

TURISMO EN CIFRAS ▶ BALANCE DE MÁLAGA CAPITAL



Málaga toca el cielo turístico durante 2012

M

Málaga es el segundo destino urbano de España que más crece gracias al buen comportamiento de los mercados internacionales, que registran un incremento del 8%, según el balance turístico correspondiente al 2012.

Un total de 954.946 viajeros se alojaron en los hoteles de la ciudad entre enero y diciembre del año pasado, lo que supone un incremento del 5,5% con respecto al 2011, según el balance turístico de Málaga que recoge datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). De esta forma, Málaga fue el año pasado el segundo destino urbano de España que más creció, sólo por detrás de Bilbao, y por delante de Córdoba, Sevilla, Zaragoza, Madrid, Granada, Valencia o Barcelona.

Málaga creció también más que la media de la provincia, más que el conjunto de la comunidad autónoma y más que la media de España debido al comportamiento de los mercados turísticos internacionales, según el Consistorio.

Por otra parte, en el estudio se señala que por segundo año consecutivo, la cifra de extranjeros alojados en los hoteles de la ciudad ha superado a la de nacionales. En concreto, en el 2012 se alo-

La capital es el segundo destino urbano que más crece de España, con un incremento del 8%, y supera a Torremolinos en cuanto a número de visitantes

jaron en los establecimientos hoteleros de la capital un total de 495.567 extranjeros, lo que supone un incremento del 8,01%.

Por lo que respecta a las pernотaciones, el año pasado los hoteles de la ciudad registraron un total de 1.816.805 estancias, lo que supone un incremento del 5,32% con respecto al 2011. También en este parámetro Málaga fue el segundo destino urbano de España. Dentro del mercado nacional, las comunidades que más crecieron en el 2012 fueron Andalucía, con 252.171 turistas, y Cataluña, con 36.432 visitantes.

Por otra parte, entre los mercados internacionales, fueron Finlandia (un 46,71% más), Japón (44,83% más), Noruega (44,49% más), Francia (31,65% más), Rusia (30,33% más), Bélgica

(19,83% más), Suecia (16,75% más) y Estados Unidos (14,33% más) los países que más incrementaron su cuota de viajeros en Málaga. Aún así, los mercados extranjeros más importantes para la ciudad de Málaga siguen siendo el Reino Unido con 71.609 turistas, Francia con 55.120 turistas y Alemania con 40.497 turistas.

El puerto de Málaga se mantiene como el segundo de la Península en número de cruceros y cruceristas, sólo por detrás de Barcelona.

Respecto a los ingresos generados por estos turistas en un año, según los datos del Ministerio de Fomento, la ciudad obtuvo un ingreso bruto de casi 48 millones de euros, lo que le convierte en el quinto destino de España en el que más gastaron estos turistas.

José Antonio Gómez

▶ ALCALDE DE OJÉN Y PRESIDENTE DEL GDR SIERRA DE LAS NIEVES

«Innovar para preservar lo auténtico, ese es nuestro objetivo»

LA OPINIÓN MÁLAGA

Defina el sentir turístico de Ojén.

Ojén se enmarca en una atalaya sobre el Mediterráneo y siente el abrazo de la Sierra de las Nieves. Con estos dos elementos se conforma un paisaje único, una naturaleza inimitable porque si por algo se caracteriza la villa es por ofrecer al visitante una experiencia andaluza auténtica.

¿Qué pondría en valor de su municipio?

Más allá del patrimonio cultural e histórico, Ojén se caracteriza por haber mantenido vivos los usos y costumbres del pasado poniéndolos en valor, rescatando los espacios de uso cotidiano en el pasado y otorgándoles un uso actual. Tal es el caso del

Museo del Molino de Aceite, que se transforma en punto de información turística, y en sala expositiva que comparte con las cuevas cerradas de Ojén, de antiguo uso ganadero, ser uno de los escenarios del festival de pop rock independiente Ojeando Festival. Innovar para crecer.

¿Cuáles son las tareas más inmediatas del GDR Sierra de las Nieves en materia turística?

Como presidente del GDR Sierra de las Nieves tengo claro que en la innovación está el futuro. La comarca tiene que subirse al tren de las nuevas tecnologías para poder contar sus excelencias turísticas y permitir que los visitantes vivan lo que nosotros vivimos todos los días, lo auténtico. Precisa-



José Antonio Gómez, alcalde de Ojén.

mente los 30 productos turísticos que presentamos en Fitur 2013 hacen referencia a eso, a vivir la experiencia, a integrarse con sus gentes, a disfrutar de manera plena e íntegra de la naturaleza.

¿Y el objetivo?

Vivimos en una comarca excepcional, galardonada con los premios EDEN y SKAL, con un potencial turístico excepcional y que tiene en la naturaleza y en lo auténtico de sus gentes y municipios su máximo exponente. Innovar para preservar lo auténtico, ese es nuestro objetivo.

Ojén, inspiración para los sentidos

Ayuntamiento de Ojén (Málaga) Camino de Marbella, 3
29610 • Ojén • Tel.: 952 881 003 www.ojen.es