



El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, y la alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz, anoche en la presentación de esta acción. :: JOSELE-LANZA

Andalucía innova con una campaña de verano interactiva con el turista

La acción, con un coste de un millón de euros, incluye una web para atender sugerencias de los viajeros y relatos de sus vacaciones

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. 'Necesitas vacaciones, necesitas Andalucía'. Con este mensaje tan directo, la región se presenta como el lugar ideal para escapar de las malas noticias, de los mensajes negativos y cargarse de energía positiva en la campaña de verano que fue presentada ayer y en la que la Consejería de Turismo y Comercio. La principal novedad de esta acción radica en que por primera vez

se ha abierto una ventana interactiva entre el destino y el turista potencial o el que ha disfrutado de sus vacaciones en algún rincón andaluz. El objetivo es sugerir viajes a medida en función de las peticiones que recojan en www.necesitasandalucia.com o dejar constancia de su vivencia en la región.

El consejero de Turismo y Comercio de la Junta, Rafael Rodríguez, presentó ayer al sector turístico andaluz esta acción, en la que se ha invertido un millón de euros. La mitad del presupuesto está destinado a promocionar Andalucía en España y el resto se divide entre los principales mercados emisores internacionales: Reino Unido, Alemania y Francia. La campaña se activará el próximo lunes y terminará el 15 de julio.

El club de playa de Los Monteros, un establecimiento que cumple medio siglo de vida, fue el escenario elegido para la puesta de largo de una acción con la que se pretende impulsar las ventas para el periodo más importante de esta industria, según explicó Rodríguez. Los relatos de las mejores vacaciones de destacados andaluces, contadas en primera persona, y un final de fiesta a cargo de la cantante malagueña Vanessa Martín sorprendieron a los asistentes a

este evento, que coincidió con el inicio oficial del verano.

Rodríguez explicó: «con esta acción queremos también consolidar la marca Andalucía como símbolo de un destino líder en la temporada de verano». Además, destacó la importancia de poner al servicio del sector los instrumentos necesarios para garantizar una buena temporada turística. «El sector se la juega en verano, porque entre junio y septiembre se concentran en torno al 43% de los viajeros y el 48% de las estancias del global del año», aseguró. En este sentido apeló a la solidaridad de los andaluces para que pasen sus vacaciones en la región. «Es bueno conocer mundo, pero a veces ese mundo comienza a 15 kilómetros de casa», matizó.

La acción se activará el próximo lunes en España, Reino Unido, Alemania y Francia

Málaga, entre los destinos urbanos del litoral español con saldo positivo en la rentabilidad hotelera

:: P. MARTÍNEZ

MÁLAGA. La capital malagueña es uno de los destinos urbanos del litoral español que mejor comportamiento ha registrado en cuanto a la rentabilidad hotelera y el empleo en los cuatro primeros meses del año, según el Barómetro de Destinos Turísticos presentado ayer por la alianza Exceltur. Este informe revela que esta ciudad, a diferencia de la mayoría de las del interior, muestra resultados más alentadores, beneficiándose, en parte, por la proximidad a

destinos de sol y playa. Así el empleo turístico creció en Málaga un 2%, mientras la rentabilidad mantuvo un saldo positivo del 0,1% en el indicador RevPAR, que mide las ganancias del hotelero por habitación.

Por contra, la Costa del Sol mantuvo un comportamiento dispar en el inicio del año. El informe de Exceltur revela que Torremolinos cerró el cuatrimestre con un descenso del 0,2% en empleo y una subida del 8,4% en RevPAR, rompiendo la tendencia negativa del pasado año gracias a una mayor afluencia turística extranjera. De hecho, Exceltur apunta que este municipio ha recuperado los niveles de rentabilidad de 2009 (29,8 euros). Frente a ello, Marbella reduce un 1,9% el empleo y un 3,4% en RevPAR, así como Estepona, con una caída de casi seis puntos en puestos de trabajo y de un 0,2% en rentabilidad de los hoteles.

Aena ampliará un 22% la superficie comercial de los siete aeropuertos con más tráfico

:: P. M.

MÁLAGA. El presidente de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (Aena), José Manuel Vargas, avanzó ayer la propuesta de incrementar un 22% la superficie comercial de los siete aeropuertos con mayor volumen de tráfico, entre los que se encuentra el de Málaga. Esta medida forma parte del Plan Estratégico de la compañía hasta 2014, que Vargas presentó en la XXII Asamblea Anual de Airports

Council Internacional (ACI) Europa, que se celebra en Madrid.

En este sentido explicó que se está reestructurando la actividad comercial de la compañía, que supondrá incrementar el 22% la superficie comercial de los siete aeropuertos con más tráfico de la red (Alicante, Barcelona-El Prat, Gran Canaria, Madrid-Barajas, Málaga-Costa del Sol, Palma de Mallorca y Tenerife Sur). También anunció la convocatoria del concurso más grande del mundo de tiendas libres de impuestos (duty-free).

En su intervención, José Manuel Vargas, destacó que la inversión realizada por Aena Aeropuertos en los últimos diez años ha permitido a la red conseguir una ventaja competitiva en capacidad respecto a otros aeropuertos de su entorno.

EN BREVE

La capital malagueña acoge dos congresos con 7.500 participantes

NEGOCIO

:: **SUR.** Málaga capital acogerá entre los meses de agosto y septiembre dos de los más importantes congresos profesionales de la comunidad médica y universitaria, que tendrán un impacto económico en la capital de once millones de euros, según los cálculos del capítulo español de Meeting Professionals International (MPI), que cifra en 400 euros el gasto diario de cada turista participante en estas reuniones. Serán más de 7.500 congresistas.

La Junta amplía el plazo para acogerse a los créditos del Fomit

SECTOR

:: **SUR.** La Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía ha ampliado hasta el próximo día 30 de junio el plazo para acogerse a la línea de préstamos bonificados para planes y proyectos de modernización de destinos turísticos maduros de Andalucía (Fomit), que está dirigida, principalmente, a entidades locales, sociedades públicas y consorcios que desarrollen este tipo de actuaciones, según informó la Consejería en un comunicado.



Alonso recibe el premio. :: A. A.

Ideal premia la labor de Luciano Alonso en la promoción turística

SECTOR

:: **P. M.** El anterior consejero de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta Luciano Alonso recibió la noche del pasado miércoles el premio Ideales 2011, que concede el periódico IDEAL, en reconocimiento a su labor en la promoción turística de Granada. El galardón fue compartido con la Diputación granadina, también distinguida por su contribución a la difusión de los reclamos turísticos de la ciudad de la Alhambra. El director de dicho medio, Eduardo Peralta, entregó el premio a Alonso.