

Los apartamentos sacan músculo ante los hoteles

Homeaway cifra en 1.200 millones el impacto del alquiler vacacional en la Comunidad

E. A. / F. D. G. ALICANTE

El mercado del alquiler de viviendas vacacionales sigue cosechando buenos resultados en la Comunidad Valenciana. El negocio continúa ganando terreno a los establecimientos hoteleros, que se muestran muy críticos con la oferta ilegal que hay en el sector al considerarla competencia desleal. Y la región es una de las zonas donde este tipo de negocio ha crecido más en los últimos años.

Desde las empresas de alquiler de vivienda turística mantienen que no se puede criminalizar a todo el sector y aportan datos del enorme impacto que genera esta actividad en la economía autonómica. Es el caso de Homeaway, uno de los gigantes del alquiler turístico. Los arrendamientos de turistas han tenido un impacto económico de 1.233 millones de euros en la Comunidad Valenciana en los últimos tres años. Un 60% de esta cantidad, unos 744 millones (unos

248 al año), se han destinado a negocios como comercios, bares y restaurantes, según el estudio de la plataforma *on line* Homeaway, Inc y la Universidad de Salamanca (USAL). El informe concreta el gasto medio en alquiler de vivienda vacacional, que asciende a 567 euros (gasto superior a la media nacional, 540 euros) mientras que el gasto en ocio durante la estancia se sitúa en 858 euros, inferior a la media nacional (1.042 euros).

Según datos del estudio, los encuestados han alquilado una media de 2,5 viviendas turísticas en los últimos tres años. Al igual que en la media nacional, el formato de vivienda turística más utilizada es el apartamento con un 48%, seguido de la casa de turismo rural con alquiler íntegro (29%).

Respecto a la duración de los viajes, la gran mayoría es de ocho días (uno más que la media nacional) y en grupos de cuatro personas.



Un bloque de apartamentos turísticos en alquiler en Benidorm. L. H.

Este tipo de turismo gasta 250 millones al año en comercios y hostelería

El 37% de los encuestados hace la reserva a través de la web y el 35% por teléfono, convirtiéndose en las formas de contratación más utilizadas. La Comunidad Valenciana es la región española donde más se señala la contratación personal (19%), superando la media nacional (13%), según el estudio.

Los grandes webs tienen en la Comunidad Valenciana uno de sus principales mercados en España.

Estos operadores actúan de intermediarios: se ocupan de gestionar a través de internet el alquiler de apartamentos privados entre particulares, que en muchos casos pagan impuestos ni tiene licencia para operar.

Es en verano cuando este tipo de apartamentos más negocio le comen a los hoteles. Por ejemplo, durante el pasado mes de julio, en plena temporada alta, las pernoctaciones hoteleras cayeron un 0,8% en la Comunidad respecto al mismo periodo de 2013, y eso pese a que el número de visitantes nacionales aumentó un 1,5% en comparación con el mismo mes del ejercicio anterior. Los hoteleros mantienen que la oferta ilegal se ha hecho con estos clientes.

LA MITAD DE LA PLANTA HOTELERA DE ALICANTE SE VACÍA

La ocupación hotelera en la ciudad de Alicante durante el mes de noviembre ha sido del 47,75 %, lo que supone un descenso de 2,91 puntos con respecto al 2013. Según la Asociación Provincial de Hoteles «la escasa celebración de eventos durante el mes de noviembre ha confirmado la gran dependencia que el destino tiene del segmento de eventos, negocios y convenciones en este periodo».

Fuentes de la patronal insistieron ayer en «el enorme problema que tiene el destino en invierno, durante el cual apenas existen eventos que ayuden a desestacionalizar la demanda que se concentra en algunos meses del año y desaparece por completo en el periodo invernal, lo que pone en peligro no solo puestos de trabajo sino la propia continuidad de muchas empresas que soportan con mucha dificultad el desdoblamiento del destino y la falta de un icono que sea foco de atracción durante todo el año».

Un 55,33% de los turistas son de origen internacional y un 44,67% de origen nacional. Reino Unido es el principal cliente, seguido de Suecia.

Bonig a la obra pública: apenas habrá proyectos nuevos en 2015

El Consell dará prioridad a las infraestructuras ya iniciadas y pendientes de pagar

E. A. ALICANTE

La consellera de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente, Isabel Bonig, dejó bien claro ayer a los constructores de Alicante que apenas habrá obra pública nueva en 2015, y que se van a priorizar los proyectos en cursos, que serán abonados por plazos o una vez que se hayan terminado. Estas son algunas de las conclusiones de la reunión que mantuvo ayer Bonig con la junta directiva de la Federación de Obras Públicas de la provincia de Alicante (Fopa).

La consellera informó de que las inversiones de su departamento para 2015 se sitúan en 195 millones de euros, lo que supone un aumento de 1,3% respecto al año en curso. «Estamos en un momento de cambio -añadió- y por



Javier Verdú, presidente de Fopa, ayer con Isabel Bonig. P. RUBIO

eso vamos a priorizar las obras en ejecución y pagar las que están ya en servicio, bien por el método alemán [se paga cuando la obra está finalizada] o por pago aplazado».

Bonig recordó el convenio en

materia de rehabilitación e instó a los empresarios a apostar por esta actividad que «puede generar cerca de 5.000 puestos de trabajo».

En Alicante, puso como ejemplos el barrio de San Antonio, con una inversión de 15,5 millones de euros entre la Comunidad y el Estado, o la actuaciones en San Antón (Elche) con una partida de 2,2 millones de euros.

Sobre el Corredor Mediterráneo, la consellera Bonig afirmó que «si ha habido un pequeño parón ha sido porque las empresas han dicho que no hacía falta hasta 2016 pero, sobre todo, porque ha habido que rehacer el proyecto y volver a licitarlo porque los empresarios han pedido, además del ancho internacional, el ibérico».

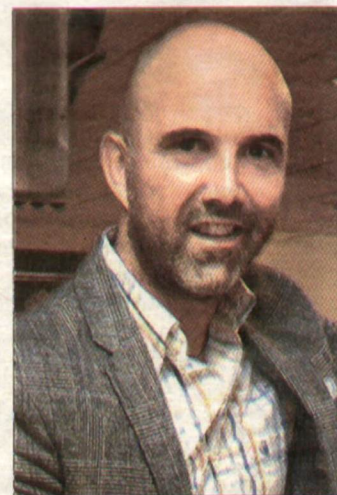
El Lobo aspira a aumentar un 15% sus ventas esta Navidad

E. A. ALICANTE

El grupo alicantino Confectionary Holding, empresa matriz de Almendra y Miel (propietaria de las marcas Turrónes 1880, El Lobo y Clair de Lune) y Chocolate & Trufa S.L (propietaria de las marcas Doña Jimena e Imperial Toledana) espera incrementar sus ventas entre un 10 y un 15% estas navidades.

El director general de Almendra y Miel, José Manuel Sirvent, confió ayer en la reactivación del consumo nacional y la recuperación de una parte de la paga extra de los funcionarios, como principales argumentos para aumentar las ventas. Sirvent también se agarró a la distribución *on line* a través de su web.

El grupo alicantino, según un comunicado de la firma, espera además incrementar sus exportaciones en torno al 15% gracias al acceso a nuevos mercados, como el asiático, mientras que Estados Unidos y Europa siendo los prin-



José Manuel Sirvent. P. RUBIO

cipales clientes importadores de turrón. Por comunidades autónomas, se espera que Andalucía siga siendo la zona de mayor consumo de turrónes, mientras que la franja norte y el centro sean las regiones que más gasten en la cesta de la compra navideña.