

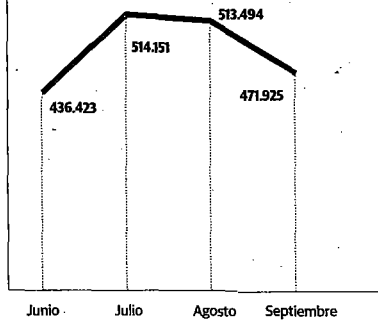
El negocio del turismo (De junio a septiembre de 2011)

VIAJEROS



Los hoteles acogen en verano la mitad de los clientes del año, que suman 4,3 millones

Andalucía 6.423.038 en verano, con una subida del 3,7%, de los 8,9 millones del conjunto del año



COSTA DEL SOL
+4,4%
Viajeros alojados en hoteles: 1.935.993

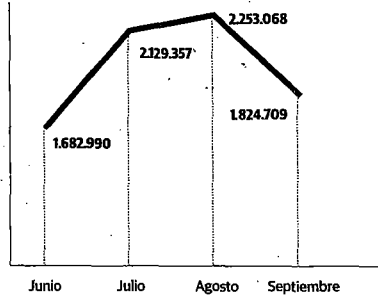
ANDALUCÍA
+3,7%
Viajeros alojados en hoteles: 6.423.038

PERNOCTACIONES



En verano se registran 7,8 millones de las 15,8 millones con que cerró la Costa el pasado año

Andalucía 20.539.201 en verano, un 3,9% más, de los 42,2 millones en 2011



COSTA DEL SOL
+4,8%
Pernoctaciones: 7.890.124

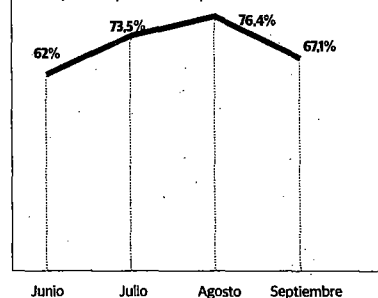
ANDALUCÍA
+3,9%
Pernoctaciones: 20.539.201

OCUPACIÓN



Las plazas ocupadas suben en estos meses 16 puntos respecto a la media del año

Andalucía Se ocuparon el 58,5% de las plazas, un 1,4% más, frente al 46,4% del año



COSTA DEL SOL
+3,3%
Ocupación media: 69,7%

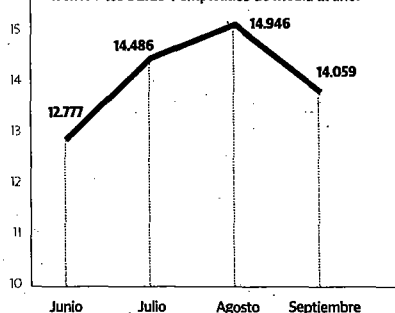
ANDALUCÍA
+1,46%
Ocupación media: 58,5%

EMPLEO



Los hoteles generan en verano casi tres mil empleos más que en el resto del año

Andalucía 38.958, con una subida del 1,2%, frente a los 31.194 empleados de media al año.



COSTA DEL SOL
+3,1%
Empleo en hoteles: 14.067

ANDALUCÍA
+1,2%
Empleo en hoteles: 38.958

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)



LA OLA
PILAR MARTÍNEZ

EL SOL,
LO ÚNICO
SEGURO

Este verano lo único que el sector turístico tiene asegurado es que lucirá el sol. ¿Cómo han cambiado las cosas? Hace ocho años que conecto a diario con el turismo a través de estas páginas y llegadas estas fechas se lanzaba la pregunta de cómo se presenta el verano, a lo que en cuestión de segundos se repetía la misma reacción: «el verano siempre va». Hasta ahora, en que esta cuestión se ha convertido en la del millón y la respuesta, por primera vez, es toda una incógnita. La culpa es de la crisis, pero también hay un reproche empresarial a ese sentir diario de que España está en el filo de la navaja, a punto de ser rebanada por una prima que supone todo un riesgo para una industria que precisa de un clima de bienestar. Y más ahora que el Gobierno central quiere vincular la marca España a la felicidad. Mal momento, con la losa que tienen encima los españoles de a pie ahogados en las deudas del país, las comunidades y los ayuntamientos y asfixiados por el paro o el temor a quedarse sin empleo.

El sector no tiene respuesta a cómo será el verano, pero sí tiene mucha confianza en que el potencial del destino tiene que ser el aliado para salvar los muebles en unos meses que son vitales. Que el invierno sea malo, la Semana Santa haya sido más floja o los puentes no funcionen no supone más que una vuelta de tuerca. Pero que el verano falle son palabras mayores. Esta industria produce en cuatro meses la mitad del negocio del año. Demasiado para jugarla.

El problema a solventar para cambiar el verano que dibujan los cuadrantes de reservas de los hoteles, las ventas de viajes de las agencias y las expectativas de los hosteleros se centra en reanimar a una demanda nacional que ha entrado en estado de parada por el 'shock' económico. También hay que orquestar acciones dado que la resaca de la 'Primavera Árabe' ya ha pasado y los extranjeros vuelven a mirar estos países. A las puertas del verano, la Costa se aferra a la esperanza y quiere pensar en positivo. El tiempo dirá.