

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

Φ.

tos viajeros y de sus gastos se quedan en la Costa del Sol.

Las estadisticas ponen de manifiesto que el sector hotelero recibió entre junio y septiembre de 2011 más de 1,9 millones de turistas que optaron por este tipo de alojamiento, de un total de 4,3 millones que se contabilizaron en la provincia en el conjunto del año. Pero además en cuatro meses se concentra la mitad de las pernoctaciones de todo el ejercicio, casi 7,9 millones de un global de 15,8 millones.

Este intensidad se refleja también é solo los hoteles elevan en más ue 2.700 los empleos medios que registran en el global del ejercicio y que aumentan sus cuadrantes de ocupación en 15 puntos de media en los cuatro meses respecto al global del ejercicio.

En el caso de Andalucía, la importancia de la actividad turística que se realiza entre junio y septiembre es aún mayor. De los 8,9 millones de viajeros alojados en hoteles en 2011, 6,4 se produjeron en estos cuatro meses. Además; de las 42,2 millones de estancias hoteleras que se contabilizaron el año pasado en los establecimientos hoteleros, 20,5 se concentraron en dicho periodo.

Valoraciones

Los empresarios muestran preocupación por la incertidumbre que se mantiene va iniciado el mes de iu nio sobre él comportamiento del verano, lo que consideran una situación insólita. El presidente del Consejo de Turismo de la CEA, Miguel Sánchez, se mostró incapaz de hacer una previsión pero dejó cla-IO QUE rar a los niveles de la tema de 2011 será muy comporac plicado. «Confiamos en que a última hora los españoles decidirán sa-lir de vacaciones, pero lo harán por menos días y a destinos muy próximos para ahorrar en los desplaza mientos», dijo.

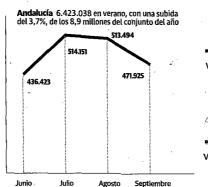
Por su parte, el presidente de los hoteleros de la Costa del Sol, José Carlos Escribano, insistió en la paralización del mercado nacional. que supone en verano más de la mi tad de la clientela. A ello añadió que los mercados internacionales tampoco muestran el dinamismo del pasado verano, con crecimientos de dos dígitos al recuperarse, a base de viajes a bajos precios, Túnez y Egipto. «Pensando en positivo, esperamos que remonte la situación, con unas reservas en torno a seis puntos por debajo del pasado año», aseguró. Los hosteleros se encuentran en esta misma situación. El presidente de esta patronal en Málaga (Aehma), Rafael Prado, aseguró: «esperamos un cambio en este inicio de temporada. Es el primer verano en el que las cosas no están claras. Estamos empezando a perder los papeles y a bajar precios porque hay tortas por un cliente»

Por su parte, el presidente del Patronato de Turismo, Elías Bendodo, se mostró más optimista: «Será un buen yerano».

VIAJEROS



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



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

en hoteles: 1.935.993

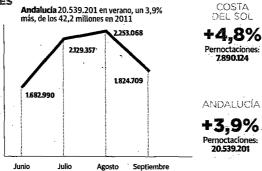
andalucía **+3,7**%

Viajeros alojados en hoteles: 6.423.038

PERNOCTACIONES



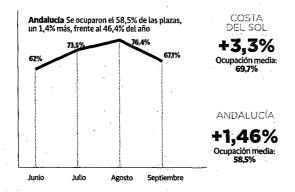
En verano se registran 7,8 millones de las 15,8 millones con que cerró la Costa el pasado año



OCUPACIÓN



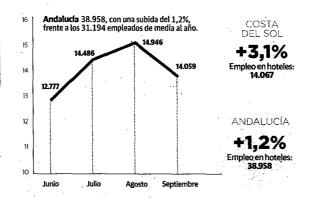
Las plazas ocupadas suben en estos meses 16 puntos respecto a la media del año



EMPLEO



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



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

LA OLA PILAR MARTÍNEZ

EL SOL, LO ÚNICO SEGURO

ste verano lo único que el sector turístico tiene asegurado es que lucirá el sol.

¿Como 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 bienes tar. Y más ahora que el Gobierno central quiere vincular la marca España a la felicidad. Mal momento, con la losa que tie-nen encima los españolitos de a pie ahogados en las deudas del país, las comunidades y los avuntamientos 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 jugársela.

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.