



La comunidad ha expedientado a medio centenar de apartamentos turísticos. M. E.

Madrid comienza a sancionar a los apartamentos turísticos irregulares

Efe Madrid

La Comunidad de Madrid ha abierto por primera vez expedientes sancionadores a medio centenar de apartamentos turísticos por incumplir la nueva ley que regula el sector, una controversia ya presente en Cataluña y que se ha avivado con la irrupción en el mercado de plataformas como Airbnb.

Así lo explica el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Carlos Chaguaceda, que en una entrevista con Efe avanza la apertura de los primeros expedientes sancionadores a raíz de la nueva ley.

Chaguaceda recalca que los apartamentos de uso turístico deben cumplir las normas fijadas por la Comunidad de Madrid, que entraron en vigor en agosto de 2014 tras más de un año de polémica y presión de hoteleros y hosteleros ante lo que estos denominaban "hostales clandestinos".

La nueva ley introdujo requisitos para los apartamentos turísticos como una estancia mínima de cinco noches, la medida más celebrada por el sector turístico tradicional, y la adaptación a las normas sectoriales en materia de seguridad, urbanismo, sanidad, accesibilidad y medioambiente.

Obligaba además a introducir las viviendas de uso turístico en un registro de empresas turísticas y mostrar una placa identificativa en lugar visible.

La ley respondió a las presiones que realizaron, ya desde el año antes, diferentes asociaciones hoteleras de Madrid, que se queja-

ban de que más de 8.000 de las 70.000 plazas del gremio de hospedaje de la comunidad eran ilegales y pertenecían a pisos que, a modo de apartahoteles u hostales, se mantenían en la economía sumergida como gran reclamo de turistas extranjeros.

Pero ahora, reconoce Chaguaceda, el panorama se ha complicado con la irrupción en el sector de actores como Airbnb, la plataforma de economía colaborativa que conecta por internet a usuarios con anfitriones que ofrecen alojamiento en sus domicilios, una empresa que ya ha encontrado reticencias a su actividad en las administraciones de Cataluña.

Sobre plataformas como Airbnb, que tuvo un impacto económico global de 323 millones de euros en 2014 en Madrid -según un estudio de la Universidad Complutense presentado el pasado año por la compañía-, el Gobierno madrileño ha hecho una consulta a la secretaria de Estado de Telecomunicaciones para conocer si puede ejercer algún tipo de reclamación en casos de irregularidades.

El director general de Turismo apunta que esta cuestión es un tema "tremendamente complicado" porque implica a muchas administraciones y se eleva a nivel europeo e incluso más allá.

Es un debate "transnacional", explica, en la medida en que una empresa radicada en San Francisco -en alusión a Airbnb- es capaz de promocionar y ofertar un apartamento en Lavapiés a un señor que vive de Düsseldorf (Alemania).

"¿Eso como se regula? No sé si es en San Francisco, en Düsseldorf, es Madrid, si somos los tres a la vez... Hay que regularlo, la selva, el todo vale, no es una buena decisión", insiste Chaguaceda, antiguo responsable de comunicación de Coca-Cola y de la patronal eléctrica Unesa antes de su llegada a la Comunidad de Madrid.

El responsable de Turismo aboga, primero, por "armonizar" esta cuestión entre las comunidades.

De hecho, explica, la secretaria de Estado de Turismo había abierto unas mesas de trabajo con las autonomías para intentar armonizar la regulación, unos trabajos ahora "un tanto en suspenso" hasta la constitución del Gobierno.

Después, añade, habría que encontrar una "manera europea" de afrontar esta cuestión en la que "todas las partes en un conflicto siempre tienen una parte de razón, o algún argumento que funciona a su favor, y otras que no".

Para Chaguaceda, sin duda el centro de la cuestión es ver si las plataformas tienen alguna responsabilidad sobre aquello que anuncian.

Eso servirá para ordenar el turismo más allá de momentos puntuales como el actual en que todos los sectores crecen eliminando "ventajas competitivas" -las primeras quejas sobre los apartamentos llegaron en plena crisis de visitantes- y regular con orden un sector que genera empleo, riqueza y es una fuente de tributación necesaria para la sociedad.

La Zagaleta: cuando el lujo ignora la crisis

Charo Márquez Marbella

Que una empresa que comercializa viviendas de más de cinco millones de euros venda todas sus existencias, que construya cinco nuevas residencias con un precio mínimo de doce millones y que adquiera el Grupo Valderrama por 40 millones de euros evidencia que el lujo es inmune a la crisis.

El sector de la vivienda de lujo afronta el nuevo año sin sobresaltos y con holgura, al menos es lo que ponen de relieve esos resultados del grupo La Zagaleta, propietario de una de las urbanizaciones más lujosas, caras y seguras de Europa.

Durante el periodo de crisis económica, La Zagaleta ha concluido todos sus ejercicios sin pérdidas; en 2014 y 2015 los beneficios ascendieron a 14 millones de euros; y el plan para los próximos diez años, tras haber comprado Valderrama, es invertir 200 millones de euros.

Jacobo Cestino, director general en España del grupo, reconoce a Efe que incluso en el año más duro de la crisis "en ningún momento" llegaron a perder dinero "porque el mercado de alta gama no se ha resentido", todo lo contrario que el sector de la segunda vivienda con precios de entre 300.000 y 600.000 euros.

"Ese segmento casi desapareció, pero las viviendas de protección oficial y las de más de un millón de euros se han seguido vendiendo", resalta el director.

La Zagaleta, creada en 1991, da nombre a una urbanización exclusiva en Benahavís con una superficie total de 900 hectáreas, de las cuales casi 500 son áreas verdes; actualmente hay construidas más de 230 villas en parcelas con superficies entre 3.000 y 10.000 metros cuadrados y un precio que va de los cinco a los 25 millones de euros.

La urbanización incluye además de un helipuerto, el club de campo la Zagaleta, con dos campos de golf y un club hípico,

ambos de uso exclusivo para sus socios e invitados.

En estos momentos la empresa construye cinco nuevas villas cuyos precios oscilarán entre los 12 y los 14 millones de euros y que concluirán este año; y aún dispone de 115 parcelas para futuras residencias con parcelas entre 5.000 y 10.000 metros cuadrados cada una.

Los fantásticos resultados de La Zagaleta le han permitido comprar en Sotogrande, San Roque (Cádiz), el grupo Valderrama por 40 millones de euros, incluido el campo de golf del mismo nombre, considerado el mejor campo de España, según la clasificación de Golf Digest, el mejor de Europa, y uno de los cien mejores de todo el mundo.

A ello también se suman algunas parcelas urbanizables alrededor del campo de golf Valderrama así como todas las marcas registradas.

El objetivo es trasladar el concepto residencial de lujo de La Zagaleta a esta zona de San Roque donde ya disponen del campo de golf, club de polo, puerto deportivo, la marina, cercana a la playa y al Campo de Gibraltar.

Aunque existen diferencias

con el complejo original: 220 hectáreas frente a las 900 de Benahavís; en Cádiz el proyecto cuenta con una orografía más llana, por lo que el trabajo de construcción y urbanización será más sencillo; aunque en clima, entorno natural y vistas gana la urbanización de Málaga.

"Sotogrande es una zona muy consolidada, vacacional, con destacadas residencias y además Valderrama, como marca relacionada con el golf, es la más prestigiosa de Europa, tiene mucho valor añadido", expone Jacobo Cestino para argumentar la compra.

El nuevo proyecto en Valderrama contempla la posibilidad de construir 150 unidades residenciales que, Cestino avanza, tendrán parcelas de menor espacio y precios más "económicos" dentro del alto nivel de esta promoción, como casas adosadas de un millón de euros.

Pero la estrella de esta importante inversión será "Valderrama 2" un campo de golf "Championship", que se pretende inaugurar a finales de 2018, además de un complejo residencial turístico y hotelero equiparable con los niveles de calidad de La Zagaleta.

La Junta y Marinas de Andalucía dan a conocer los puertos de Marbella en Londres

Las consejerías de Fomento y Vivienda y Turismo y Deporte y la asociación patronal Marinas de Andalucía se han unido para asistir en un stand conjunto al Salón Náutico de Londres, que se celebra entre el 8 y el 17 de enero, donde promocionan los puertos de la ciudad y del resto de Andalucía, cuyo objetivo es atraer a los numerosos navegantes británicos a la comunidad, según informó la Junta el pasado viernes, 8 de enero.

Del litoral malagueño se promocionan en Londres las instalaciones de los puertos deportivos de La Duquesa y Estepona, Real Club Náutico de Estepona, Marina La Bajadilla, los puertos deportivos de Marbella, Cabopino, José Banús, Fuengirola, Benalmádena, El Candado y Caleta de Vélez y el Real Club Mediterráneo de Málaga.