

VIVA SEVILLA-M.J. FLORENCIO-09.10.2018

El verano, al contrario de lo ocurrido en el conjunto de España, ha supuesto para Sevilla (meses de julio y agosto) un nuevo incremento turístico (+ 3,6%), con más de medio millón de visitantes que se alojaron en establecimientos reglados (hoteles y apartamentos) y que hicieron 1.048.350 pernoctaciones.

La estadística, como es obvio, no refleja el número de turistas que prefirieron quedarse en pisos turísticos no registrados oficialmente. La estancia media ha sido de 2,08 días, con lo que se superó esa cifra que recuerdo se ponía como meta en el sector hace más de un cuarto de siglo, tras la celebración de la Exposición Universal de 1992.

La diferencia fundamental es que esa marca se ha conseguido con mucho mayor número de establecimientos que entonces, prácticamente el doble, ya que ahora mismo, y todavía sin materializarse los numerosos proyectos hoteleros anunciados en los últimos meses, tenemos en la ciudad 210 hoteles de todas las categorías, con un total de 21.378 plazas de alojamiento. A esta oferta hay que unir 1.286 apartamentos registrados como turísticos, que añaden 4.635 plazas más. En total, 26.013 plazas, cuya ocupación media en el mes de agosto ha sido del 70,28%.

Hay que volver a hacer un ejercicio de memoria para recordar los cercanos tiempos en que julio y agosto eran considerados los meses de la temporada baja en Sevilla debido a las elevadas temperaturas estivales y en los que los hoteleros se daban con un canto en los dientes si lograban una tasa de ocupación en torno al

50%. Con tener la mitad del hotel ocupado en los meses del calor ya estaban más que satisfechos.

Sin embargo, de unos años a esta parte, el verano y el calor no han sido óbice para frenar la afluencia de turistas a Sevilla, quizás porque el cambio climático está elevando las temperaturas en todas partes y nuestros visitantes ya están descontando ese efecto en lo que a nuestra ciudad se refiere.

El boom turístico del verano se ha reflejado en todos los indicadores: más de dos millones de pasajeros han pasado por el aeropuerto de San Pablo (un espectacular crecimiento de casi el 26% en comparación con el mismo periodo del año anterior); 1.391.124 visitantes por la catedral (+6,64%) y 1.268.075 por el Real Alcázar (+6,89%).

La previsión es acabar el año con al menos 2,5 millones de turistas. Si con estas cifras el centro aparece repleto de gente en muchas ocasiones, cabe imaginar cómo estará de colapsada una pequeña ciudad como Venecia, con sus limitaciones geográficas, la cual recibe más de 30 millones, razón de la denominada "turismofobia" que allí ha surgido, al igual que en otras urbes europeas.

Recuérdese que el gobierno de Espadas habló de encargar un estudio sobre el impacto del turismo en Sevilla y nuestra capacidad real de acogida de turistas, aunque de momento sigue sin saberse nada al respecto.

Centro comercial

Apenas instalados oficialmente en el otoño, aunque climatológicamente hemos seguido en el verano hasta ahora por las altas temperaturas, a finales de septiembre se inauguró el complejo comercial situado a los pies del rascacielos de la isla de la Cartuja, originalmente conocido como torre Pelli, por el apellido del arquitecto argentino que lo diseñó..

Aunque los sevillanos se dejan arrastrar fácilmente por cualquier novedad, los datos difundidos sobre la afluencia al centro comercial allende el puente del Cristo de la Expiración son auténticamente espectaculares: 61.000 personas acudieron allí el día de su inauguración (una cantidad equivalente prácticamente a la undécima parte de toda la población de Sevilla capital) y más de 350.000 en la primera semana de funcionamiento, lo que significa una media de 50.000 visitantes diarios.

Si se mantuviera este ritmo, el balance anual sería de 18.250.000 personas, cuando los cálculos iniciales daban una estimación de 8 millones.

Con motivo de la apertura se ofrecieron algunas cifras sobre el rascacielos y su centro comercial, cuyo coste conjunto total para Caixabank, la entidad propietaria tras la absorción de la sevillana Cajasol, ha ascendido a 320 millones de euros.

En los edificios Podio, sitos al pie de la torre, se han instalado 60 tiendas de todo tipo, incluidos locales de restauración, que dan empleo a más de 2.000 personas.

Balance negativo

Con un verano de récord turístico y con un nuevo centro comercial con tales niveles de contratación y de tiendas como la irlandesa Primark, que actúa de locomotora de todo el complejo, habría sido de esperar un estupendo mes de septiembre para el empleo en Sevilla capital. Sin embargo, no ha sido así: el paro volvió a subir, al pasarse de 70.484 desempleados en agosto a 70.732, con un balance de 248 desocupados más y la confirmación de que desde el estallido de la crisis económica en el año 2008 el paro todavía no ha descendido en nuestra ciudad en septiembre, situación que se prolonga ya un decenio.

Podría pensarse que ha subido el paro en el resto de sectores económicos, pero

no en el de los Servicios, donde se engloban la hostelería, los hoteles y el comercio, actividades "a priori" más beneficiadas por el boom turístico y por la inauguración del nuevo complejo comercial en la isla de la Cartuja, con esos 2.000 nuevos empleos en sus 60 tiendas.

Pues tampoco. Si en agosto había 50.727 parados en el sector Servicios, en septiembre ya eran 50.862, es decir 125 más, la mitad prácticamente del total de nuevos parados del mes pasado.

La conclusión es inquietante: si ni siquiera con la coincidencia de un 'boom' turístico y la inauguración de un gran complejo comercial se crea empleo neto en Sevilla en el balance del mes, entonces se demuestra una vez más que nuestro actual modelo económico carece de suficiente fuerza para mantener una mayor tasa de ocupación y que es necesaria una mayor diversificación apostando por otros sectores, pero en lontananza no se divisa alternativa alguna que haga concebir esperanzas de cambio