

## TEMPORADA ALTA



Francisco M. Pastor

AGO\_07\_014

# La transformación más esperada

Marbella vuelve a mostrar este verano lo mejor de su oferta turística

La capacidad de regeneración de Marbella merece una tesis doctoral o, al menos, un análisis de esos que la Junta de Andalucía encarga de vez en cuando sobre un determinado aspecto del turismo. Que una ciudad que durante más de una década ha aguantado un saqueo tan sangrante por parte de una panda de desalmados y, posteriormente, dos años de dimes y diretes, detenciones, 'tomates' y escándalos varios esté otra vez este verano como si nada hubiera pasado, con ocupaciones que superan el 90%, es, desde luego, impresionante. Ejemplos de esta recuperación los hay y muchos. En todos los sentidos. El pasado viernes por la noche **Julio Iglesias** ofreció en el hotel Don Carlos un exclusivo concierto para 238 personas. De hasta veinte nacionalidades diferentes. Por el módico precio de 1.500 euros, sí lo han leído bien, los asistentes pudieron disfrutar de una actuación privilegiada de una hora y media de duración y una cena de gala regada con Dom Perignon. Esa Marbella, que algunos intuyen, otros no han visto nunca y otros más han querido destruir, es la que ha hecho famosa a la Costa del Sol. Y ahora ha renacido. Que sea por mucho tiempo.

## Rebelión contra Zoreda

► A principios de julio se publicó el informe de coyuntura que periódicamente edita la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur). Es uno de los documentos de trabajo más esperados por los periodistas especializados, que son conscientes del buen hacer de este 'lobby' empresarial que, curiosamente, empieza a ser visto con recelo desde algunos ámbitos. En el último foro de la Asociación de Periodistas Turísticos de la Costa del Sol (Apertur), el consejero de Turismo, **Sergio Moreno**, negó de forma categórica que las expectativas de los empresarios andaluces sean tan malas como las que se dice en el estudio. Más recientemente, algunos empresarios y presidentes de asociaciones han arremetido contra el vicepresidente de Exceltur, **José Luis Zoreda**, convertido en la cara visible de esta asociación. Dice el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), **Joan Molas**, que se ha cansado de las constantes salidas de tono de Zoreda y así se lo ha hecho saber al presidente de la alianza turística, **José María Rosell**, mediante una carta en la que expresa el malestar de los cerca de 9.000 establecimientos hoteleros asociados a la organización por "generar alarmas innecesarias en el sector con sus continuas manifestaciones públicas a través de los medios de comunicación". En fin, resulta curioso que un sector que se caracteriza por sus lloros continuos se enfade ahora porque Zoreda haga públicos los motivos de esas quejas.



José Luis Zoreda.

## El turismo de calidad

► En la plaza del Carbón, en pleno centro de Málaga, el restaurante **Mariano** ha abierto hace unos días una terraza que encierra en sí misma la definición de turismo de calidad. Ojalá cunda el ejemplo y aparezcan muchas más terrazas así. Claro que sería aún mejor que no tuvieran que convivir con las decenas de bolsas de basura que a cualquier hora del día se siguen viendo en las calles. ■