



Imagen de la soledad en que se encontraba el viernes a las 13.30 horas un conocido chiringuito de la zona costera del Tanillo, en la capital almeriense. (CUBOQUE/LEA)

La Costa del Sol es el destino que mejor esquivo la crisis económica

LEONOR CABRERA

MÁLAGA.—La Costa del Sol es el destino vacacional de la península que mejor está esquivando la crisis, según se desprende del último informe de perspectivas turísticas elaborado por la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur). En concreto, durante el segundo trimestre del año las pernoctaciones hoteleras en el litoral malagueño crecieron un 7,2 por ciento, muy por encima de los incrementos registrados en algunos de sus competidores, como la Costa Cálida de Murcia o la Costa del Maresme en Barcelona.

De hecho, en España tan sólo se registraron en ese periodo mejores resultados que en la Costa del Sol en los destinos insulares. Por ejemplo, la isla de Fuerteventura experimentó un incremento en las pernoctaciones del 21,3%, mientras que en la isla de Menorca crecieron un 11,5% y en La Palma, en Tenerife, un 9%.

Exceltur constata en su informe que tanto la Costa de la Luz de Huelva como la de Cádiz sufrieron durante el segundo trimestre del año descensos en las pernoctaciones del 1% y del 2,8%, respectivamente, mientras que en la Costa de Almería cayeron un 3% y en la Costa Tropical de Granada un 10,2%.

Caída de la demanda

De hecho, según la Encuesta de Clima Turístico de Exceltur, los empresarios andaluces constataron una pérdida de rentabilidad de sus establecimientos durante el segundo trimestre del año.

Para Exceltur, la explicación a estos descensos está en la caída de la demanda de servicios turísticos por parte de los españoles, que en el caso de Andalucía tiene una mayor incidencia debido a la elevada dependencia del mercado nacional.

La malagueña Costa del Sol está sufriendo una excepción a lo que sucede en Andalucía, ya que en esta zona del litoral sí que la demanda nacional está teniendo un buen comportamiento y la demanda extranjera muestra síntomas de fortaleza.

En cuanto al comportamiento de Málaga capital, es el tercer destino urbano en el que más han crecido las pernoctaciones en el segundo trimestre del año: tan sólo se han comportado mejor Almería, que sube un 27%, y Zaragoza, con un 12,6%.

Exceltur achaca en su informe esta buena marcha del destino de Málaga al «tirón que ha ejercido el AVE sobre el turismo doméstico», lo que ha incidido en el hecho de que la capital pueda esquivar mejor que otros destinos la ralentización de la demanda turística durante los meses primaverales de 2008.

Las paellas para diez han pasado a la historia

ÁFRICA SEMPRÚN

ALMERÍA.—Consiguir comer en un chiringuito sin haber hecho reserva dos días antes era misión imposible en toda la costa de Almería. Pero los tiempos han cambiado y la actual crisis económica afecta a todos por igual, tanto a empresarios como a consumidores. Lo difícil hoy en día es no conseguir mesa, sea la hora que sea.

Los dueños de restaurantes y chiringuitos tanto de Aguadulce como de Almería capital coinciden en denunciar que el volumen de facturación de sus negocios ha caído entre un 30% y un 40% de media en lo que va de año. Una situación que, según explica Ángel, uno de los dueños del restaurante Amarre, llevan «arrastrando desde septiembre».

No sólo los restauradores se ven afectados por la poca afluencia de gente. Los proveedores también ven resentido su negocio, puesto que los restaurantes piden de media un 28% menos de viveres a la semana. Según detalla un comercial de Indalpesa, la demanda de materias primas ha descendido notablemente debido a que los empresarios «apuraron mucho lo que ya tienen comprado y hasta que se acaba no piden nada nuevo, porque ya no tienen asegurado que el género vaya a tener salida».

El pistoletazo de salida a la mala racha lo dio la noche de San Juan, el 23 de junio, en la que se facturó un 50% menos que la misma noche de 2007. La situación se ha mantenido a lo largo de julio. Los más positivos esperan que agosto, que siguiendo con la tónica general del verano ha comenzado muy flojo, «salve la temporada»; pero otros, mucho más negativos o realistas, aseguran que queda muy poco por hacer. «Se nota que la gente tiene menos dinero, la hipoteca ha subido para todos.

La facturación de los chiringuitos almerienses baja por la crisis hasta un 40% porque «hay más clientela de caña y tapa, y menos de comida y copa»

Hoy en día, comer en un restaurante se ha convertido en un artículo de lujo», asegura Ángel, cuyo local está en el paseo marítimo de Aguadulce.

Uno de los termómetros que mejor reflejan la baja afluencia de clientela es el número de personas que tienen contratados para afrontar el periodo estival. En líneas generales, hay un 50% menos de personal que el año pasado.

Fernando Berenguer y su mujer llevan 31 años al frente del chiringuito El Espiñón, al final de la playa capitalina de El Palmeral, y éste es

el primer año en mucho tiempo que viven un verano «tan flojo». Fernando dice que lo normal es tener en plantilla a cuatro camareros y dos cocineras, pero que este año, debido a los pocos clientes que tienen, con dos camareros y una cocinera están «sobrados».

Antonio Alonso Pérez, dueño desde hace 48 años del chiringuito El Sevillano, en la playa de Nueva Almería, afirma que está recibiendo un 70% menos de clientela que el año pasado: «Salvan más o menos la temporada la clientela fija y los

«Más fritos, menos gambones»

La subida de la hipoteca y de los bienes básicos hace que los clientes cada vez consuman menos. Las tapas y los bocadillos han desterrado a las raciones, los platos combinados y las paellas. Y cada vez son más los que se llevan la nevera portátil a la playa.

Laura Casal, dueña de Casa Nostra, dice que se limitan al menú de ocho euros y que sobre todo piden tapas y agua. Ángel, del restaurante

Amarre, destaca que los clientes se gastan de media diez euros menos por cabeza que el año pasado: «Cada vez se piden más fritos y cervezas y menos vinos y gambones», resume. «Como servimos buenas tapas, con que se pidan dos o tres ya están comidos», dice Fernando Berenguer, dueño de El Espiñón.

La crisis no se nota sólo en el descenso del consumo. Las horas que los clientes

pasan en los chiringuitos han bajado vertiginosamente.

«Si el año pasado a partir de las doce ya tenía la barra llena, este verano la gente no empieza a venir hasta las dos. Pero en vez de quedarse a comer se piden una caña y a casa», dice Vicente, dueño de El Tiburón Alegre.

Pancho, encargado del Tío Matías, en la playa de Aguadulce, asegura que no ha notado mucho descenso en la afluencia de clientes pero que el problema radica en que éstos consumen un 25% menos: «Hay más clientela de tapa y caña y menos de comida y copa».

domingos, que es cuando hay más movimiento». El equipo con el que Antonio afrontaba cada verano estaba compuesto por 17 personas, entre camareros y cocineros. Este año empezó con 15 empleados, a fecha de hoy sólo mantiene a diez de los que empezaron y asegura que se está viendo obligado a despedir a tres o cuatro más trabajadores si el verano no remonta.

Laura Casal, una italiana afincada en Roquetas de Mar, lleva 31 años regentando el chiringuito Casa Nostra y denuncia que la mala temporada por la que están pasando los negocios «no es nueva», ya que el año pasado «ya fue malo». Con ella trabajan dos muchachos más como camareros de sala y una mujer cocinando. Asegura que a sus 64 años no está para trabajar tan duro como antes, pero que con el negocio «tan parado como está» no se puede permitir contratar a nadie más.

Los clientes de «toda la vida» son los que le dan vida al chiringuito El Tiburón Alegre, del que es dueño desde hace 21 años don Vicente. Gracias a los fines de semana, que es cuando se pueden llegar a llenar los sitios, los diferentes chiringuitos rentabilizan la temporada. «Ya no hace falta reservar entre semana, aunque menos mal que todavía es necesario hacerlo para poder encontrar sitio los sábados y los domingos». Vicente explica que, antes de la crisis, a partir del 15 de julio «todos los días eran domingos».

Las paellas para diez han pasado, de momento, a la historia. Pancho, encargado del chiringuito Tío Matías, en la playa de Aguadulce, asegura que no ha notado mucho descenso en la afluencia de clientes pero que el problema radica en que éstos consumen un 25% menos: «Hay más clientela de tapa y caña y menos de comida y copa».