



# Observatorio de Turismo Sostenible de Málaga.

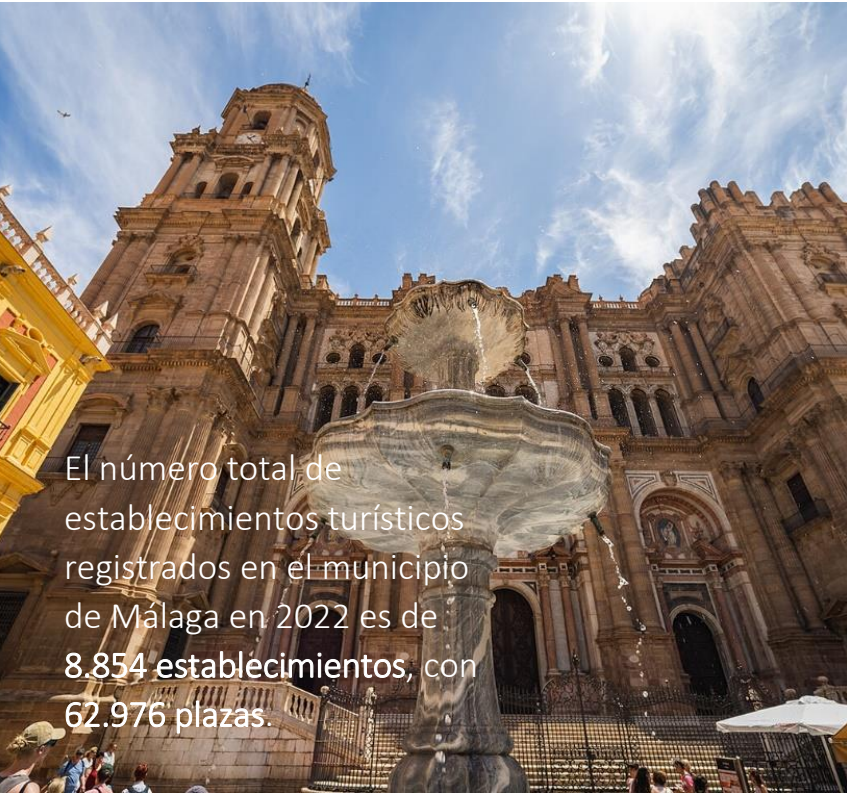
Oferta turística



# ÍNDICE

- OFERTA TURÍSTICA ..... 3**
- CONTEXTO ..... 3
- OBJETIVOS..... 3
- RESULTADOS..... 3
- Distribución de la oferta de alojamiento..... 3
- Grado de ocupación..... 6
- Estancia media ..... 6
- ADR (Tarifa media diaria) ..... 7
- Oferta cultural y de ocio en la ciudad ..... 7
- Eventos ..... 8
- Superficie total de zonas peatonales ..... 8
- CONCLUSIONES..... 9





El número total de establecimientos turísticos registrados en el municipio de Málaga en 2022 es de **8.854 establecimientos**, con **62.976 plazas**.

## OFERTA TURÍSTICA CONTEXTO

La ciudad de Málaga ha experimentado un dinamismo significativo en su oferta turística durante los últimos veinte años. Este período se caracteriza por un crecimiento y posicionamiento del turismo en distintos segmentos, donde destaca el turismo cultural, MICE, deportivo, cruceros. Este crecimiento se refleja en varios indicadores, el más significativo en los últimos años (2017-2022) es el aumento del alojamiento turístico con un destacado impacto en la economía local. Un claro caso de éxito es la oferta turística de eventos y reuniones en la ciudad que ha ocasionado un posicionamiento destacado situando a Málaga como un destino de diversas actividades culturales y profesionales internacionales. A este atractivo turístico tangible habría que sumarle el intangible, generando una identidad y una imagen entorno a Picasso. En síntesis, la ciudad de Málaga ha experimentado un importante auge en la oferta turística, adaptándose a las demandas cambiantes de los visitantes y consolidándose como un destino relevante en el sur de Europa.

## OBJETIVOS

- Visibilizar la oferta turística circular a través del desarrollo de un catálogo de experiencias turísticas.
- Potenciación de recursos que apuesten por un desarrollo lineal y sostenible que sean capaces de regenerar la oferta turística.
- Remodelación y adaptación tecnológica de la oficina de turismo de la Plaza de la Marina.
- Mejoras en espacios museísticos y otros equipamientos culturales.
- Mejoras de señaléticas y digitalización de rutas turísticas.

## RESULTADOS

### Distribución de la oferta de alojamiento

El número total de establecimientos turísticos registrados en el municipio de Málaga (tabla 1) en 2022 es de 8.854 establecimientos, con 62.976 plazas. Las viviendas con fines turísticos suponen la tipología

de alojamiento más numerosa con una cuota de la oferta del 65,8%, lo que supone un total de 8.370 viviendas y 41.440 plazas. En cuanto a oferta extra hotelera, también tienen gran importancia los apartamentos turísticos con un 9,98% del total, lo que se traduce en 6.286 plazas y 221 establecimientos.

También cabe destacar la oferta de establecimientos hoteleros con un 17,90% del total, aportando un total de 11.274 plazas y 88 establecimientos. De esta oferta, se observa el peso que tiene la oferta alojativa de alta calidad (hoteles de 4 y 5 estrellas), la cual supone más del 10% del total. Las casas rurales y campamentos representan un valor residual de la oferta, dado que el destino se fundamenta en su atractivo de sol y playa y urbano.

### Evolución de la oferta de alojamiento

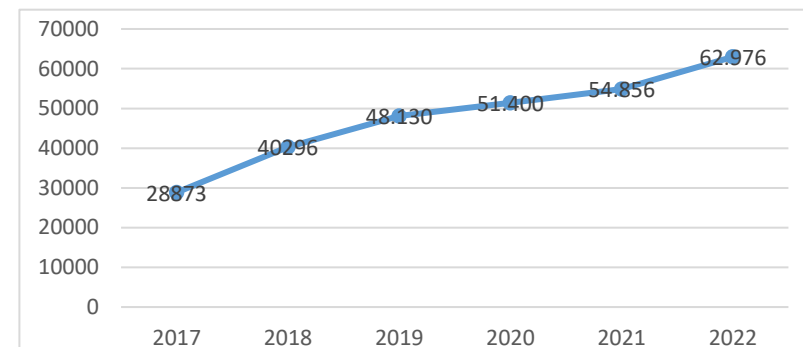
Se selecciona el periodo (2017-2022) para estudiar evolución de la oferta por tipología de alojamiento, ya que no se recogen datos previos a 2017 de la vivienda con fines turísticos.

El incremento en el período 2017 al 2022 es del 118,11% respecto al total de plazas (figura 1), lo que muestra el atractivo del destino Málaga para la inversión en de la oferta turística, destacando aumento en la planta de alojamiento en plena pandemia (20-21) con un incremento del 6,72% y durante su recuperación (2021-22) con un incremento del 14,8% (tabla 2).

Este sustancial crecimiento de alojamientos está muy marcado cualitativamente por los nuevos hoteles que son de alta calidad (4 y 5 estrellas), pero cuantitativamente por las viviendas turísticas que desde el 2018 representan más del 90% del total de alojamientos turísticos, alcanzando sus valores máximos en el 2022, con un 94,4%. Es esta tipología de alojamiento la que experimenta también el mayor crecimiento en el periodo (2017-2022) con un incremento del 223,42%. Cabe señalar el incremento de los apartamentos turísticos con un 70,12%.

Por último, con un crecimiento más moderado se encuentran los hoteles con un 20,87% y los hostales y pensiones con un aumento del 22,3% (figura 2). Si analizamos con mayor detalle los establecimientos hoteleros, los mayores incrementos en plazas respecto a 2017 se producen en los hoteles de 4 y 5 estrellas, con un 28,72% y 32,91% respectivamente.

Figura 1: Evolución del número de plazas (2017-2022)



Fuente: Observatorio turístico de la Ciudad de Málaga

El crecimiento de la oferta se basa en un incremento de los hoteles de alta categoría y la vivienda turística.

Las viviendas con fines turísticos suponen la tipología de alojamiento más numerosa con una cuota de la oferta del 65,8%.

Tabla 1. Distribución de la oferta de alojamiento 2022

	Número de establecimientos	Plazas	
		Número de Plazas	Cuota
<b>Establecimiento Hotelero</b>	88	11.274	17,90%
1 estrella	7	170	0,27%
2 estrellas	19	1.388	2,20%
3 estrellas	27	2.824	4,48%
4 estrellas	31	5.939	9,43%
5 estrellas	4	953	1,51%
<b>Alojamiento Hotelero-Pensión</b>	87	3.208	5,09%
Hostal 1 estrella	14	765	1,21%
Hostal 2 estrellas	10	726	1,15%
Pensión	63	1.720	2,73%
<b>Apartamento turístico</b>	221	6.286	9,98%
Primera (3 y 4 llaves)	12	446	0,71%
Segunda	124	3.520	5,59%
Tercera (1 llave)	85	2.320	3,68%
<b>Casa rural</b>	43	448	0,71%
Casa rural básica	40	359	0,57%
Casa rural superior	9	89	0,14%
<b>Vivienda turística de alojamiento rural</b>	43	320	65,80%
Vivienda con fines turísticos	8.370	41.440	%
<b>Campamento de turismo</b>	2	-	-
<b>TOTAL</b>	8.854	62.976	

Fuente: Observatorio turístico de la Ciudad de Málaga

Tabla 2. Tasas de variación interanual (2017-2022).

	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Nº de plazas	39,56%	19,44%	6,79%	6,72%	14,80%

Fuente: Elaboración propia a partir del Observatorio turístico de la Ciudad de Málaga.

Este sustancial crecimiento de alojamientos está muy marcado cualitativamente por los nuevos hoteles que son de alta calidad (4 y 5 estrellas), pero cuantitativamente por las viviendas turísticas que desde el 2018 representan más del 90% del total de alojamientos turísticos, alcanzando sus valores máximos en el 2022, con un 94,4%. Es esta tipología de alojamiento la que experimenta también el mayor crecimiento en el periodo (2017-2022) con un incremento del 223,42%. Cabe señalar el incremento de los apartamentos turísticos con un 70,12%. Por último, con un crecimiento más moderado se encuentran los hoteles con un 20,87% y los hostales y pensiones con un aumento del 22,3% (figura 2). Si analizamos con mayor detalle los establecimientos hoteleros, los mayores incrementos en plazas respecto a 2017 se producen en los hoteles de 4 y 5 estrellas, con un 28,72% y 32,91% respectivamente.

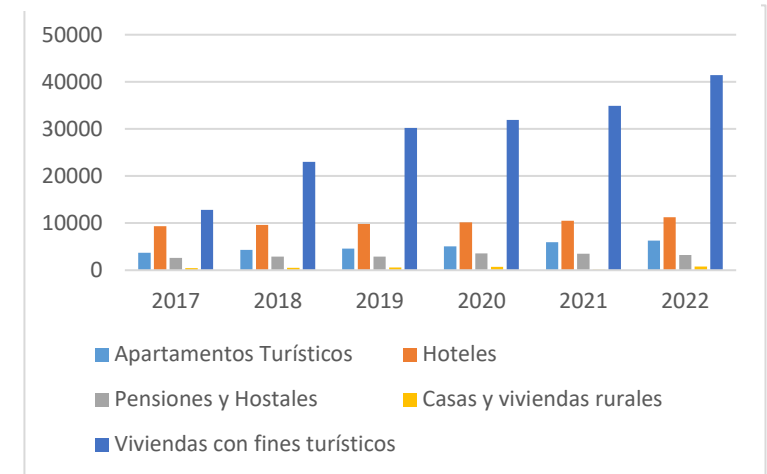
### Grado de ocupación

El grado de ocupación en las viviendas turísticas durante el periodo de enero a diciembre del 2022, mostraron un aumento en los meses de verano, alcanzando su punto máximo en agosto, con un 82,2%. La ocupación más baja se experimentó en septiembre, con 60,5%.

En lo que respecta a los establecimientos hoteleros, los meses de verano registraron un alto grado de ocupación, con el pico en agosto de 76,6%, al contrario del mes de noviembre, que figuró con el grado de ocupación más bajo, con un 55,3%. Sin embargo, se ha registrado una ocupación más uniforme durante todo el año, en relación con las viviendas y apartamentos turísticos. Los apartamentos turísticos, en el 2022, registraron un alto grado de ocupación en agosto, con un 57,1%, no obstante, el mes de noviembre registró la ocupación más baja, con un 30,7% (Figura 10).

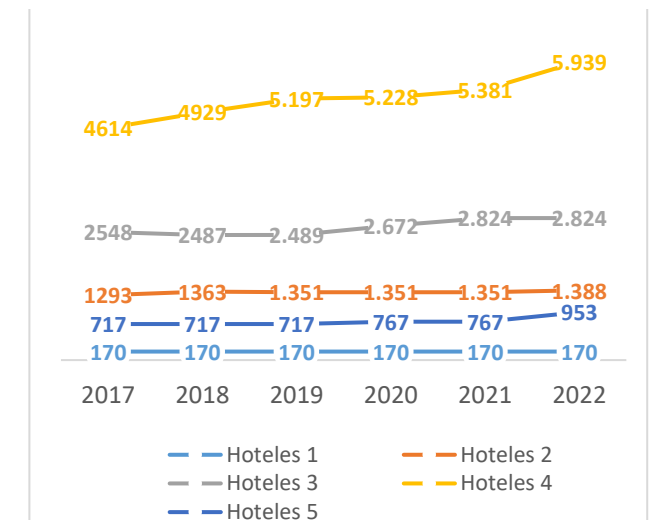
### Estancia media

Figura 2: Evolución del número de plazas por tipología de alojamiento (2017-2022)



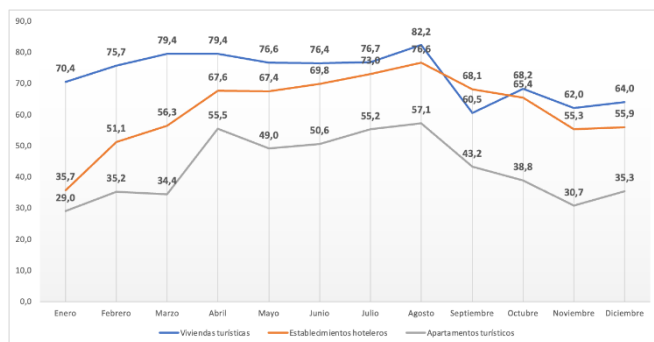
Fuente: Observatorio turístico de la Ciudad de Málaga

Figura 3: Evolución de plazas por categoría de hotel (2017-2022)



Fuente: Observatorio turístico de la Ciudad de Málaga

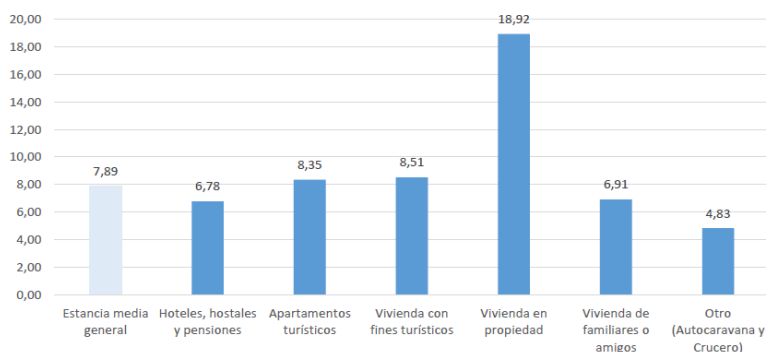
Figura 4: Grado de ocupación 2022



Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Datos de Turismo y Planificación Costa del Sol y INE

La estancia media de todos los alojamientos es de 7,89 días.

Figura 5: Estancia media por tipo de alojamiento 2022



Fuente: Observatorio turístico de la ciudad de Málaga

El intervalo de estancia que más se repite es el de 4 a 8 días (55,30%), seguido de aquellos que se quedan más de 9 días (30,69%), mientras que la estancia media general es de 7,89 días.

La estancia media de hoteles, hostales y pensiones se sitúa en 6,78 días, la de vivienda con fines turísticos en 8,51 días y la de apartamentos turísticos en 8,35 días.

### ADR (Tarifa media diaria)

En referencia a los datos relacionados a la tarifa media diaria de las viviendas turísticas, en el período 2022, se registró la tarifa más elevada correspondiente al mes de noviembre, alcanzando los 181,27 euros, y la tarifa más baja, en el mes de mayo, con 104,93 euros. No obstante, se observa una estacionalidad en las tarifas durante los meses de verano. En los meses de otoño e invierno, se experimentó el alza de las tarifas, con excepciones de mayo y junio.

Así mismo, sobre la tarifa media diaria en los hoteles (ADR), en el período 2022, las tarifas más altas se observan en agosto, alcanzando los 139,57 euros y en febrero, se registró la tarifa más baja, con 92,61 euros.

Basado en este gráfico, se observa que, en la mayoría de los meses, las tarifas de los hoteles son más altas en relación con las viviendas turísticas, en excepción del mes de noviembre, donde la tarifa de viviendas turísticas supera notablemente al ADR de los hoteles (Figura 6).

### Oferta cultural y de ocio en la ciudad

Con una variada oferta de productos, la ciudad ha logrado desarrollarse y posicionarse en torno a cuatro ejes fundamentales: la cultura; congresos; idiomas y cruceros. Además, las ventajas competitivas se han fortalecido en los últimos años en las siguientes áreas: Salud y bienestar, enogastronomía, compras, industria y tecnología. Más recientemente y como se ve en el nuevo plan de desarrollo turístico, la ciudad se está enfocando aún más en fortalecer su imagen en las áreas de accesibilidad, naturaleza, cinematografía, golf, lujo y ocio familiar.

La ciudad de Málaga cuenta con 55 monumentos y lugares de interés, 40 museos, 18 galerías y 7 zonas gastronómicas. Esto demuestra la gran oferta cultural que posee la ciudad. Entre los museos y monumentos más visitados destacan en primer lugar la Catedral de Málaga, seguida del Museo

Picasso Málaga, La Alcazaba y Gibralfaro. Además, coincide que son los monumentos primeramente visitados durante la visita a la ciudad. En cuanto a las actividades más realizadas por los turistas en Málaga destacaron actividades gastronómicas 27,06% visitar a la ciudad 25,17% y actividades de sol y playa 22,73%<sup>1</sup>.

Esta variada oferta cultural necesita de empresas turísticas que la comercialicen. El registro de turismo de la Junta de Andalucía contabiliza en la ciudad de Málaga un total de 142 agencias de viajes, 45 actividades de intermediación (AIAT), 1 empresa de turismo ecológico, 63 empresas de turismo activo y 56 empresas de restauración y catering turístico en el año 2023. Además, posee 4 oficinas de turismo, puestas a disposición del turista para informarles de los recursos y eventos que suceden en la ciudad.

## Eventos

Los eventos realizados en la ciudad de Málaga han mostrado un marcado crecimiento desde el 2015 hasta el 2019, correspondiendo de 126 a 305 eventos registrados en los años correspondientes, cuyo crecimiento porcentual equivale al 142%. Sin embargo, en el año 2020, por motivos de las restricciones de la pandemia, se registró un descenso brusco de 129 eventos, respecto al año pasado. No obstante, el período 2022, registró un drástico crecimiento correspondiente a 157%, en relación con el año 2021, que registró 171 eventos. Tales cifras indican una intensificación significativa en la concurrencia de eventos (Figura 8).

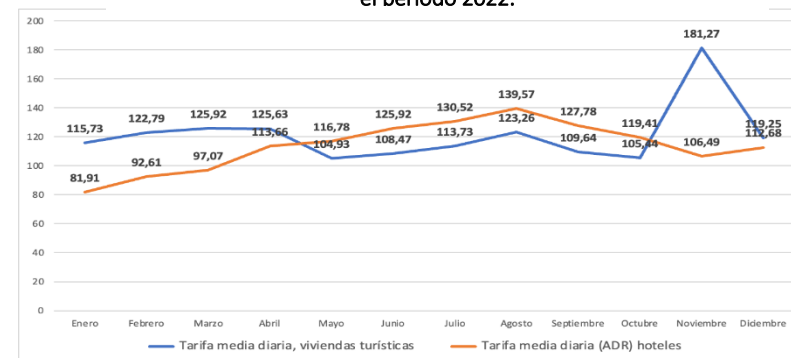
Estas cifras son complementadas con la cantidad de los participantes a dichos eventos, cuyos indicadores establecen un similar comportamiento de alza entre el 2015 al 2019, sin embargo, en el 2022, se registró un incremento exponencial a 118.151 participantes registrados (Figura 9).

## Superficie total de zonas peatonales

Las zonas peatonales en la ciudad de Málaga corresponden a 144 km, según la Agenda Urbana (indicador 30), la cual responde a la necesidad de potenciar la movilidad peatonal como principal modo de transporte en la ciudad.

<sup>1</sup> Informe Observatorio turístico de la Ciudad de Málaga 2022.

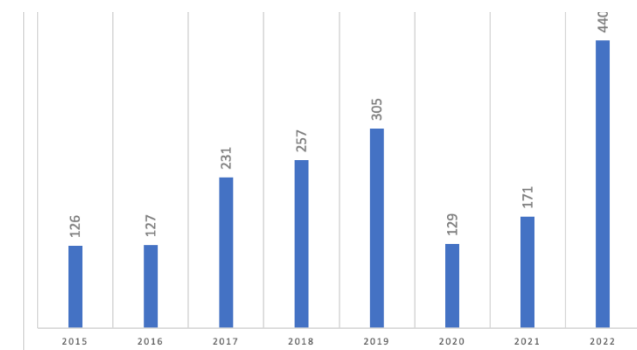
Figura 6: Tarifa media diaria de viviendas turísticas y hoteles, en el período 2022.



Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Datos de Turismo y Planificación Costa del Sol y INE

En general, los hoteles tienen una mayor tarifa media diaria comparado con las viviendas turísticas.

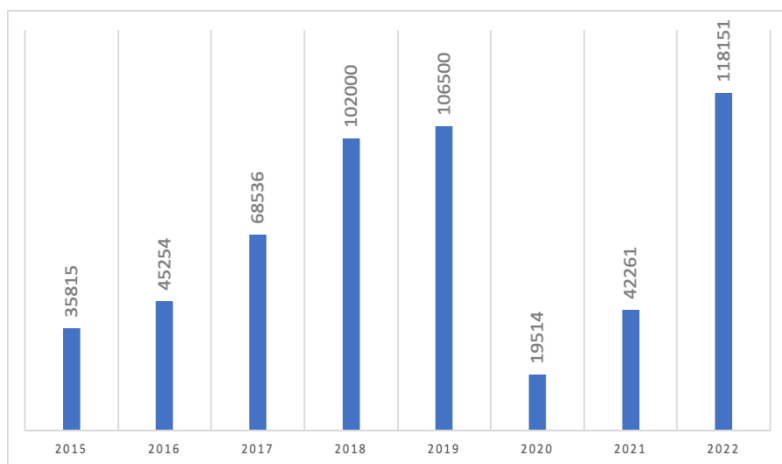
Figura 7: Número de eventos realizados en la ciudad de Málaga, desde el período 2015 al 2022



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Málaga Convention Bureau y Fundación CIEDES



Figura 8: Número de participantes en los eventos realizados en la ciudad de Málaga, desde el período 2015 al 2022.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Málaga Convention Bureau y Fundación CIEDES

El crecimiento exponencial de la vivienda turística puede llegar a ser insostenible.

Se aumenta la oferta de alojamiento apostando por la calidad. Además, los eventos se incrementan, destacando el papel de Málaga como turismo MICE.

Así mismo, entre las acciones que fomenten de la movilidad peatonal, por parte del Área de Movilidad, se destaca la implantación de zonas 20 y 30, acciones que permiten habilitar un entorno que mejora la calidad de vida de los ciudadanos y la seguridad vial, disminuyendo el tránsito de vehículos y reduciendo las repercusiones negativas del tráfico.

Dentro de las buenas prácticas, se considera la habilitación de una gran parte del Centro Histórico de Málaga, la cual se ha transformado en un “Centro Vivo”, en el que el peatón ha alcanzado un carácter preferente.

## CONCLUSIONES

En general, la oferta de alojamiento en Málaga ha evolucionado elocuentemente, adaptándose a las circunstancias actuales en el sector turístico, a través de un crecimiento en su oferta de alojamientos en los hoteles, los cuales, son aspectos claves que reflejan el dinamismo y adaptabilidad del sector turístico. Además, se observan cambios significativos en la distribución de las categorías de los hoteles, resaltando el aumento de la oferta de hoteles de 4 y 5 estrellas, indicando una apuesta hacia la oferta en alojamientos de alta categoría.

Sin embargo, a lo que respecta a la situación de las viviendas con fines turísticos, refleja un crecimiento insostenible, el cual, merece una mayor atención y fomentar la búsqueda de alternativas de solución hacia la situación establecida.

En el caso de la estancia media se resalta la menor estacionalidad de los hoteles en comparación con los apartamentos turísticos y viviendas. Aumentar la estancia media de los hoteles podría suponer un incremento del gasto turístico. Por tanto, seguir apostando, tal y como está haciendo ahora por su oferta cultural puede contribuir a ello.

Por último, en lo que se refiere a eventos y participaciones en la ciudad de Málaga, se ha podido observar un aumento en la realización de eventos, con un crecimiento del 157% en 2022, en comparativa con el año 2021. Como consecuencia a dicho crecimiento, la participación de asistentes también ha experimentado un aumento de manera significativa, mostrando la apuesta hacia el turismo de eventos por parte de la ciudad de Málaga.

ST   
málaga