

LOS DESAYUNOS DE INFORMACIÓN

Impacto económico del Turismo Residencial de Extranjeros en la provincia

FOTOS: HÉCTOR FUENTES



ENCUENTRO PROFESIONAL. La jornada organizada en las instalaciones del periódico INFORMACIÓN contó con una nutrida presencia de representantes de empresas y de la administración pública relacionadas con el turismo residencial. De izquierda a derecha: Pablo Serna, director general TM Grupo Inmobiliario; Carlos Felipe Cabeza, director de Desarrollo Corporativo de Mediterráneo Global; Eduardo Dolón, vicepresidente del Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca; Raquel Huete, directora general de Turismo; Francisco Llopis Vañó, del Departamento de Organización de Empresas de la Facultad de Económicas de la UA; Manuel Pertusa, director gerente de Mahersol; Jesualdo Ros, secretario general de Provia; y Francisco José Benito, redactor de INFORMACIÓN.

Un motor clave en la economía

Representantes de instituciones públicas y privadas debaten en INFORMACIÓN sobre la importancia que tiene el turismo residencial extranjero en Alicante. Europa es ahora mismo el nicho de mercado principal con 500 millones de potenciales compradores de una vivienda en la Costa Blanca

VÍCTOR M. ROMERO

■ Analizar la importancia que tiene el turismo residencial extranjero en la provincia y proponer ideas para mejorar e incentivar la llegada de estos ciudadanos a Alicante. Estos fueron dos de los objetivos tratados en el desayuno informativo organizado esta semana en el periódico INFORMACIÓN en el que se presentó el estudio «Impacto Económico del Turismo Residencial de Extranjeros en la provincia de Alicante» elaborado por el Observatorio de Turismo Residencial de la Costa Blanca. Un encuentro en el que participaron representantes de empresas e instituciones públicas relacionadas con el turismo residencial y quienes coincidieron en destacar la posición de liderazgo de la provincia en este campo.

El primero en tomar la palabra fue

el autor del estudio Francisco Llopis, del Departamento de Organización de Empresas de la Facultad de Económicas de la Universidad de Alicante (UA), quien destacó que el turismo residencial de extranjeros en la provincia de Alicante presenta un impacto económico de 5.743 millones de euros. En este impacto económico habría que diferenciar el realizado por los turistas residenciales tem-

LOS PARTICIPANTES DESTACAN EL CAMBIO SOCIODEMOGRÁFICO DE LA PROVINCIA CON NACIONALIDADES DE TODO EL MUNDO

porales de Alicante y los turistas residencial permanentes, ya que los primeros -representan el 51,3% del total- generan un impacto cercano a los 3.500 millones de euros mientras que entre los segundos, con unos 75.500 turistas que viven permanentemente en Alicante, el impacto es de 1.2859,83 millones de euros.

Unas cifras que, en opinión del secretario general de Provia, Jesualdo Ros, ponen de manifiesto la importancia que tiene esta población para la economía alicantina. «La aportación económica es superior a la de la industria manufacturera y de la construcción juntas», señaló. En lo que se refiere a la compra-venta de viviendas, Ros especificó que el año pasado fueron 22.000 los extranjeros que compraron una vivienda en Alicante con impacto económico de más de

2.800 millones de euros sin contar otros gastos como son los impuestos o la contratación de servicios y profesionales aparte.

El director general de TM Grupo Inmobiliario, Pablo Serna, coincidió con Jesualdo Ros en la importancia de estos datos y defendió la necesidad de facilitar la llegada de turistas a la provincia, ya que la mayoría de los extranjeros que compran una vivienda en Alicante antes ha llegado de vacaciones. «Nuestros clientes ya no están en Madrid sino que están en Europa y, por eso, tenemos un mercado de más de 500 millones de personas», destacó el representante de TM Grupo Inmobiliario. Un cliente, el extranjero, que además ha permitido suplir la venta de viviendas entre el público español en los últimos años e incluso en la actualidad, ya que

la clase media en España «todavía no está fuerte», reveló.

Un turismo con recorrido

El vicepresidente del Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca, Eduardo Dolón, aseguró que el modelo de turismo residencial es complementario al hotelero y consideró que «el éxito de la Costa Blanca es el éxito de la unión de los dos, ya que la mayoría de los que compraron una vivienda en la provincia se alojaron en hoteles». Por ello, consideró que el turista residencial, ya sea el temporal o el permanente, es un público que tiene mucho recorrido en Alicante y uno de los objetivos tiene que ser «el de ocupar las viviendas que están desocupadas durante el año con

este turista, siendo necesaria una mayor rotación y ocupación de la viviendas».

Y es que, como recalcó, la realidad sociodemográfica de la provincia de Alicante es muy diferente a la de hace décadas, dándose situaciones en las que en un mismo municipio viven personas procedentes de decenas de países diferentes a los que hay ofrecer servicios y una oferta adecuada para satisfacer sus demandas. «Siempre con el reto de cohesionar y no crear guetos, algo en lo que todavía tenemos mucho que hacer».

Mucho que hacer para una población foránea que vive en la provincia de Alicante durante una temporada y que seguirá creciendo durante los próximos años. Al respecto, el director de Desarrollo Corporativo de Mediterráneo Global, Carlos Felipe Cabeza, indicó que los datos que manejan en su empresa apuntan a que en los próximos cinco años la población extranjera que vivirá en la provincia crecerá un 25%. «La provincia tiene un gran potencial a futuro con esta población. El extranjero es el público más fiel y además ayuda a desestacionalizar, ya que muchos prefieren venir a la provincia en primavera u otoño frente a los nacionales que lo hacen en verano, permitiendo una rotación de viviendas más alta», puntualizó el representante de Mediterránea Global.

Sobre el atractivo de España, en general, y de la provincia de Alicante, en particular, Manuel Pertusa, director gerente de Mahersol, destacó que «este año no ha bajado el interés por España», aunque destacó que cada ejercicio el cliente es más exigente. Por ello, señaló que hoy en día las empresas no pueden ser promotoras sino que tienen que convertirse en una empresa de servicios «porque vendemos felicidad y comodidad a nuestros clientes».



EDUARDO DOLÓN
PATRONATO DE TURISMO COSTA BLANCA

«El éxito de la Costa Blanca es el éxito de la unión del turismo residencial y el turismo hotelero. Los dos son complementarios»



RAQUEL HUETE
DIRECTORA GENERAL DE TURISMO

«Hay que propiciar que el turista residencial consuma productos turísticos y fomentar su empadronamiento»



PABLO SERNA
TM GRUPO INMOBILIARIO

«Nuestros clientes ya no están en Madrid sino que están en Europa. Y tenemos un mercado de más de 500 millones de personas»



FRANCISCO LLOPIS
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

«Los turistas residenciales temporales en Alicante representan el 51,3% del total, y generan 3.461 millones de euros»



CARLOS FELIPE CABEZA
MEDITERRANEO GLOBAL

«En los próximos cinco años se prevé un crecimiento del 25% de la población extranjera en Alicante. Hay un gran potencial»



JESUALDO ROS
PROVIA

«El año pasado compraron una vivienda en Alicante con un gasto de casi 3.000 millones de euros»



MANUEL PERTUSA
MAHERSOL

«El perfil de cliente foráneo ha bajado su media de edad gracias a las mejores comunicaciones y a la tecnología»

Para ello, consideró esencial conocer al comprador de la vivienda y relató que el perfil de cliente foráneo ha bajado la media de edad. «Esto ha sido posible gracias a la tecnología y a las buenas comunicaciones, ya que al igual que un español puede viajar cualquier día de la sema-

na a Madrid un extranjero puede venir fácilmente a Alicante y trabajar desde aquí gracias a la tecnología».

En cuanto a la bajada de la media de edad del comprador extranjero de vivienda coincidió el director general de TM Grupo Inmobiliario, quien detalló que la edad ha bajado de 60 a

52 años, «lo que también quiere decir que este turista también gasta más al tener un perfil más activo».

Raquel Huete, directora general de Turismo, consideró, además, fundamental «generar más dinero con ellos sin necesidad de construir más casas» e independientemente del

mercado inmobiliario, alegando que aún existen muchas oportunidades para fomentar el consumo de productos turísticos durante su estancia. Asimismo, defendió la necesidad de mejorar las infraestructuras y los espacios urbanos como los centros históricos. También consideró relevante favorecer el empadronamiento de los turistas residenciales.

Agilizar licencias de obras

Otro de los temas tratados fue el del tiempo que tarda la Administración a la hora de tramitar las licencias de permisos de obras y las urbanísticas. Unos retrasos que, en opinión de Manuel Pertusa, no son justificables, por lo que defendió «la necesaria digitalización de la Administración». Al respecto, Pablo Serna lamentó que la peor imagen que se le puede dar a un comprador extranjero es «no poder asegurarle cuando va a poder tener su vivienda por los retrasos en las licencias».

Piden mejorar el Pativel de la Comunidad Valenciana

Raquel Huete defiende el documento al permitir la protección del litoral de la autonomía mientras que Provia pide compensaciones

V.M. ROMERO

El Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana (Pativel) también estuvo presente en el desayuno informativo organizado por el periódico INFORMACIÓN. Sobre

el mismo, la directora general de Turismo, Raquel Huete, defendió su puesta en marcha al considerar que lo que hace es «dar una mirada turística a las decisiones que se estaban dando, aportando valor a lo que está ya construido», ya que previene de una mayor construcción en la franja de suelo que arranca en primera línea del mar y penetra hasta un kilómetro en el interior. Según opinó Raquel Huete, «no es sostenible que la costa esté toda ocupada» y enfatizó en la necesidad de «dejar esos espacios li-

bres para revalorizar la costa y facilitar recursos que pueden ser puestos en valor para el uso turístico y actividades».

Si bien estuvo de acuerdo Jesualdo Ros en la necesidad de proteger la costa, el secretario general de Provia consideró que el Pativel, tal y como está redactado en la actualidad, «parece que quiere proteger por proteger y no pone ningún valor o permite que se pueda valorizar esa zona cercana a la primera línea del mar». Además, también lamentó que el Pativel «no establece compensaciones a los afectados», ya que el plan dejaría fuera de la legalidad suelo para construir unas 15.000 viviendas, lo que podría tener un coste de 3.500 millones. «Sería conveniente hacerlo de otra

manera para que dentro de unos años no sean los tribunales los que tengan que tomar la decisión con el coste que supondrá», reconoció. Además, consideró que las compensaciones no tendrían que ser sólo económicas sino que también se podrían estudiar compensaciones en forma de aprovechamientos.

Manuel Pertusa, de Mahersol, lamentó que el plan parece que «confunde protección con prohibición», mientras que Pablo Serna señaló que «sería conveniente pensar en hacer en esos espacios cercanos a la primera línea paseos marítimos de, por ejemplo, 30 metros de ancho: sería bueno para todos y podría poner el espacio en valor».