



Turistas y bañistas disfrutan de los últimos rayos de sol en la playa de La Malagueta. ÁLEX ZEZA

El excelente verano de la Costa saca de la UVI a la rentabilidad hotelera

► Los empresarios, según Exceltur, registran un tímido avance en los resultados respecto a 2012

L. MARTÍN MÁLAGA
 @opiniondemalaga

■ Una vez más. Y van ya más de cinco. Aunque en esta ocasión con el agravante de que el balance, en lo que respecta estrictamente al verano y a su goteo incesante de estancias y turistas, ha venido acompañado de grandes muestras de entusiasmo. Incluso, de vítores. La rentabilidad empresarial, al igual que el empleo, se ha vuelto a quedar fuera de la gran fiesta del turismo, aunque con una diferencia notoria. Después de largas temporadas de retroceso, los hoteles recuperan al fin el tono positivo; si bien muy lejos del nivel del resto de indicadores, pero, al menos, crecen.

Según la encuesta de Exceltur, el llamado mejor verano de la historia en Andalucía ha dejado las cuentas de la Costa del Sol con mucho mejor aspecto que las de otros puntos del país. Si la tendencia nacional en lo tocante a los ingresos sigue siendo abrasiva, en el litoral de la provincia se empiezan a detectar síntomas de una moderada alegría. Los nú-

meros de los establecimientos, todavía muy lejos del resto de registros, pueden presumir como consuelo de haberse reenganchado con una senda que no es precisamente anodina: la de la subida, aunque sea ajustada y en relación a la marca anterior, la de 2012.

Los datos de Exceltur señalan que el 60,8 por ciento de los negocios consideran que han mejorado las ventas. Un avance que todavía no se ha dado en otros destinos del país, especialmente los alejados de la costa, que reflejan la perseverancia de un clima cercano al pesimismo. En el conjunto de España, siete de cada diez han estrechado aún más sus márgenes de rentabilidad y el 60,6% -una proporción similar a la de Málaga, si bien radicalmente a la inversa- ha obtenido menos ingresos.

El tímido, aunque alentador, crecimiento de la riqueza en la Costa obedece fundamentalmente a la subida de las pernoctaciones, pero también a políticas de ajuste que tiene mucho que ver con el movimiento de precios. En cualquier caso, y como viene siendo habitual, los resultados no son uniformes. De nuevo, Marbella mantiene su velocidad aparte, con un incremento de los ingresos por habitación del 7 por ciento. La buena noticia esta vez es que se le ha unido en el demarraje otro municipio turístico, Torremolinos, con un salto muy a tener en cuenta en este ítem: del 13,2%.

La recuperación, en suma, es el reflejo, todavía frío, del excelente comportamiento del verano, que ha dejado en la provincia unos números incluso superiores al de otras zonas turísticas. Especialmente, en lo que se

Optimismo
 Porcentaje de empresas en crecimiento en el litoral andaluz
60,8%

Porcentaje de empresas en crecimiento en España
40,4%

APROBADO

La Junta presenta hoy el Plan Director

► La Mesa del Turismo, órgano asesor de la Junta en la materia que integran también los sindicatos UGT y CCOO y la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), aprobó ayer en Almería el Plan Director de Promoción de Andalucía para 2013-2016. El proyecto, que será presentado hoy en Málaga, recoge la planificación turística estratégica de la Junta para los próximos años. El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, abogó por seguir impulsando la promoción turística de Andalucía de manera coordinada y unitaria.

refiere al mercado nacional, que lejos de moderar su caída como en el resto de país, ha registrado una subida. Los extranjeros, por su parte, han continuado felizmente a lo suyo, equilibrando la balanza de pagos, y con un protagonismo que cada vez repara

LAS CLAVES

EMPLEO

Más de 11.525 puestos de trabajo creados en España

► España vuelve al crecimiento tras un año y medio en recesión. Las buenas cifras del verano se han traducido además en la creación de 11.525 puestos de trabajo, lo que significa un 1,1 por ciento más en relación al año pasado.

DESIGUALDAD

Agencias de viajes y operadores, los de peores cifras

► Los resultados económicos han sido, a la postre, muy desiguales. La situación de los hoteles de la Costa, más halagüeña, contrasta con el hundimiento de agencias de viajes y touroperadores. En cuanto a los hoteles, el balance es positivo en Canarias, Baleares y Cataluña. En Andalucía la subida es más moderada.

PRECIOS

Más ingresos a cambio del movimiento de tarifas

► El informe de Exceltur detecta una caída de los precios abultada en los hoteles urbanos, que se han visto obligados en muchos casos a rebajar sus pretensiones económicas para mantener el crecimiento.

más en el ascenso de los rusos. Los turistas del ex gigante soviético, sin ir más lejos, forman parte ya de los cuatro grupos más numerosos este verano, junto a británicos y alemanes, que han recuperado, además, su apetito consumista.

A nivel nacional, y a pesar de la nueva bajada en ventas, la buena marcha del sector también ha servido para sacar pecho frente a la crisis. Por primera vez en los últimos años, y tras dieciocho meses consecutivos en retroceso, la industria se ha apuntado a la vuelta al crecimiento. Y, además, con intensidad. Hasta el punto de obligar a Exceltur a modificar al alza las previsiones del PIB sectorial para este año: el turismo ya no cerrará el curso en España con un descenso del 0,4 por ciento, sino con una subida del 0,2.

Una lectura, esta última, en positivo que no debe llegar según la asociación a ningún tipo de triunfalismo o pensamiento obsecuente. De hecho, Exceltur exige más aportación económica del Gobierno para afianzar la vuelta al progreso.