Santo a Sábado de Gloria, fue el que computó mayor número de estancias (535.137). Según los informes de la Junta, los turistas dedicaron más de un tercio (38 por ciento) de su presupuesto de viaje a la restauración; un 29,7 por ciento a compras; y un 14 por ciento el alojamiento.

CLIENTE VIP

Reino Unido, mayor subida en 13 años

► El turismo británico, retraído durante los primeros compases de la crisis, volvió a dar el pasado año una lección de fortaleza en Andalucía, donde incrementó sus estancias en un 14,2 por ciento en relación a 2011. La subida es la más pronunciada en el mercado de los últimos trece ejercicios. Además, permitió alejar definitivamente los fantasmas del retroceso apuntado en 2009, cuando la mala relación entre la libra y el euro hizo a muchos turistas de Reino Unido enfilar hacia destinos menos exigentes. Los británicos, sin duda, están de vuelta y son protagonistas en la región. El pasado ejercicio, de acuerdo con la Junta de Andalucía, sumaron junto a los españoles y los alemanes el 72,3 por ciento del total de pernoctaciones de la comunidad.



Un grupo de turistas recorre la populosa calle Larios durante la Semana Santa. C.C.

Los alojamientos andaluces, con mejores números que la media

La región zanjó 2012 con una caída más moderada y el liderazgo indiscutible entre la clientela nacional

L. M. MÁLAGA

■ Andalucía resistió mejor que el conjunto de España el retroceso experimentado por la industria turística durante el pasado año, en el que la mayoría de los alojamientos registraron pérdidas en el apartado de la clientela. De

acuerdo con el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, la comunidad fue, además, la región con más tirón del país en lo que respecta al público nacional y la cuarta en relación a los extranjeros.

En total, Andalucía, zanjó el ejercicio con 51,5 millones de pernoctaciones, un 1,3 por ciento menos que en 2011. Se trata, también en este punto, de la cuarta cifra más abultada del país tras Canarias, Cataluña y Baleares -las islas, según Rodríguez, se beneficiaron de estancias más prolon-

gadas-. El descenso resultó, por su parte, más acentuado en el conjunto nacional (-1,7 por ciento).

El mismo esquema se reproduce en lo que se refiere a los viajeros, aunque con una variación importante en la comparativa estadística: Andalucía, con 16,6 millones de turistas se situó esta vez como el segundo destino español más demandado. Y eso a pesar de perder un 2 por ciento de clientes en comparación con 2011 -a nivel nacional la bajada vuelve a ser ligeramente superior, del 2,4 por ciento-.

La región consolidó su liderazgo entre los turistas españoles, que aportaron el 50,3 por ciento de las estancias, aunque con una dinámica bastante más a la baja que la de los extranjeros. De hecho, el mercado internacional volvió a crecer en Andalucía, con un 4,8 por ciento más de pernoctaciones, lo que convierte a la región en el cuarto destino más demandado por la clientela de fuera del país. «Andalucía resistió mejor la crisis en un año complicado, mostrando su fortaleza y solvencia, por lo que podemos estar razonable-

mente satisfechos», puntualizó el consejero.

La menor dependencia hacia el turismo nacional hizo que la Costa del Sol obtuviera mejores resultados que el conjunto andaluz, con 4.350.578 de viajeros alojados, un 0,2 por ciento menos que en 2011, y 16.030.796 pernoctaciones, lo que representa, incluso, una subida. En concreto, del 0,7 por ciento. La ocupación media también reflejó una evolución positiva, de 0,9 puntos, hasta alcanzar el 54,8 por ciento de las plazas totales disponibles.