

La Costa confía en un nuevo repunte turístico pese a la moderación de julio

La provincia cuenta con todos los indicadores a favor para firmar un verano muy positivo

L. Martín [20.07.2014](#) | 05:00

El crecimiento acumulado del año se apacigua en este mes, que culminará presumiblemente con una ocupación parecida a la del pasado ejercicio

Una vez recuperada la estabilidad, y enterrada definitivamente el hacha de guerra en la hostelería, el turismo, verdadero estímulo económico de la provincia, se prepara para vivir un verano en plena ebullición. Después de un curso de crecimiento acelerado, las expectativas, allanadas por la confianza de la clientela, se multiplican. Hasta el punto de ni siquiera tener en cuenta la moderación de la demanda de las últimas semanas, que, aunque positivas, han resultado menos boyantes de lo que se esperaba.

Los empresarios, de naturaleza habitualmente precavida en sus juicios, lo tienen claro. La Costa del Sol volverá a pasar por la temporada alta como un bólido. Por segundo año consecutivo, las cifras, al menos en lo que respecta a llegada de turistas y pernoctaciones hoteleras, se situarán de nuevo cerca de los umbrales anteriores a la crisis. Y, además, sin tener que compensar, como viene siendo habitual, el agujero dejado por un invierno desastroso; esta vez, y pese al descenso de actividad respecto al verano, no hubo que lamentar grandes pérdidas respecto a 2013. La provincia, a nivel turístico, funciona. Y lleva ya desde mayo del pasado año en una senda de crecimiento ininterrumpido.

Miguel Sánchez, responsable de Turismo en la patronal andaluza, ratifica las apreciaciones expresadas en este mismo periódico por Francisco Moro, de Aehcos, para Málaga capital: el verano significará un nuevo paso hacia adelante para la industria. Aunque, eso sí, no tan abultado como en los meses anteriores, acostumbrados a puntuar cerca del récord y del hito.

La explicación, en cierto modo, es sencilla. La temporada alta resultó el pasado año extraordinariamente positiva, lo que dificulta seguir ganando puntos en la comparativa. No obstante, se confía en empatar los resultados, e, incluso, superar la marca de 2013. Sobre todo, en julio, que es el mes que está funcionando de un modo más renqueante, con unas expectativas de ocupación similares a las del ejercicio anterior, cercanas al 81 por ciento.

Para agosto se espera que la demanda vuelva a copar casi el total de las camas disponibles. En este caso, acota Miguel Sánchez, se trata más de un cálculo basado en la estadística que en movimientos reales, porque las ventas vuelven a vivir de las reservas de última hora. La planificación, de momento, atiende más a septiembre, cuyo régimen de contrataciones permite fantasear con un comportamiento infalible.

Superado el ecuador del mes de julio, el éxito de la campaña está garantizado. Además, en todos los órdenes, incluidos, los más reacios, como el empleo, que suma un incremento del 3,5 por ciento entre enero y mayo, y la rentabilidad, que en apenas dos meses, y según Exceltur, avanzó un 13 por ciento –la cifra se refiere a los ingresos por habitación–.

En cuanto al apaciguamiento de la subida en este mes de julio, Sánchez apunta al turismo extranjero. Y, en especial, a los rusos, que han pasado de elevar sus pernoctaciones un 14 por ciento a descender en más de 6 puntos. Las razones, la pérdida de peso del rublo y la crisis con Ucrania.

La bajada del pistón del crecimiento se traslada también a los chiringuitos. Norberto del Castillo, presidente de la Federación Andaluza de Empresarios de Playas, observa, en los dos últimos meses, una caída «inexplicable» del consumo. «La ocupación sigue siendo muy alta, pero las ventas no lo son», sostiene.

No obstante, las cifras globales son igualmente positivas. A pesar del retroceso de las últimas semanas, la temporada arroja todavía un saldo positivo en los chiringuitos. Y resta aún el mes por antonomasia del turista español, que es el que maneja los tiempos en este tipo de establecimientos. Málaga navega al fin con las velas extendidas.