

# El impacto del turismo sobre la disponibilidad y precio de la vivienda

M<sup>a</sup> del Carmen García Peña

Directora Gerente

Fundación CIEDES

FUNDACIÓN  
CIEDES

# Objetivos de la presentación

1. ¿Qué sucede en el mercado de la vivienda en Málaga?
2. ¿Qué son y qué papel juegan las viviendas con fines turísticos?
3. ¿Son una oportunidad o una amenaza dentro de los equipamientos turísticos de la ciudad?
4. Situación de las viviendas con fines turísticos en Málaga
5. Propuestas y medidas para Málaga

# 1. Mercado de la vivienda en Málaga

2.1. Vivienda residencial principal, secundaria y vacía

2.2. Stock de viviendas, viviendas en venta y en alquiler

2.3. Evolución del precio de la vivienda

## 2.1. VIVIENDA RESIDENCIAL PRINCIPAL, SECUNDARIA Y VACÍA

- **Vivienda principal**: una vivienda familiar se considera principal cuando es utilizada toda o la mayor parte del año como residencia habitual de una o más personas. Son las que están siendo utilizadas como residencia permanente por un hogar.
  
- Las **viviendas no Principales** pueden ser:
  - a) **“Viviendas secundarias”**: se trata de una vivienda familiar que suele utilizar alguno de los miembros del hogar de forma temporal o esporádica (en vacaciones, fines de semana, trabajos temporales etc.), durante un mínimo de 15 días a lo largo del año, y que no constituye residencia habitual de ninguna persona.”
  
  - b) **“Vivienda desocupada/vacía”**: Una vivienda familiar se considera desocupada o vacía cuando no es la residencia habitual de ninguna persona, ni es utilizada de forma estacional, periódica o esporádica por nadie. Se trata de viviendas deshabitadas, disponibles para venta o alquiler o, simplemente, abandonadas.”

## 2.1. VIVIENDA RESIDENCIAL PRINCIPAL, SECUNDARIA Y VACÍA

Distrito Málaga	Total	Viviendas principales	Viviendas secundarias	Viviendas vacías	Viviendas no principales	% No principal sobre total
Total Málaga ciudad	254.660	211.360	14.890	28.410	43.300	17,00%
Distrito 1: Centro	3.080	2.405	180	495	675	0,27%
Distrito 2: Málaga este	28.560	23.595	1.900	3.065	4.965	1,95%
Distrito 3: Ciudad Jardín	2.830	1.655	255	920	1.175	0,46%
Distrito 4: Bailén- Miraflores	8.275	6.390	595	1.295	1.890	0,74%
Distrito 5: Palma- Palmilla	2.695	1.795	135	760	895	0,35%
Distrito 6: Cruz de Humilladero	26.480	22.620	1.490	2.375	3.865	1,52%
Distrito 7: Carretera de Cádiz	50.265	42.870	2.010	5.385	7.395	2,90%
Distrito 8: Churriana	44.865	36.805	3.270	4.795	8.065	3,17%
Distrito 9: Campanillas	39.735	32.920	1.970	4.845	6.815	2,68%
Distrito 10: Puerto de la Torre	39.980	33.845	2.460	3.675	6.135	2,41%
Distrito 11: Teatinos- Universidad	7.890	6.455	630	805	1.435	0,56%

Fuente: Censo población y vivienda, 2011

2011:

- Había 43.300 viviendas no principales (**17% del total**)
- Viviendas vacías (susceptibles de alquiler o venta) había 28.410 (11%)
- Distritos Carretera Cádiz, Churriana, Campanillas y Puerto de la Torre concentran 66% no principales
- **Distrito Centro solo el 0,3% de viviendas no principales (675 viviendas)**

¿Podrían estar convirtiéndose en viviendas con fines turísticos todas las no principales?  
28.410 vacías  
14.890 secundarias

## 2.1. VIVIENDA RESIDENCIAL PRINCIPAL, SECUNDARIA Y VACÍA

- 2016/ 2011 no ha crecido la población general, y aún menos la que necesita viviendas.
- ¿Se está construyendo?

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL			
Años	Total Málaga ciudad	Hombres	Mujeres
2004	558.265	269.582	288.683
2005	560.755	271.154	289.601
2006	573.909	278.029	295.880
2007	574.353	277.706	296.647
2008	576.725	278.745	297.980
2009	577.884	279.111	298.773
2010	577.095	278.296	298.799
2011	576.938	277.880	299.058
2012	575.322	276.858	298.464
2013	575.127	276.879	298.248
2014	572.267	275.523	296.744
2015	572.947	275.916	297.031
2016	571.069	274.769	296.300
2016/2011	-1,03%	-1,13%	-0,93%

EVOLUCIÓN POBLACIÓN 16-64 AÑOS	
	Málaga
2000	363.910
2001	366.633
2002	369.476
2003	377.363
2004	378.716
2005	386.371
2006	386.852
2007	387.799
2008	391.263
2009	390.263
2010	388.589
2011	385.567
2012	383.006
2013	381.377
2014	377.986
2015	377.610
2016	377.379
2016/2011	-2,17%

Fuente: CIEDES a partir de Padrón municipal de habitantes del Ayuntamiento de Málaga

## 2.2. STOCK DE VIVIENDA

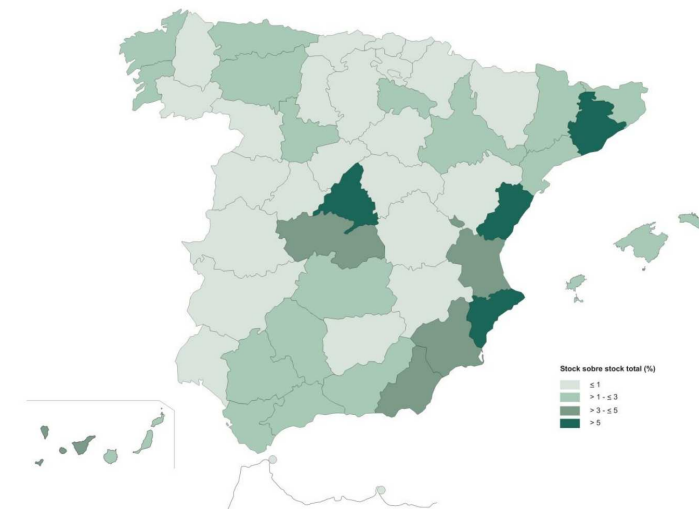
	Stock 2016 vivienda nueva (*)	% stock sobre total	% stock / parque de viviendas	Stock 2015 vivienda nueva	Stock 2016/Stock 2015
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>491.693</b>	<b>100</b>	<b>1,92</b>	<b>513.848</b>	<b>-4,31</b>
<b>Andalucía</b>	<b>74.763</b>	<b>15,21</b>	<b>1,69</b>	<b>79.042</b>	<b>-5,41</b>
Almería	19.626	3,99	4,93	20.633	-4,88
Cádiz	11.478	2,33	1,83	12.032	-4,60
Córdoba	5.316	1,08	1,32	5.640	-5,74
Granada	7.890	1,60	1,47	8.027	-1,71
Huelva	1.941	0,39	0,66	2.172	-10,64
Jaén	4.666	0,95	1,33	4.739	-1,54
Málaga	10.018	2,04	1,10	11.015	-9,05
Sevilla	13.828	2,81	1,54	14.784	-6,47

Fuente: Ministerio Fomento

STOCK DE VIVIENDA EN 2012				
(Número de viviendas terminadas pendientes de venta)				
	Escenario 1	% /Total viviendas Censo 2011	Escenario 2	% /Total viviendas Censo 2011
<b>CIUDAD DE MÁLAGA</b>	<b>1.358</b>	<b>0,5</b>	<b>1.013</b>	<b>0,4</b>
ÁREA METROPOLITANA	7.789	1,5	5.810	1,1
RESTO DE LA PROVINCIA	10.554	2,7	7.872	2,0
<b>PROVINCIA DE MÁLAGA</b>	<b>18.343</b>	<b>2,0</b>	<b>13.682</b>	<b>1,5</b>
ANDALUCÍA	107.562	2,5	95.817	2,2
ESPAÑA	693.104	2,7	652.736	2,6

Fuente: Estimaciones a partir de datos del INE y Ministerio de Fomento.

Mapa 2  
Stock sobre stock nacional por provincias



Estimación CIEDES/ AEA del stock de Málaga capital 2012:  
**18.343 viviendas**

## 2.2. STOCK DE VIVIENDA

- Se han terminado desde 2011 un total de **1.830 viviendas más, solo 14% VPO.**
- Se han visado 2.517 viviendas desde 2011, 63% los dos últimos años (seguramente sin construir aún).
- **Oferta muy limitada de viviendas nuevas:**

20.173 viviendas nuevas en stock

VIVIENDAS TERMINADAS (Nº)			
	Málaga ciudad	Libres	VPO
2004	5.217	5.110	107
2005	5.218	5.042	176
2006	4.737	4.666	71
2007	5.949	5.447	502
2008	6.066	5.292	774
2009	2.778	2.226	552
2010	1.175	1.096	79
2011	587	587	0
2012	442	442	0
2013	423	200	223
2014	515	484	31
2015	316	311	5
2016	134	128	6
2016/2011	1.830	1.565	265

VIVIENDAS VISADAS (Nº)			
	Málaga ciudad	Libres	VPO
2001	11.770	11.216	554
2002	12.265	11.826	439
2003	5.063	4.700	363
2004	7.008	6.712	296
2005	5.393	4.971	422
2006	7.232	6.519	713
2007	6.329	5.872	457
2008	2.442	2.282	160
2009	757	661	96
2010	576	374	202
2011	494	156	338
2012	458	227	231
2013	303	157	146
2014	166	154	12
2015	712	393	319
2016	878	852	26
2016/2011	2.517	1.783	734

Fuente: CIEDES a partir de Colegio Arquitectos Málaga y Ministerio Fomento

## 2.2. STOCK DE VIVIENDA

Nº TRANSACCIONES VIVIENDAS						
	Total transacciones Málaga	Total transacciones Málaga ciudad	Libre	Protegida	Nueva	Usada
1trim 11	3.777	852	707	145	229	623
2trim 11	4.552	1.013	840	173	307	706
3trim 11	3.929	799	688	111	263	536
4trim 11	5.284	976	853	123	308	668
1trim 12	4.055	697	643	54	122	575
2trim 12	4.486	774	718	56	94	680
3trim 12	4.033	730	667	63	156	574
4trim 12	6.766	1.124	1.034	90	211	913
1trim 13	3.096	566	529	37	55	511
2trim 13	5.263	857	798	59	92	765
3trim 13	4.774	862	714	148	213	649
4trim 13	5.482	862	811	51	103	759
1trim 14	4.986	851	810	41	75	776
2trim 14	6.349	936	896	40	89	847
3trim 14	5.596	940	880	60	98	842
4trim 14	6.946	1.205	1.153	52	126	1.079
1trim 15	5.559	1.074	967	107	153	921
2trim 15	7.149	1.206	1.142	64	100	1.106
3trim 15	6.273	1.138	1.054	84	109	1.029
4trim 15	6.817	1.358	1.245	113	177	1.181
1trim 16	6.153	1.237	1.155	82	82	1.155
2trim 16	7.745	1.469	1.379	90	135	1.334
3trim 16	6.389	1.268	1.213	55	91	1.177
4trim 16	7.358	1.549	1.464	85	151	1.398
1trim 17	7.378	1.694	1.591	103	137	1.557
2trim 17	9.177	2.060	2.001	59	174	1.886
<b>TOTAL 11/17</b>	<b>149.372</b>	<b>28.097</b>	<b>25.952</b>	<b>2.145</b>	<b>3.850</b>	<b>24.247</b>

Las transacciones de viviendas de la capital son el 22% de la provincia. **97% son libres y el 91% usadas.**

TRANSACCIONES VIVIENDAS POR RESIDENTES		
	Total transacciones	Comprador de Málaga
<b>En la provincia:</b>		
Transacciones realizadas por residentes	8.803	7.351
Transacciones realizadas por extranjeros	2.131	2.088
	10.934	9.439
Estimación en la capital (22% provincial):		
Transacciones realizadas por residentes	1.976	1.650
Transacciones realizadas por extranjeros	478	469
	2.455	2.119
% extranjeros/total en la Provincia	19,49%	22,12%
% extranjeros/total en la capital	19,49%	22,12%

La mayoría de las transacciones se realizan por compradores de Málaga (personas o empresas), siendo casi un **20% extranjeros residentes**.  
La media española de compraventa de extranjeros está en 13%.

**De 2011 a 2017, se habrían realizado 28.097 transacciones de viviendas, de las cuales 3.850 son nuevas.**

El stock de vivienda nueva en 2017 (2T) estaría en **16.323 viviendas (6% del total de viviendas construidas)**

Fuente: CIEDES a partir de Ministerio de Fomento y el Colegio de Registradores

## 2.2. STOCK DE VIVIENDA

DISTRIBUCIÓN DE COMPRAVENTAS DE VIVIENDAS REGISTRADAS POR TIPO DE ADQUIRENTE (%). 2016		
CCAA	Personas físicas	Personas jurídicas
ANDALUCÍA	86,41%	13,59%
ARAGÓN	93,39%	6,61%
ASTURIAS	94,05%	5,95%
BALEARES	86,57%	13,43%
CANARIAS	80,32%	19,68%
CANTABRIA	93,10%	6,90%
CASTILLA Y LEÓN	92,10%	7,90%
CASTILLA-LA MANCHA	90,03%	9,97%
CATALUÑA	83,58%	16,42%
COM. DE MADRID	87,72%	12,28%
COM. VALENCIANA	87,91%	12,09%
EXTREMADURA	94,89%	5,11%
GALICIA	91,29%	8,71%
LA RIOJA	88,98%	11,02%
MURCIA	86,56%	13,44%
NAVARRA	87,65%	12,35%
PAÍS VASCO	95,50%	4,50%
<b>NACIONAL</b>	<b>87,46%</b>	<b>12,54%</b>

- Tendencia nacional de **recuperación de las personas físicas** del mercado de compraventa de viviendas. Algunas, con mayor peso turístico, aún están por encima de la media nacional.

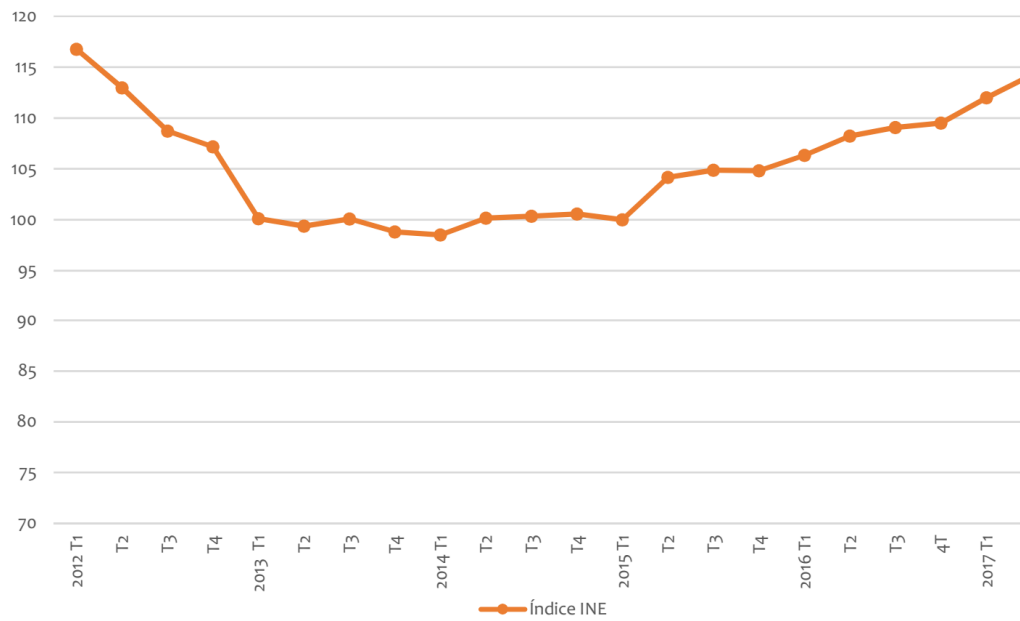
Fuente: Colegio de Registradores de la Propiedad, Bienes Muebles y Mercantiles de España

Nacionalidad en las compras de vivienda. 2016		
CC.AA.	% nacionales	% extranjeros
ANDALUCÍA	84,94%	15,06%
ARAGÓN	93,82%	6,18%
ASTURIAS	98,06%	1,94%
BALEARES	67,10%	32,90%
CANARIAS	69,51%	30,49%
CANTABRIA	96,34%	3,66%
CASTILLA Y LEÓN	97,69%	2,31%
CASTILLA-LA MANCHA	96,71%	3,29%
CATALUÑA	87,20%	12,80%
COM. MADRID	94,74%	5,26%
COM. VALENCIANA	73,34%	26,66%
EXTREMADURA	98,88%	1,12%
GALICIA	99,21%	0,79%
LA RIOJA	95,97%	4,03%
MURCIA	81,43%	18,57%
NAVARRA	96,76%	3,24%
PAÍS VASCO	97,84%	2,16%
<b>NACIONAL</b>	<b>86,75%</b>	<b>13,25%</b>

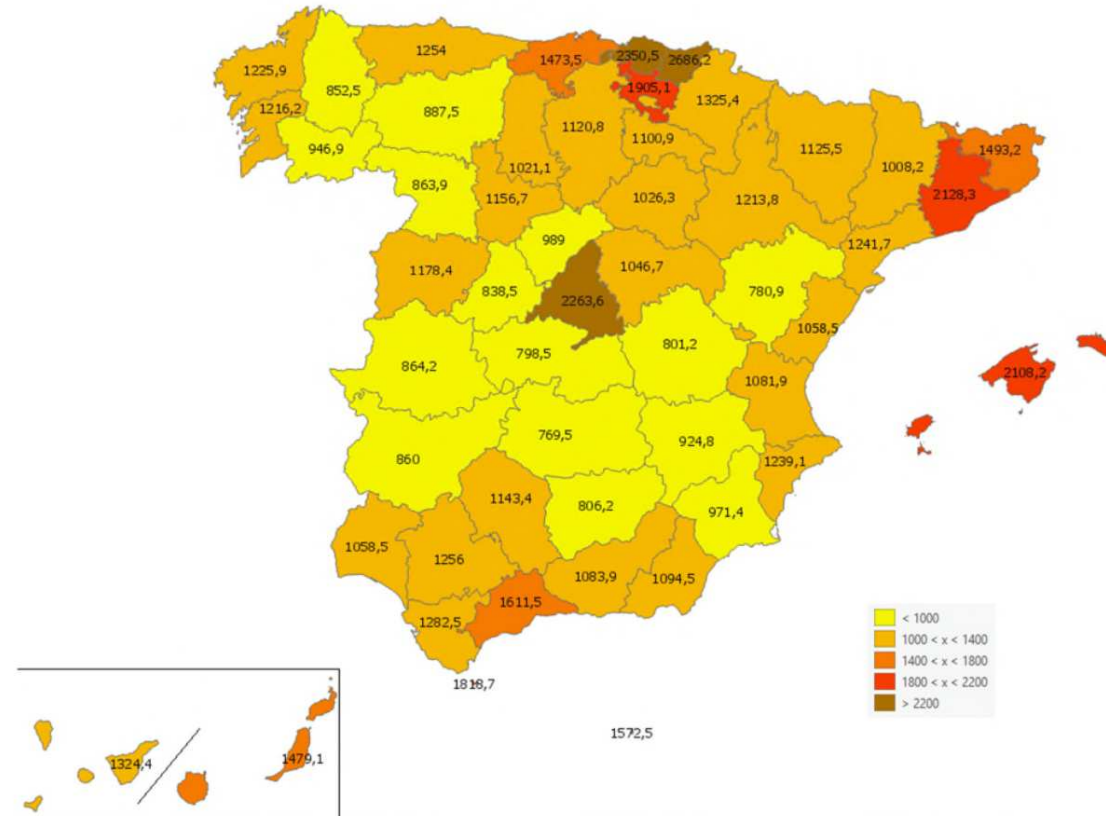
- Se mantiene el crecimiento de **compraventa por extranjeros**, siendo en Andalucía los más importantes los británicos, los suecos y los belgas.

## 2.3. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA

Gráfico 2.4. Índice general de precios de la vivienda.



Mapa 2.5.a. Precios medios de la vivienda libre por provincias en el segundo trimestre de 2017 (€/m²).



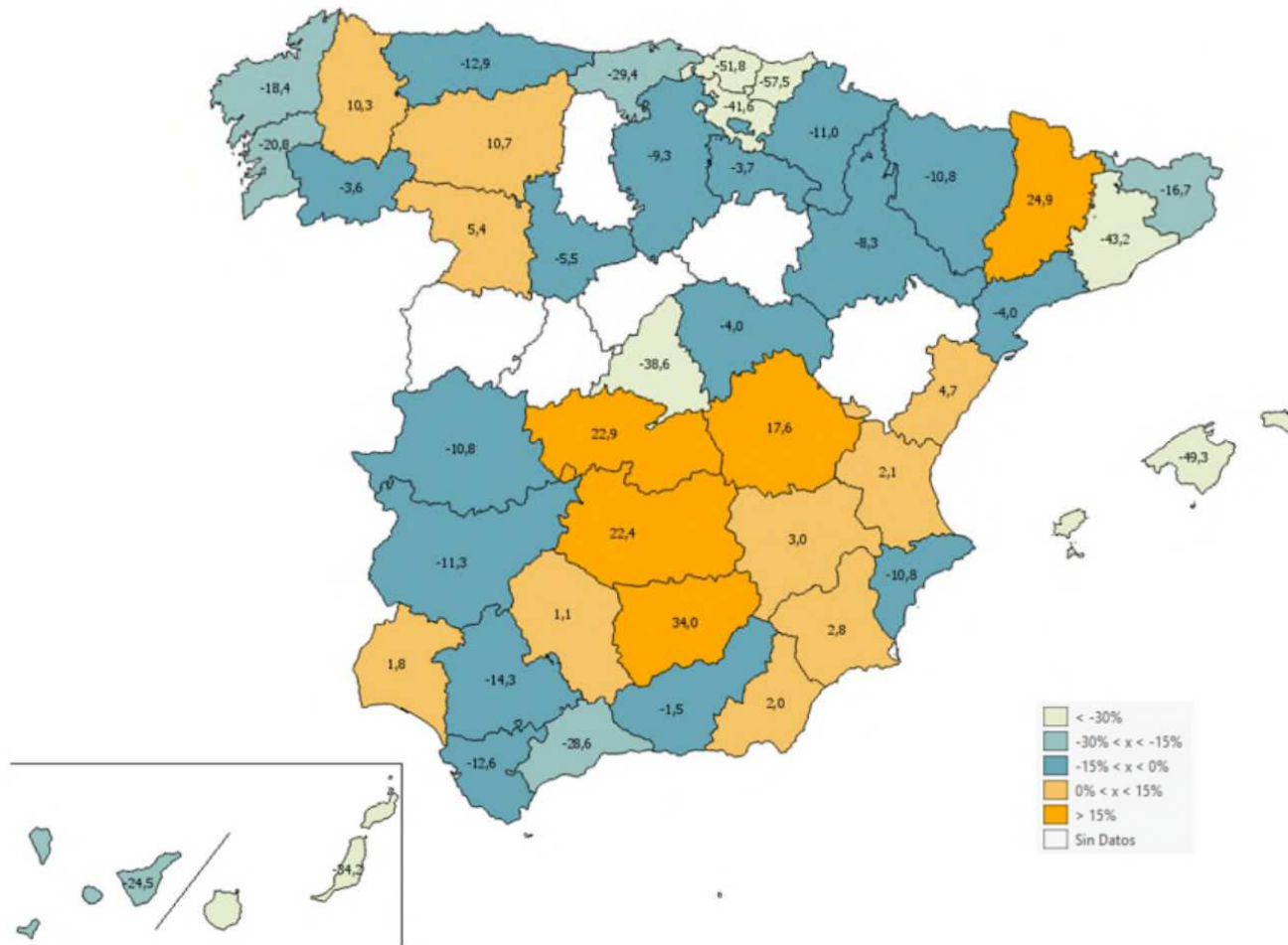
Fuente: Estadística Ministerio de Fomento y elaboración propia

Los precios crecen desde 2014. **Málaga está por encima de la media.**

## 2.3. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA

**Tabla 2.3 y Mapa 2.3.** Relación entre los precios de la vivienda protegida y la vivienda libre usada: total nacional (tabla) y valores por provincias en el segundo trimestre de 2017 (mapa).

	%VP/VLU
2012 T1	-29,7
T2	-27,4
T3	-26,5
T4	-25,5
2013 T1	-25,3
T2	-24,4
T3	-24,4
T4	-23,7
2014 T1	-24,3
T2	-24,2
T3	-24,2
T4	-24,4
2015 T1	-24,4
T2	-25,4
T3	-25,2
T4	-26,0
2016 T1	-25,2
T2	-26,2
T3	-25,8
4T	-25,2
2017 T1	-25,3
T2	-25,5

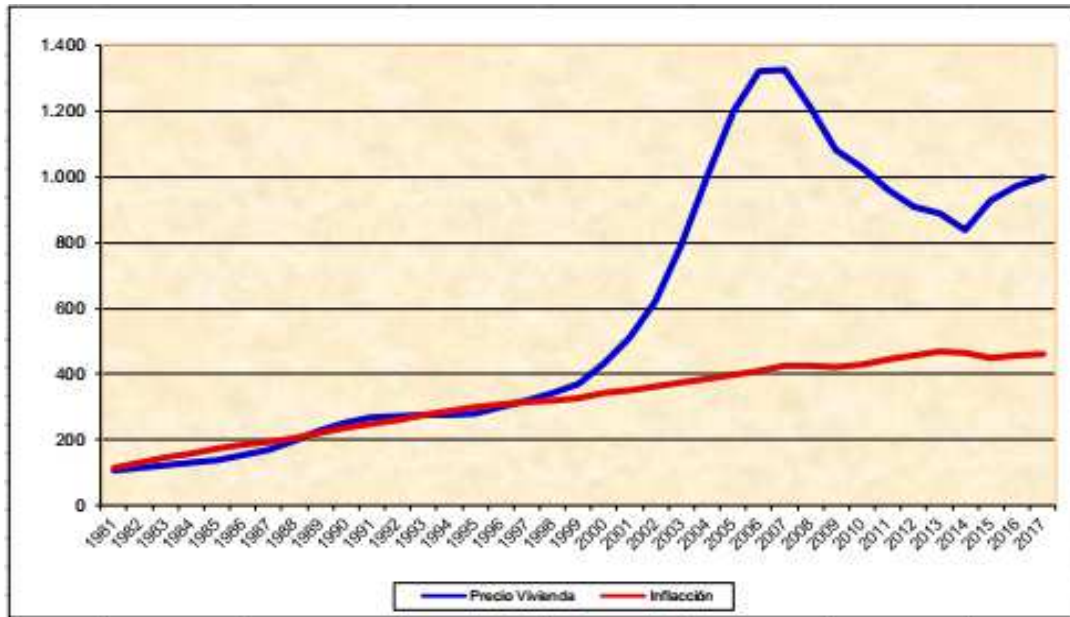


En Málaga, la vivienda protegida es solo un 38% más barata que la libre usada

Fuente: Estadística Ministerio de Fomento y elaboración propia

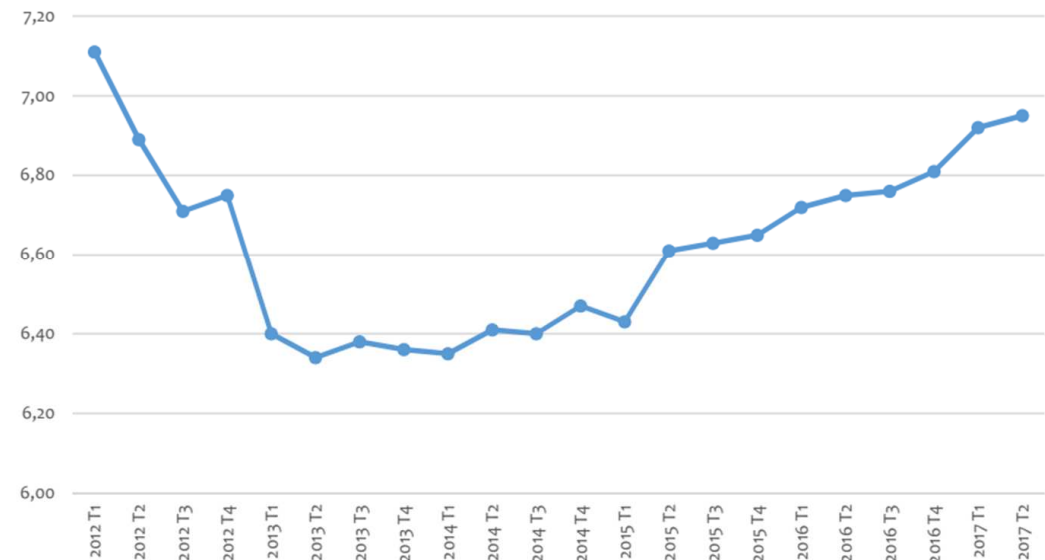
## 2.3. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA

Málaga Capital: Evolución del precio de la vivienda y del IPC 1980-2017



Fuente: Omap a 30 de Septiembre 2017

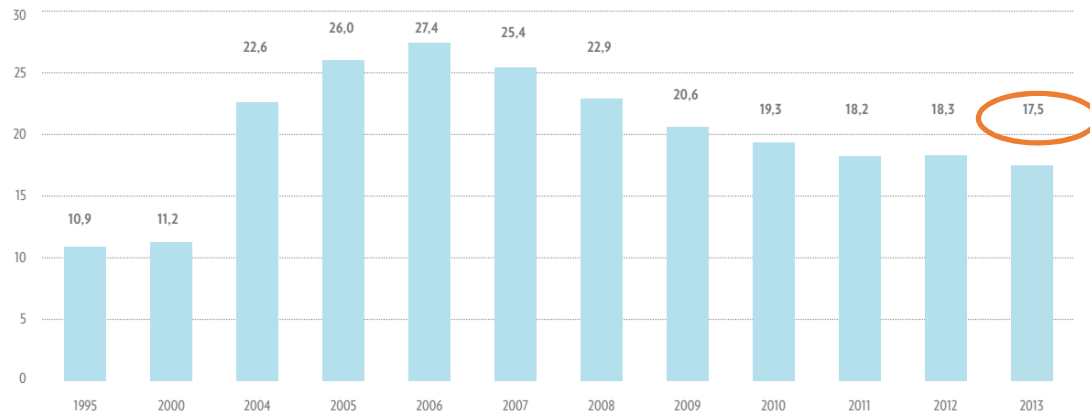
Gráfico 6.6.b. Accesibilidad económica de la vivienda: relación precio vivienda / renta hogar. Años



- Siguen existiendo  **aumentos de precios interanuales**, pero se mantienen los  **bajos niveles de renta** de la mayor parte de la población. El esfuerzo económico se sitúa en el 34% de la renta disponible y casi 7 años de renta para poder comprar una vivienda de media en España.

## 2.3. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA

SERIE HISTÓRICA: ACCESIBILIDAD VIVIENDA: PRECIO MEDIO/RENTA DISPONIBLE



Fuente: OMAU, Ayuntamiento de Málaga

### Evolución del precio de viviendas de Málaga por distritos 2007-2017

Areas	Diciembre 2007	Septiembre 2017	Variación
	Dic 07-Sep 17		
Litoral Este	3.996	3.848	-3,7
Centro	4.088	3.418	-16,4
Pedrizas	2.732	2.124	-22,2
Rosaleda	3.341	1.631	-51,2
Prolongación	4.131	3.030	-26,7
Teatinos	2.734	2.221	-18,8
Litoral Oeste	3.759	2.546	-32,3
Puerto de la Torre	2.861	1.953	-31,7
Campanillas	2.444	1.909	-21,9
Churriana	2.183	1.888	-13,5

Fuente: Colegio de Arquitectos de Málaga

- Se observa una escasa oferta real de viviendas en venta y cierta saturación del mercado de alquiler, lo que podría provocar un cuello de botella en el acceso a la vivienda en Málaga.
- Los distritos en los que los precios se han reducido menos son Litoral Este, Centro, Churriana y Teatinos.

## 2.3. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA

[ Crece el interés por la compra de suelos residenciales ]

Los precios de la vivienda y del suelo están subiendo por el interés de los inversores y de los fondos de inversión



## 2. ¿Qué son y qué papel juegan las viviendas con fines turísticos?

1.1. Definiciones diferentes según Comunidad Autónoma

1.2. Legislación nacional

1.3. Normativa andaluza

1.4. Ordenanzas y regulaciones locales

## 1.1. DEFINICIONES DIFERENTES SEGÚN COMUNIDAD AUTÓNOMA

SON BASTANTE LAXAS Y DISPARES, SALVO EN BALEARES Y CANARIAS

- **Andalucía:** Se entiende por **viviendas con fines turísticos** aquellas ubicadas en *suelo de uso residencial* (y disponga de licencia de ocupación o equivalente), donde se ofrece el servicio de alojamiento mediante un precio, de forma habitual y con fines turísticos, características que se presumirán cuando la vivienda sea comercializada o promocionada en canales de oferta turística. La vivienda, para ser considerada de uso turístico, no podrá ser contratada por un tiempo superior a dos meses de forma continuada por un mismo usuario. (Art. 1 y Art. 3 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero).
- **Cataluña:** Se consideran **viviendas de uso turístico** aquellas que son cedidas por su propietario al completo (no es posible la cesión por estancias), directamente o indirectamente, a terceros, de forma reiterada (la vivienda se cede dos o más veces dentro del periodo de un año) y a cambio de un precio, para una estancia de temporada (por tiempo continuo igual o inferior a 31 días), en condiciones de inmediata disponibilidad y con las características establecidas en el *Decreto 159/2012*. (Art. 66 del Decreto 159/2012, de 20 de noviembre).

## 1.1. DEFINICIONES DIFERENTES SEGÚN COMUNIDAD AUTÓNOMA

- País Vasco: Son **viviendas para uso turístico o vacacional**, los inmuebles cualquiera que sea su tipología que, con independencia de sus condiciones de mobiliario, equipo, instalaciones y servicios, siendo cedidas temporalmente por la persona propietaria, explotadora o gestora y comercializadas directamente por ella misma o indirectamente a través de canales de oferta turística, a terceros, de forma reiterada o habitual y a cambio de contraprestación económica, en condiciones de inmediata disponibilidad.
- Comunidad de Madrid: Se consideran “**viviendas de uso turístico**” aquellos pisos, apartamentos o casas que, amueblados y equipados en condiciones de uso inmediato, que son comercializados y promocionados en canales de oferta turística, para ser cedidos en su totalidad, por su propietario a terceros, con fines de alojamiento turístico y a cambio de un precio. No pueden contratarse por menos de 5 días (en entredicho), y la habitualidad será un mínimo de 3 meses continuados.

## COMPARACIÓN DE NORMATIVAS VIGENTES EN ESPAÑA SOBRE VIVIENDAS DE ALQUILER TURÍSTICO

Territorio	Aragón	Baleares	Canarias	Cantabria	Cataluña	Madrid
	Decreto 80/2015	Ley 8/12 y Decreto 13/2011	Decreto 113/2015	Decreto 19/2014	Decreto 159/2012	Decreto 79/2014
¿Permite el alquiler de estancias?	No	No	No	No	No	No
Inscripción en Registro turístico	Sí, mediante declaración responsable	Sí, mediante declaración responsable	Sí, mediante declaración responsable	Sí, mediante declaración responsable	Sí	Sí, mediante declaración responsable
Teléfono atención 24 h	Sí	Sí	Sí (8.00 a 20.00 hr)	Sí	Sí	Sí
Habitualidad	No	No	Dos o más veces un mismo año o todos los años de forma habitual	Se debe comercializar de forma profesional y/o habitual	Sí, a partir de 2 veces al año	Sí
Publicidad del nº de referencia	Sí, en toda forma de publicidad	No	Sí	No	Sí, en todo tipo de publicidad	Sí, en toda forma de publicidad.
¿Puede ser residencia permanente?	Sí	Sí	Sí	No es el sentido de la norma	Sí	No
Precio expuestos y Placa distintiva expuesta	Sí	No/ Sí	Sí	Sí	No	Sí
Hojas de reclamación	No expresamente	Sí	Sí	Sí	Sí	No expresamente
Ficha de policía	No expresamente	No expresamente	Sí	Sí	Sí	No expresamente
Requisitos relevantes		Prohibición por tipologías (pisos en propiedad horizontal prohibidos)	Zonificación: exclusión de zonas turísticas/ urbaniz. turísticas/ urbaniz. Mixta residencial turística			Mínima estancia de 5 días

Fuente: Exceltur. Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados, 2016.

## 1.2. LEGISLACIÓN NACIONAL

- Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas.
  - Tiene por **objetivo fundamental** flexibilizar el mercado del alquiler para lograr la necesaria dinamización del mismo, por medio de la búsqueda del necesario equilibrio entre las necesidades de vivienda en alquiler y las garantías que deben ofrecerse a los arrendadores para su puesta a disposición del mercado arrendaticio.
  - Para lograrlo, **se modifica la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos (LAU), y se decide excluir de la aplicación de la LAU los supuestos de uso de alojamiento privado con fines turísticos** que quedarán regulados por la normativa sectorial específica, etc.

TRASLADA AL ÁMBITO AUTONÓMICO LA REGULACIÓN DE ESTAS VIVIENDAS

## 1.3. NORMATIVA ANDALUZA

### □ Ley 13/2011, de Turismo de Andalucía

- Precisa tener un **censo de viviendas con fines turísticos en Andalucía**, implementado a través del *Registro de Turismo de Andalucía*, para eliminar su clandestinidad y la competencia desleal en la actividad turística, como instrumento eficaz en garantía de la mencionada seguridad ciudadana e, igualmente, en la lucha contra el fraude, así como para velar por el cumplimiento de unos requisitos mínimos básicos de infraestructura y de calidad.
- Se definen, por tanto, las **razones de interés general que sustentan la necesidad de regulación de las viviendas con fines turísticos y del medio de intervención**, como son la seguridad pública, la protección de las personas usuarias de servicios turísticos y la protección del medioambiente y entorno urbano.
- [Art.28.1ª](#): establece que el alojamiento a turistas es considerado como un servicio turístico.
- [Art.40.1b](#): se les otorga a los apartamentos turísticos la categoría de “alojamiento turístico”.

### 1.3. NORMATIVA ANDALUZA

- ❑ Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de **apartamentos turísticos**.
  
- ❑ Decreto 143/2014, de 21 de octubre, por el que se regula la organización y funcionamiento del Registro de Turismo de Andalucía
  
- ❑ Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010
  - Tiene como objeto la ordenación de las **viviendas con fines turísticos como un servicio de alojamiento** conforme al [art. 28 de La Ley 13/2011, del Turismo de Andalucía](#).
  - En líneas generales, establece unos requisitos mínimos de calidad y confort equiparables a los del resto de alojamientos, con el fin de asegurar los derechos de los usuarios y evitar situaciones de fraude, intrusismo, clandestinidad y competencia desleal. Además, garantiza la seguridad pública al obligar a los propietarios a llevar a cabo un registro documental e informativo sobre los viajeros que utilizan este hospedaje.

## 1.4. ORDENANZAS Y REGULACIONES LOCALES

- Al tratarse de un fenómeno más allá del turístico se puede regular por los ayuntamientos (convivencia, urbanismo, ruido, limpieza...)
- Aún más laxo y variado que las normativas autonómicas. En la mayoría de los casos no está recogido el fenómeno en ninguna ordenanza o normativa local.
- Solo las ciudades con elevado turismo urbano están empezando a generar normativa y acciones locales propias.

- **Málaga:**

En estudio la redacción de normativa específica. Se han incorporado algunos de sus impactos en ordenanzas transversales (vía pública, plan especial del centro, ruidos, etc.)

### 3. ¿Son una oportunidad o una amenaza dentro de los equipamientos turísticos de la ciudad?

3.1. Oferta de establecimientos turísticos: hoteleros y extrahoteleros

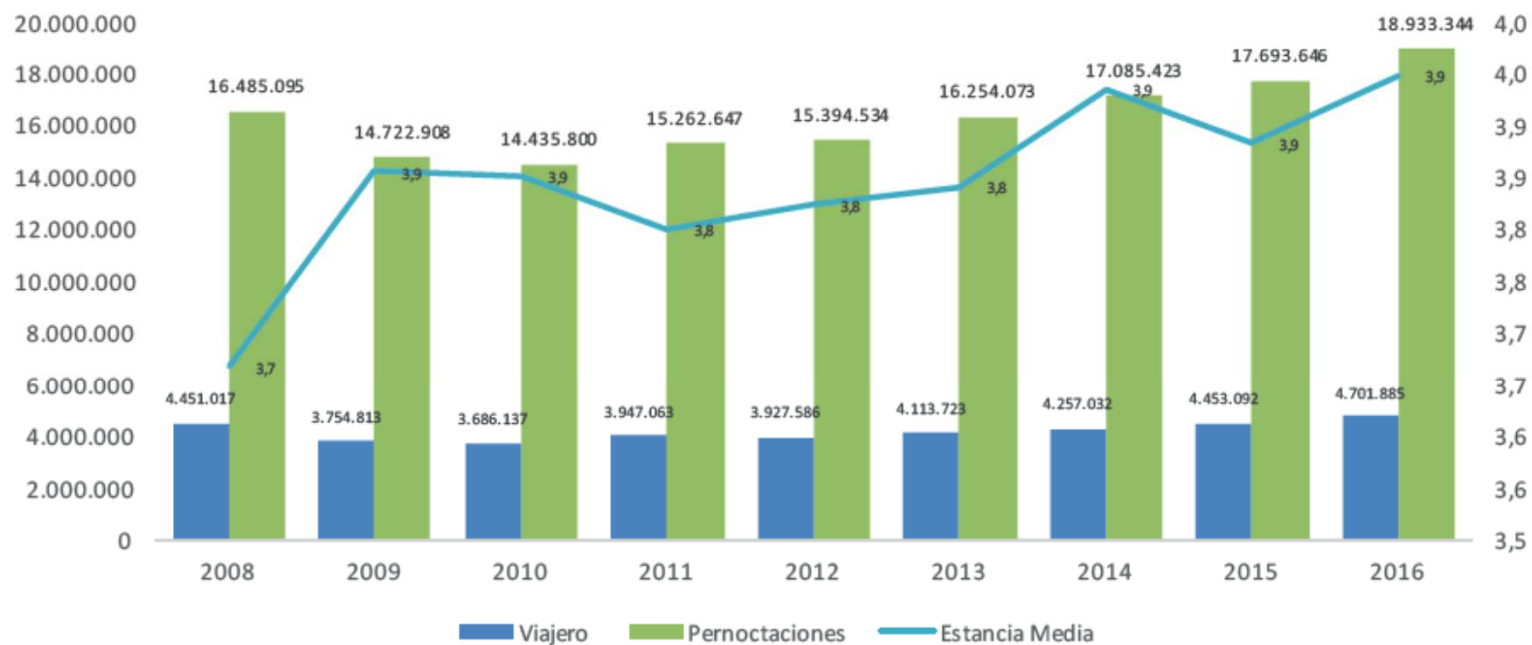
3.2. Demanda de establecimientos turísticos: hoteleros y extrahoteleros

3.3. Impactos y nuevas tendencias turísticas

## 3.1. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

### [ Tendencia creciente del mercado de la Costa del Sol ]

La actividad turística muestra crecimientos continuados desde el suelo marcado en el año 2011 en todos los indicadores de ocupación.



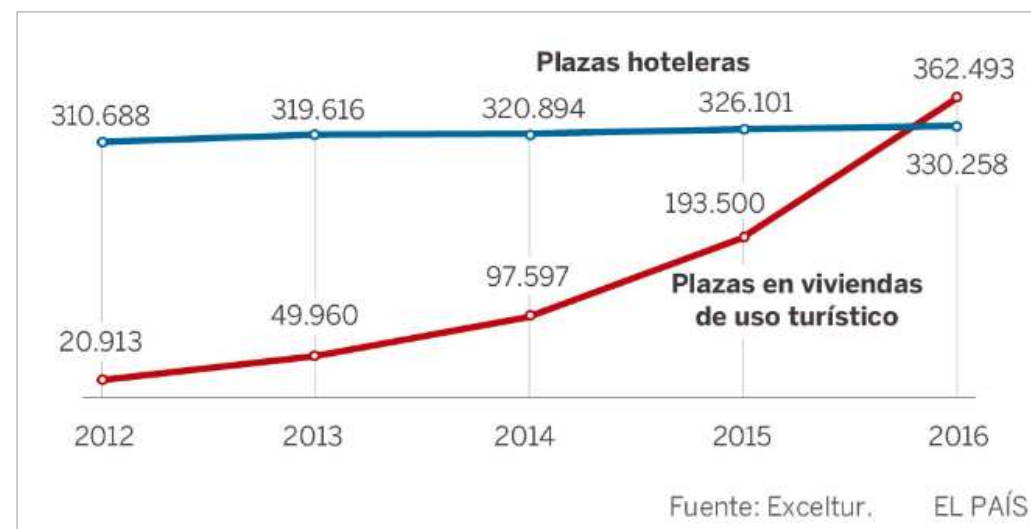
Fuente INE

### 3.1. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

RATIOS DE PRESIÓN DE LA OFERTA			
Ciudad	Plazas en hoteles	Plazas en viviendas	Plazas/mil hab.
Alicante	8.277	10.725	68,13
Barcelona	78.101	104.630	116,34
Bilbao	7.823	3.452	34,63
Burgos	4.027	690	33,62
Córdoba	7.319	6.123	44,96
Gijón	4.950	2.557	34,82
<b>Granada</b>	15.067	12.196	124,52
La Coruña	5.374	1.814	30,54
Las Palmas	5.678	12.474	52,38
León	3.816	933	38,18
Madrid	85.862	66.271	51,92
Málaga	10.509	24.955	66,09
Murcia	4.653	2.153	17,23
Palma de Mallorca	8.239	22.540	76,84
Salamanca	6.287	3.147	66,07
San Sebastián	5.533	10.801	106,54
Santander	4.431	3.924	61,78
Santiago de Compostela	8.389	2.907	138,38
Sevilla	22.347	27.531	76,37
Valencia	18.908	26.742	65,36
Valladolid	4.179	865	16,89
Zaragoza	10.489	1.913	19,62
<b>Total destinos</b>	<b>330.258</b>	<b>362.493</b>	<b>62,50</b>

Fuente: Urbantur 2016 (Exceltur)

Plazas de alojamiento reglado vs. Pisos de uso turístico



### 3.1. OFERTA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS



Hay que seguir el fenómeno de cerca y empezar a regularlo, dado que en pocos meses se está multiplicando.

### 3.1. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO		PROVINCIA DE MÁLAGA				
<b>Nº DE ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	
Apartamento	410	438	477	504	575	
Campamento de Turismo	34	33	35	36	37	
Casa Rural	374	411	458	530	874	
Establecimiento Hotelero	496	502	502	503	503	
Establecimiento Hotelero - Pensión	292	302	308	314	322	
Vivienda con fines turísticos					5.163	
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	959	988	1.029	1.114	1.373	
<b>TOTAL</b>	<b>2.565</b>	<b>2.674</b>	<b>2.809</b>	<b>3.001</b>	<b>8.847</b>	
<b>Nº DE PLAZAS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	
Apartamento	50.288	51.456	51.201	51.302	54.335	
Campamento de Turismo	15.396	15.933	15.933	16.082	16.079	
Casa Rural	2.381	2.721	3.029	3.469	5.743	
Establecimiento Hotelero	87.971	89.219	89.094	89.525	90.981	
Establecimiento Hotelero - Pensión	7.175	7.361	7.614	7.925	8.225	
Vivienda con fines turísticos					27.280	
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	6.172	6.249	6.472	7.004	7.918	
<b>TOTAL</b>	<b>169.383</b>	<b>172.939</b>	<b>173.343</b>	<b>175.307</b>	<b>210.561</b>	

% nº viviendas fines turísticos/ total:  
58,4%

% plazas viviendas fines turísticos/total:  
12,9%

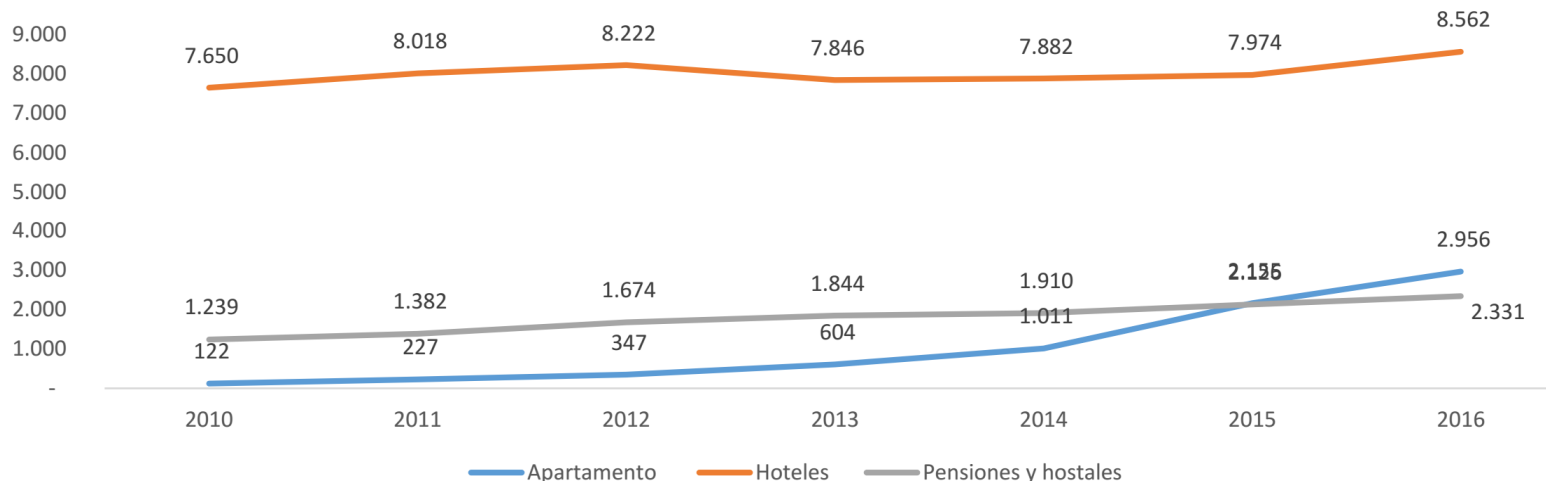
FUENTE: ELABORACIÓN DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO A PARTIR DEL REGISTRO TURISTICO DE ANDALUCÍA. Datos a diciembre de cada año. A partir de mayo de 2016 se comienzan a registrar la Viviendas con Fines Turísticos en RTA

Durante el periodo 2012-2016 los establecimientos turísticos, sin tener en cuenta las viviendas con fines turísticos, se han incrementado en más de un 40% (el 43,6%); y las plazas alrededor del 11,5%.

### 3.1. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Fuente: Área Turismo Ayuntamiento de Málaga

Evolución de la oferta de plazas de la Ciudad de Málaga 2010-2016



% nº viviendas fines turísticos/ total:  
72,78%

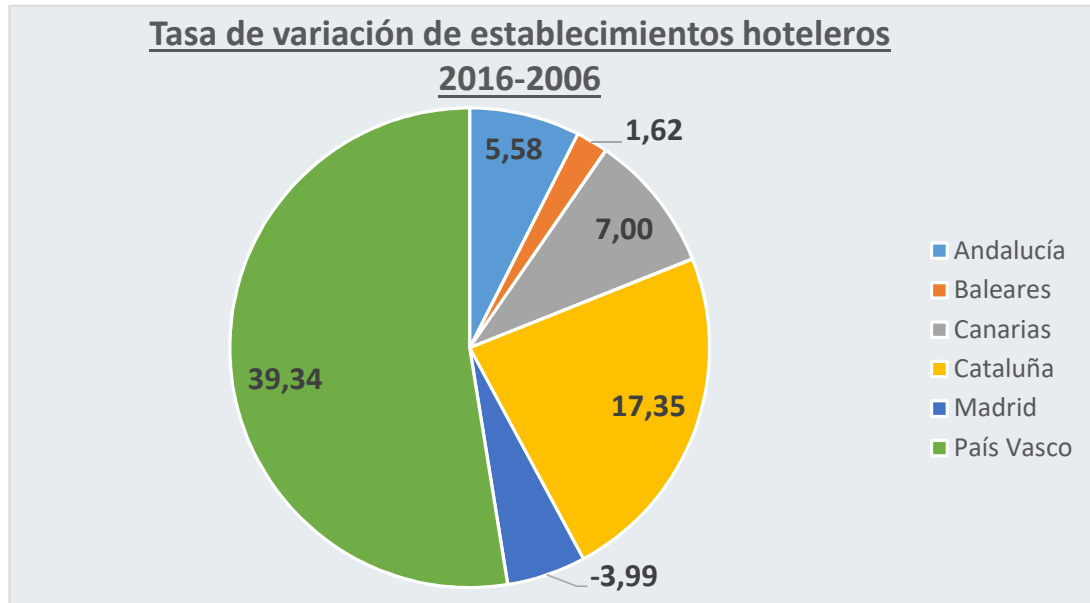
% plazas viviendas fines turísticos/total:  
21,79%

Evolución de la oferta de plazas de la Ciudad de Málaga 2010-2016

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Apartamento</b>	122	227	347	604	1.011	2.155	2.956
<b>Hoteles</b>	7.650	8.018	8.222	7.846	7.882	7.974	8.562
<b>Pensiones y hostales</b>	1.239	1.382	1.674	1.844	1.910	2.126	2.331
<b>Casas y viviendas rurales</b>	129	167	205	221	243	247	307
<b>Vivienda con Fines Turísticos</b>	0	0	0	0	0	0	4.015
<b>Total de Plazas</b>	<b>9.140</b>	<b>9.794</b>	<b>10.448</b>	<b>10.515</b>	<b>11.046</b>	<b>12.502</b>	<b>18.171</b>

Los hoteles siguen siendo un referente en la ciudad de Málaga, y son la categoría de alojamientos que ofrecen mayor número de plazas. Además han aumentado de 7.974 plazas en 2015 a 10.734 plazas en 2016 (un crecimiento de 2.269 plazas, lo que supone un 34,61% más de plazas hoteleras). Dentro de los alojamientos hoteleros **la categoría que más plazas presenta son los alojamientos hoteleros de 4 estrellas con 4.586, seguido por los alojamientos de 3 estrellas con 2.330 plazas.**

### 3.1. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS



Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Tendencia creciente en establecimientos hoteleros, a pesar de la crisis

¿Mala inversión?

- **Después de 2011**, año en el que se llegó al máximo, comenzó una leve **tendencia a la baja** que se intensificó en el año **2015**. En **2016**, sin embargo, el promedio de establecimientos hoteleros en territorio español **volvió a aumentar** hasta prácticamente alcanzar las cifras registradas en 2008.
- Las comunidades autónomas con más afluencia turística, experimentan un **incremento en su número de establecimientos hoteleros** desde el año 2006, a excepción de Madrid que ha disminuido en un 3,99%. El País Vasco ha sido la que más ha ampliado su número de establecimientos en un 39,34%.

### 3.1. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

REVPAR (Ingresos medios por habitación disponible en euros)				
	oct-16	oct-17	Dif. Oct 2017/2016	% Var. Oct.2017/2016
España	52,03	55,5	3,2	5,80%
Andalucía	49,51	53,43	3,92	7,30%
Málaga	61,16	65,75	4,59	7,00%
Costa del Sol	62,68	66,56	3,88	5,80%

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

#### Rentabilidad Hotelera de la ciudad de Málaga

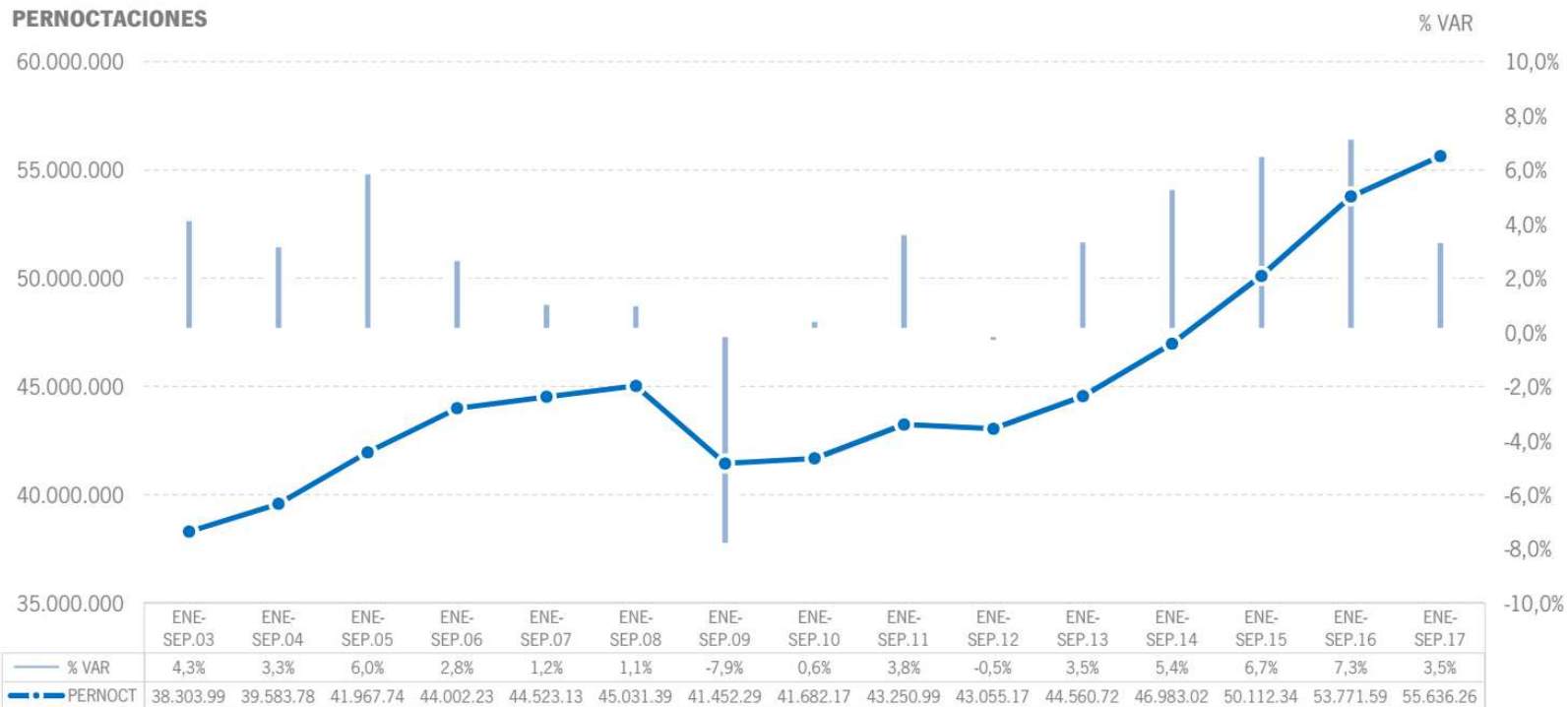
- Málaga presenta unos **Ingresos por Habitación Disponible (Rev PAR) de 60,98€** durante el periodo noviembre de 2015 y octubre de 2016, lo que supone un **aumento del 12,49%** respecto al periodo anterior.
- Málaga se sitúa **por encima de la media de ingresos** de la mayoría de municipios de la provincia, de España y de Andalucía. Solo se encuentra por debajo de la media de ingresos de la Costa del Sol.

Fuente: Área Turismo Ayuntamiento de Málaga

¿Son una amenaza a estos niveles de rentabilidad las viviendas con fines turísticos?

## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA

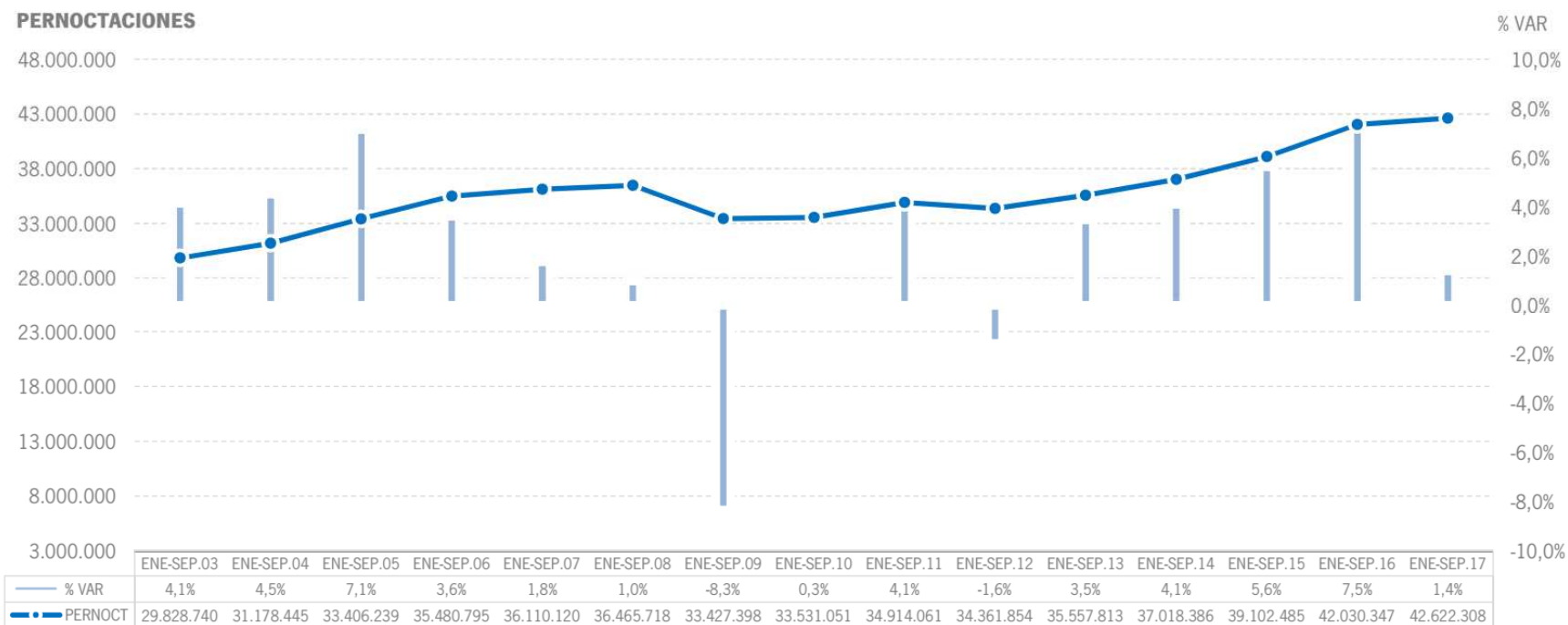
### PERNOCTACIONES



Fuente: Encuesta Ocupación, Instituto Nacional de Estadística

ENE-SEP 17	VIAJEROS	% VAR	CUOTA	PERNOCT.	% VAR	CUOTA
Almería	1.472.003	3,5%	8,4%	6.199.302	2,3%	11,1%
Cádiz	2.524.956	4,5%	14,4%	7.945.251	4,4%	14,3%
Córdoba	1.032.565	4,9%	5,9%	1.737.081	3,4%	3,1%
Granada	2.432.737	-1,0%	13,9%	5.375.131	1,2%	9,7%
Huelva	1.096.880	-0,8%	6,2%	4.481.178	2,6%	8,1%
Jaén	521.762	4,6%	3,0%	1.043.136	5,8%	1,9%
Málaga	5.590.836	5,0%	31,8%	23.214.623	3,4%	41,7%
Sevilla	2.890.718	6,9%	16,5%	5.640.551	6,5%	10,1%
<b>Andalucía</b>	<b>17.562.453</b>	<b>3,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>55.636.260</b>	<b>3,5%</b>	<b>100,0%</b>

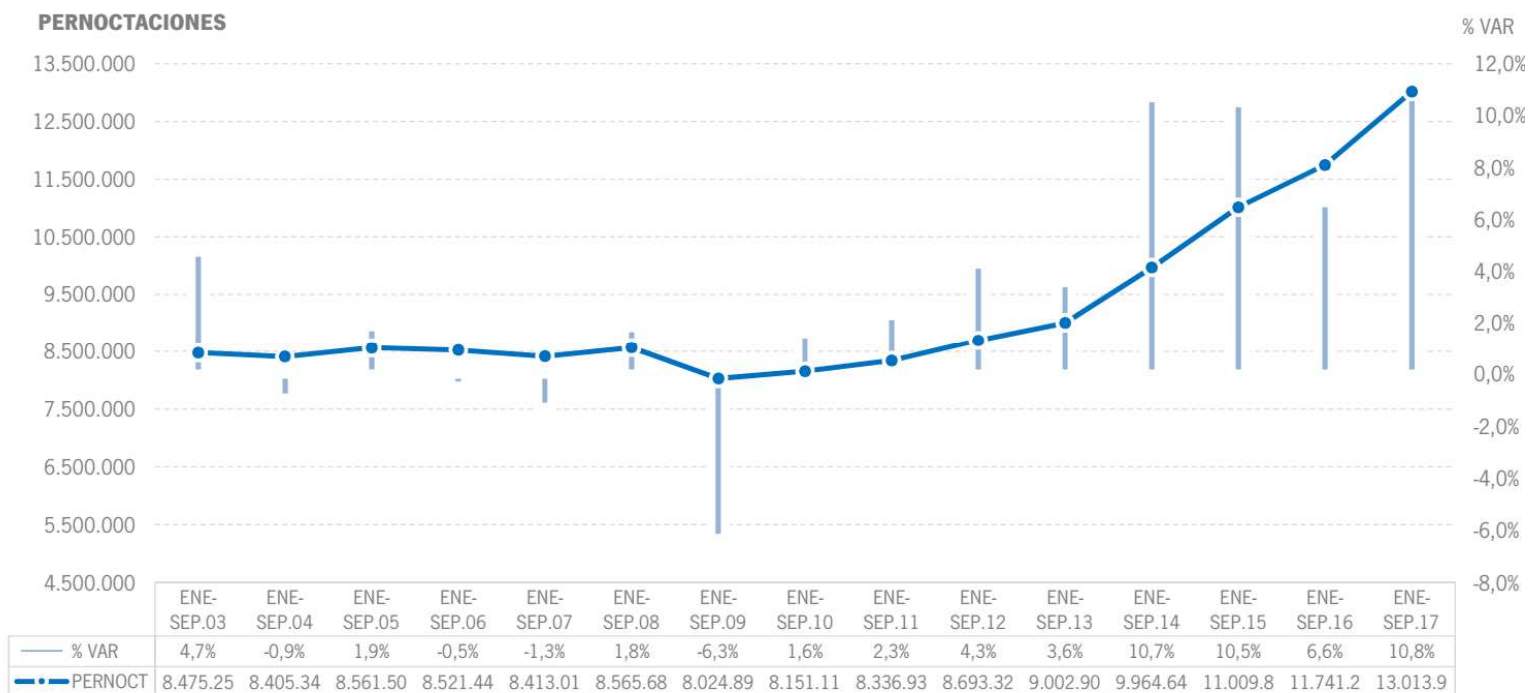
## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN ANDALUCÍA



Fuente: Encuesta Ocupación, Instituto Nacional de Estadística

ENE-SEP 17	VIAJEROS	% VAR	CUOTA	PERNOCT.	% VAR	CUOTA
Almería	1.198.625	1,4%	8,3%	4.892.962	-0,1%	11,5%
Cádiz	2.098.221	3,2%	14,5%	6.414.535	3,1%	15,0%
Córdoba	929.817	3,8%	6,4%	1.491.853	2,2%	3,5%
Granada	2.176.877	0,4%	15,0%	4.580.790	2,5%	10,7%
Huelva	880.410	2,7%	6,1%	3.560.418	3,6%	8,4%
Jaén	409.283	3,8%	2,8%	726.394	5,7%	1,7%
Málaga	4.266.288	0,7%	29,4%	16.151.031	-0,6%	37,9%
Sevilla	2.534.290	4,1%	17,5%	4.804.325	4,1%	11,3%
<b>Andalucía</b>	<b>14.493.811</b>	<b>2,1%</b>	<b>100,0%</b>	<b>42.622.308</b>	<b>1,4%</b>	<b>100,0%</b>

## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS EXTRAHOTELEROS EN ANDALUCÍA



Crecen pernoctaciones en mayor proporción en establecimientos extrahoteleros 2017/2016 (enero-septiembre)  
**+1,4% hotelero**  
**+10,8% extrahotelero**

Viajeros establecimientos extrahoteleros

**Nacionales +8,8%**  
**Extranjeros +18,4%**

Viajeros establecimientos hoteleros

**Nacionales -3,0%**  
**Extranjeros +8,0%**

Fuente: Encuesta Ocupación, Instituto Nacional de Estadística

ENE-SEP 17	VIAJEROS	% VAR	CUOTA	PERNOCT.	% VAR	CUOTA
Almería	273.378	13,8%	8,9%	1.306.340	12,3%	10,0%
Cádiz	426.735	11,5%	13,9%	1.530.716	10,1%	11,8%
Córdoba	102.748	15,4%	3,3%	245.228	11,0%	1,9%
Granada	255.860	-11,7%	8,3%	794.341	-5,7%	6,1%
Huelva	216.470	-13,0%	7,1%	920.760	-1,0%	7,1%
Jaén	112.479	7,3%	3,7%	316.742	5,8%	2,4%
Málaga	1.324.548	21,7%	43,2%	7.063.592	13,7%	54,3%
Sevilla	356.428	31,4%	11,6%	836.226	22,4%	6,4%
<b>Andalucía</b>	<b>3.068.642</b>	<b>13,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.013.952</b>	<b>10,8%</b>	<b>100,0%</b>

## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS REGLADOS EN MÁLAGA provincia

	MÁLAGA						MÁLAGA	
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADOS			ÚLTIMOS DOCE MESES	
	SEPTIEMBRE 17	% VAR	DIF	ENE-SEP 17	% VAR	DIF	% VAR	DIF
<b>Viajeros alojados</b>								
Españoles	215.216	1,0%	2.070	1.940.814	-2,2%	-43.953	-1,9%	-46.756
Extranjeros	530.471	8,2%	40.079	3.650.020	9,3%	311.010	9,6%	393.071
Total	745.687	6,0%	42.149	5.590.836	5,0%	267.059	5,3%	346.317
<b>Pernoctaciones</b>								
Españoles	607.975	-4,7%	-30.134	5.696.720	-4,1%	-243.165	-1,9%	-135.018
Extranjeros	2.446.052	4,8%	111.113	17.517.903	6,0%	998.297	6,5%	1.325.680
Total	3.054.028	2,7%	80.980	23.214.623	3,4%	755.133	4,3%	1.190.663
<b>Estancia Media</b>								
Españoles	2,82	-	-0,17	2,94	-	-0,06	-	0,00
Extranjeros	4,61	-	-0,15	4,80	-	-0,15	-	-0,14
Total	4,10	-	-0,13	4,15	-	-0,07	-	-0,04
<b>Cuota s/ total Andalucía</b>								
Españoles	20,8%	-	-0,73	23,1%	-	-0,64	-	-0,66
Extranjeros	53,4%	-	-1,90	56,6%	-	-0,91	-	-1,19
Total	40,7%	-	-0,67	41,7%	-	-0,04	-	-0,19
<b>Empleo</b>	21.496	11,2%	2.166	18.088	10,2%	1.681	9,4%	1.460

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

En la provincia de Málaga también son protagonistas los extranjeros. Hay menos turismo nacional, durante menos tiempo.

## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN MÁLAGA ciudad

- **El número de viajeros con pernoctaciones hoteleras ha aumentado un 6,9%**. En el periodo anual de noviembre 2015 a octubre 2016 el número de viajeros hoteleros se ha situado en 1.165.252, registrándose en el periodo anterior 1.090.095 viajeros.
- **El número de viajeros nacionales ha supuesto un incremento del 0,52%** aumentando en 2.673 viajeros más que en el mismo periodo anual de noviembre de 2014 a octubre de 2015, pasando de 513.766 a 516.439 viajeros nacionales. Sin embargo su número de **pernoctaciones ha sufrido una caída de -0,30%**, siendo 2.866 pernoctaciones menos que en el mismo periodo anterior.
- **El número de viajeros internacionales ha crecido un 12,58%**, aumentando en 72.484 viajeros respecto al periodo anterior (648.813 viajeros) mientras su **número de pernoctaciones ha aumentado en un 12,53%** (16.0579 pernoctaciones mas que en el periodo anual de noviembre 2014 a octubre 2015).
- También **ha crecido el grado de ocupación** hotelera por habitación respecto al período anterior, siendo la **ocupación en 2016 del 76,72%**, mientras que en el mismo periodo el año pasado fue del 72,25%.

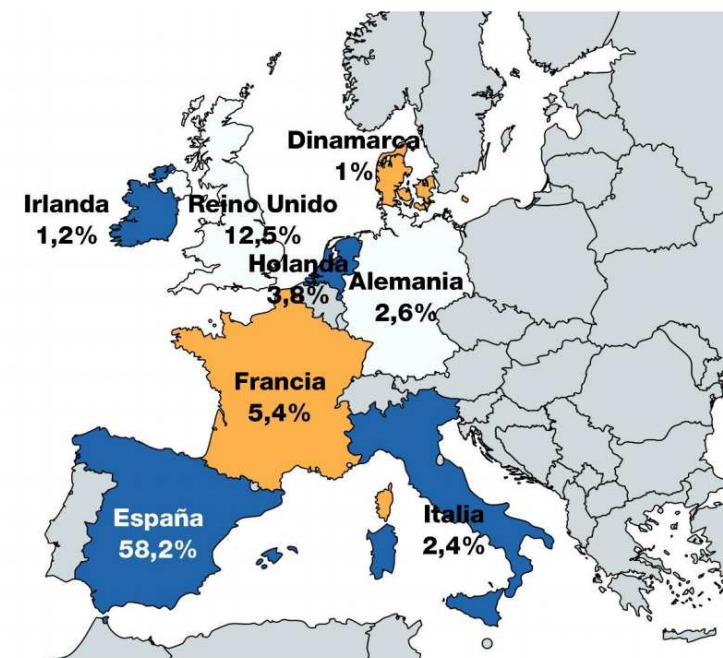
*Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga*

## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS REGLADOS EN MÁLAGA ciudad

Total Viajeros Enero-Septiembre:

TOTAL VIAJEROS 2017	% Variación Interanual Acumulada
988.365	7,87

PROCEDENCIA VIAJEROS	Nº Viajeros 2017	% sobre Total Viajeros 2017	% Variación Interanual Acumulada	% sobre Total Viajeros 2016
Nacionales	375.661	38,01	-4,44	42,90
Internacionales	612.704	61,99	17,11	57,10



Total Pernoctaciones Enero-Septiembre:

TOTAL PERNOCTACIONES 2017	% Variación Interanual Acumulada
1.907.969	3,73

PROCEDENCIA PERNOCTACIONES	Nº Pernoctaciones 2017	% sobre Total Pernoctaciones 2017	% Variación Interanual Acumulada	% sobre Total Pernoctaciones 2016
Nacionales	646.370	33,88	-8,54	38,42
Internacionales	1.261.598	66,12	11,39	61,58

Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga a partir del INE

## 3.2. DEMANDA DE ESTABLECIMIENTOS REGLADOS EN MÁLAGA ciudad

Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga a partir del INE

Ranking de Variación Interanual Acumulada del Nº de Viajeros Enero-Septiembre

	Enero-Septiembre 2017	Nº total de Viajeros Acumulados	Var. Interanual Acumulada (%)	Cifra absoluta de Variación
1º	ZARAGOZA	846.985	8,59	67.000
<b>2º</b>	<b>MÁLAGA</b>	<b>988.365</b>	<b>7,87</b>	<b>72.069</b>
3º	BARCELONA	5.997.621	4,87	278.771
4º	P. MALLORCA	1.624.053	4,23	65.962
5º	BILBAO	705.615	3,05	20.911
6º	MADRID	6.942.808	2,90	195.675
7º	VALENCIA	1.388.844	2,25	30.590
8º	SEVILLA	1.961.143	2,14	41.077
9º	CÓRDOBA	765.399	1,83	13.760
10º	GRANADA	1.352.259	-2,57	-35.644

Ranking de Variación Interanual Acumulada del Nº de Pernoctaciones Enero-Septiembre

	Enero-Septiembre 2017	Nº total de Pernocta Acumulados	Var. Interanual Acumulada (%)	Cifra absoluta de Variación
1º	MADRID	14.307.737	6,40	860.620
2º	ZARAGOZA	1.377.975	5,51	71.921
3º	BILBAO	1.324.303	5,02	63.336
<b>4º</b>	<b>MÁLAGA</b>	<b>1.907.969</b>	<b>3,73</b>	<b>68.608</b>
5º	BARCELONA	15.627.848	3,64	549.393
6º	VALENCIA	3.122.879	2,99	90.519
7º	SEVILLA	3.860.175	2,87	107.690
8º	P. MALLORCA	7.408.009	0,85	62.719
9º	CÓRDOBA	1.208.953	0,62	7.399
10º	GRANADA	2.469.260	-1,03	-25.609

Estancia Media		
		Enero-Septiembre 2017
1º	P.MALLORCA	4,56
2º	BARCELONA	2,61
3º	VALENCIA	2,25
4º	MADRID	2,06
5º	SEVILLA	1,97
<b>6º</b>	<b>MÁLAGA</b>	<b>1,93</b>
7º	BILBAO	1,88
8º	GRANADA	1,83
9º	ZARAGOZA	1,63
10º	CÓRDOBA	1,58

Aún hay opciones para mejorar el número de pernoctaciones y la estancia media

Grado de Ocupación		
		Enero-Septiembre 2017
1º	BARCELONA	83,24
<b>2º</b>	<b>MÁLAGA</b>	<b>79,43</b>
3º	P.MALLORCA	76,73
4º	BILBAO	75,42
5º	MADRID	74,95
6º	SEVILLA	73,42
7º	VALENCIA	71,90
8º	GRANADA	70,64
9º	CÓRDOBA	65,98
10º	ZARAGOZA	57,54

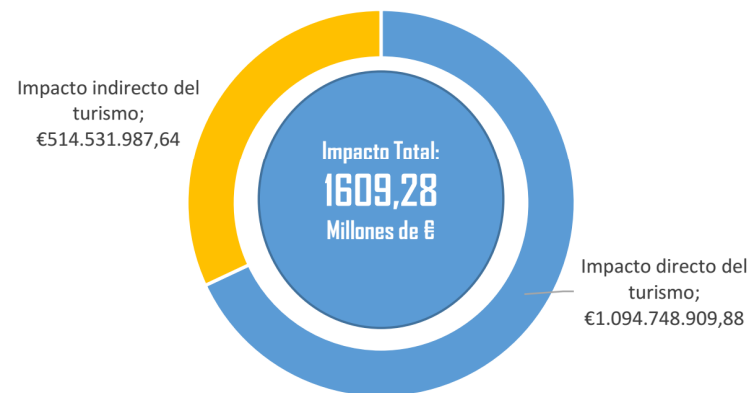
### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

Evolución de número de visitantes



Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga a partir del INE (oct. 2016)

Impacto Económico del Turismo en la ciudad de Málaga



Fuente: Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga a partir del INE, SAETA, RTA (oct. 2016)



Fuente: Observatorio turístico Costa del Sol



### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

#### Diferencial de ingresos por servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler intermediadas por plataformas P2P vs. alquiler residencial

Fuente: Elaboración EY a partir de información publicada en las plataformas P2P (enero a marzo 2015) e Idealista

Destino	Tamaño medio vivienda servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler (plataforma Wimdu)		Precio m2 alquiler mensual (Idealista)	Alquiler mensual	Precio medio plaza en servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler	Ocupación media servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler en el destino	Ingresos mensuales servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler	Diferencial de ingresos
	Superficie	Capacidad en plazas						
Madrid - Centro	56 m <sup>2</sup>	2,8	13,80 €	<b>773 €</b>	21,16 €	62,5%	<b>1.130 €</b>	46%
Barcelona - Gràcia, L'Eixample, Ciutat Vella			13,40 €	<b>750 €</b>	24,65 €	79,3%	<b>1.670 €</b>	123%

A fecha 24 de Junio, de acuerdo con la plataforma Airbnb, los ingresos mensuales que pueden obtenerse por estos servicios de alojamiento en una vivienda de características similares serían de **1.941 € en Madrid** y **2.632 € en Barcelona**

Existe una gran diferencia entre lo que se ingresa por alquiler mensual y por alquiler turístico

### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

#### 12.2 Evolución de las estimaciones de gasto anual de usuarios de VT en España

Fuente: Homeway, IV Barómetro alquiler vacacional en España

	2016	2015	2014
Población residente en España 18-65 años	29.832.011	29.925.884	30,511,654
% usuarios de VT últimos 2 años población residente 18-65 años	32,51%	28,48%	27,22%
Gasto total en alquiler de VT	1.685.754.402 €	1.311.036.712 €	1.281.083.135 €
Gasto total en estancia por alojados en VT	5.286.266.936 €	4.848.216.629 €	4.279.145.100 €
Gasto total alojados en VT	6.972.021.338 €	6.159.253.341 €	5.560.228.235 €
Índice de Precios de Apartamentos Turísticos	5,20	4,12	3,75
IPC general tasa media anual	-0,20	0,00	-0,20

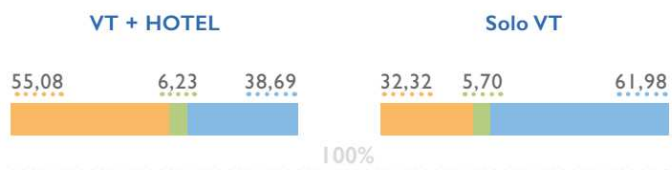
Los impactos económicos crecen también a gran velocidad

Gasto medio por persona en alquiler VT (VT+Hotel)	154,05 €
Gasto medio por persona en alquiler VT (solo VT)	142,12 €
Gasto medio por persona en estancia por alojados en VT (VT+hotel)	487,99 €
Gasto medio por persona en estancia por alojados en VT (solo VT)	416,51 €

### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

Fuente: Homeway, IV Barómetro alquiler vacacional en España

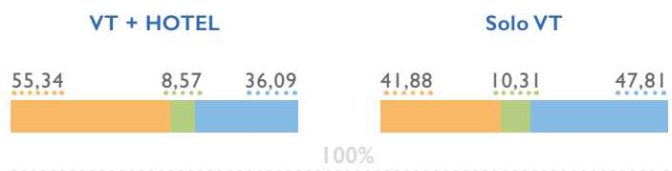
#### 4.2.a Hotel como alternativa por parte de quienes han contratado VT 2017



- Sí, valoramos también contratar un hotel, pero finalmente nos decidimos por la vivienda de uso turístico
- Sí, valoramos también contratar un hotel, pero estaba completo y nos decidimos por la vivienda de uso turístico
- No, solo nos interesaba alojarnos en una vivienda de uso turístico

Crecen los usuarios exclusivos de VT  
Hay un ligero trasvase de hotel a VT

#### 4.2.b Hotel como alternativa por parte de quienes han contratado VT 2015



El usuario de hotel es más fiel. El usuario de VT también utiliza otros alojamientos no hotel

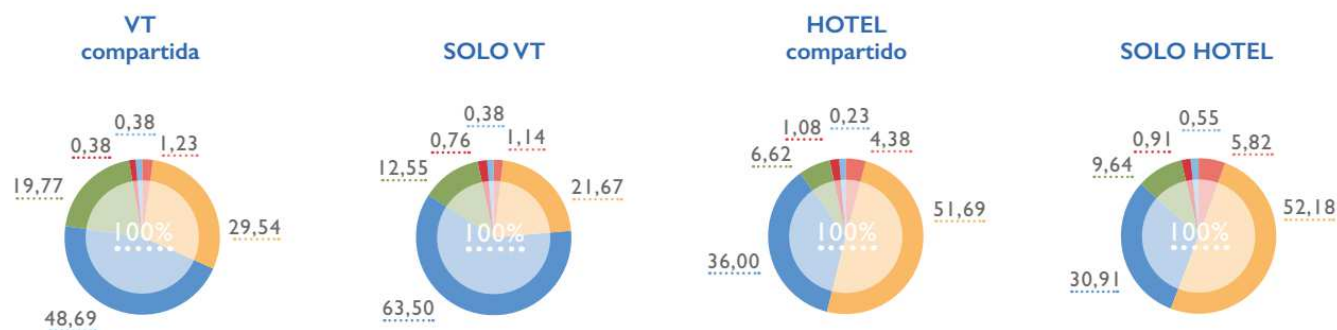
#### 4.3.b Alojamientos que piensan contratar en su próxima salida vacacional en lo que resta del año 2017

	VT + HOTEL	SOLO VT	SOLO HOTEL
HOTEL	81,03%	32,28%	82,11%
UNA VIVIENDA DE USO TURÍSTICO	79,05%	74,80%	37,10%
OTRO TIPO DE ALOJAMIENTO	26,72%	21,26%	19,21%
En lo que queda de 2017 no contratará un alojamiento por vacaciones o tiempo de ocio	7,04%	18,50%	12,99%

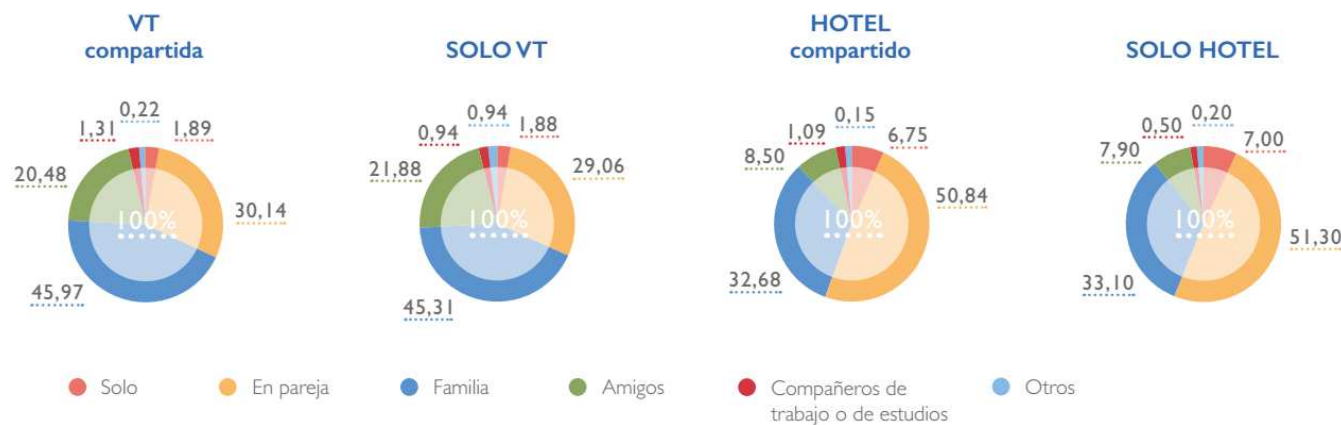
### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

Fuente: Homeway, IV Barómetro alquiler vacacional en España

#### 5.2.a Personas con las que compartió el alojamiento en 2017



#### 5.2.b Personas con las que compartió el alojamiento en 2015



Viajar más veces al año, con menos días de estancia

Hotel: solo o en pareja

VT: familia y amigos

### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

#### 6.1.a Motivos vacacionales por tipo de alojamiento 2017

Fuente: Homeway, IV Barómetro alquiler vacacional en España

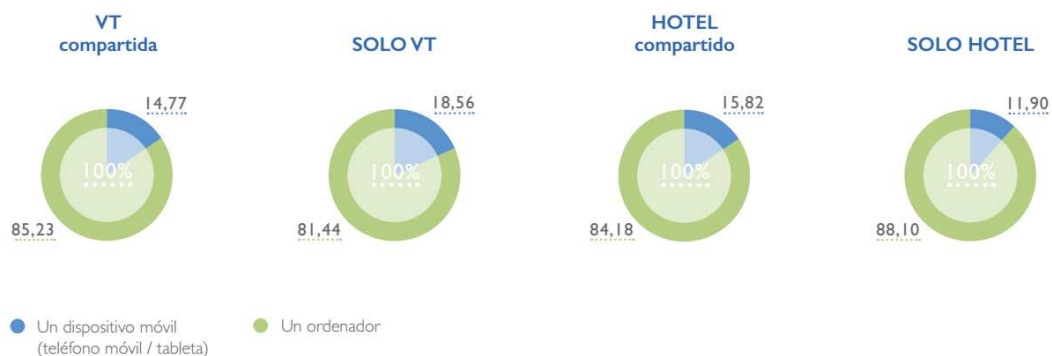
	VT compartida	Solo VT	Hotel compartido	Solo hotel
Asistir a actividades culturales, musicales o deportivas	2,61	2,25	2,47	2,43
→ Conocer nueva gente y relacionarme con sus actividades	2,65	2,36	2,61	2,41
Conocer nuevos lugares o ciudades	3,80	3,63	3,63	3,57
Conocer patrimonio histórico	3,31	3,11	3,33	3,28
→ Descansar, escapar de la rutina y del estrés	4,28	4,29	4,05	4,11
Disfrutar de la gastronomía y enoturismo	3,57	3,35	3,56	3,33
Disfrutar de la naturaleza o del campo	3,57	3,58	2,95	2,95
→ Disfrutar del tiempo libre con las personas con las que viajo	4,37	4,37	4,19	4,23
Divertirme, vivir experiencias excitantes	3,72	3,51	3,53	3,41
Ir a la playa	3,17	3,34	2,74	2,38
Ir de compras	2,42	2,25	2,55	2,13
Practicar el esquí u otros deportes	1,98	1,91	1,84	1,56
Recibir tratamientos de salud y belleza	1,98	1,70	2,08	1,83
Visitar a familiares y amigos	2,40	2,19	2,35	2,15

Los que combinan VT y hotel tienen una mayor motivación por todo.

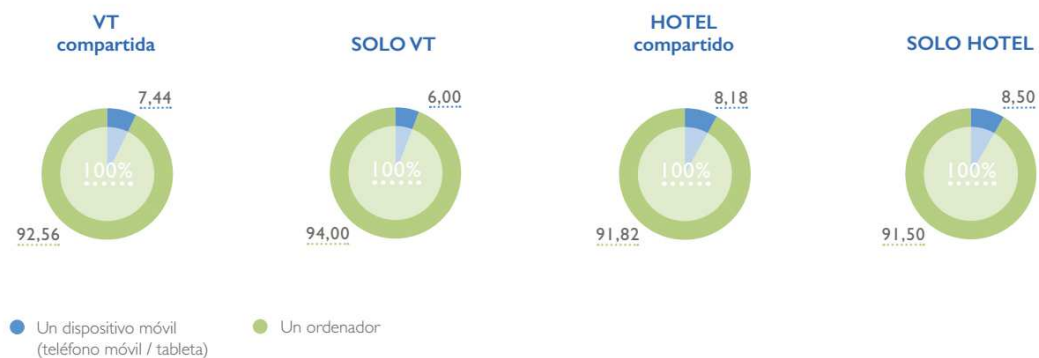
Las mayores motivaciones no están directamente relacionadas con la promoción específica del destino

### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

#### 8.3.a Tipos de dispositivos utilizados por quienes acceden a webs especializadas en alojamientos turísticos 2017



#### 8.3.b Tipos de dispositivos utilizados por quienes acceden a webs especializadas en alojamientos turísticos 2015



Fuente: Homeway, IV Barómetro alquiler vacacional en España

Se eligen fuentes más interpersonales para seleccionar el destino y el alojamiento.

Hay un mayor esfuerzo de búsqueda en VT.

En webs se utilizan empresas especializadas en oferta de alojamientos.

Recomendación de otros usuarios:  
30% hoteles  
47% VT

Tendencia al alza del móvil como dispositivo de búsqueda

### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

Fuente: Homeway, IV Barómetro alquiler vacacional en España

#### 9.1.a Valoración de los factores distintivos del alojamiento vacacional elegido 2017

	VT compartida	Solo VT	Hotel compartido	Solo hotel
Comentarios o valoraciones de anteriores usuarios en internet sobre esa vivienda	3,84	3,59	3,78	3,62
Entorno o alrededores	3,98	3,97	3,90	3,87
Precio	4,03	4,09	3,91	3,92
Seguridad frente a robos y hurtos	3,41	3,28	3,51	3,28
Trato con los dueños o con personas del lugar en el que se encuentra la vivienda	3,63	3,67	3,62	3,46
Ubicación del alojamiento en la zona	4,07	4,11	4,05	4,08

NOTA: 1=muy en desacuerdo 5=muy de acuerdo

El precio y la ubicación son los dos factores críticos para elegir cualquier tipo de alojamiento

Los usuarios de VT son más flexibles a la hora de elegir ubicación

Cercanía: a menos de 20 minutos de puntos interés:  
75% usuarios VT  
82% usuarios hotel

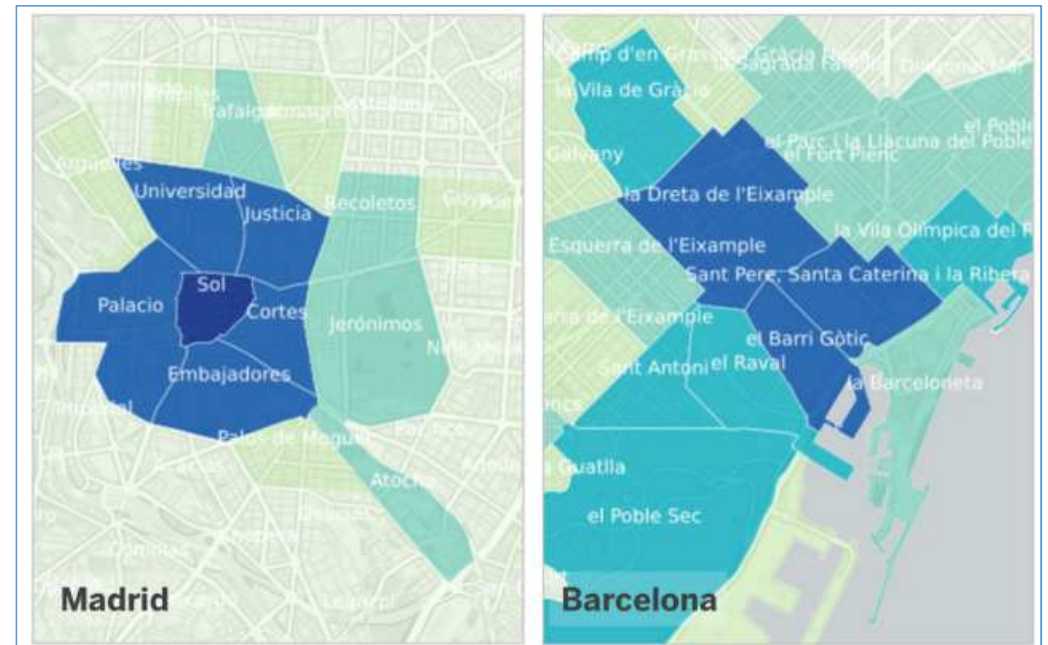
### 3.3. IMPACTOS Y NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

- Bloques de apartamentos Airbnb



- En su informe sobre el mercado español, presentado a comienzos de este año, destaca que en 2016 Madrid se convirtió en **la ciudad española con mayor número de usuarios de Airbnb**. Una tendencia que no deja indiferentes a quienes gestionan las viviendas, que han comenzado a oler el succulento pastel del alquiler turístico en la capital

- **Barrios de Barcelona y Madrid con más pisos de Airbnb**



# 4. Situación de las viviendas con fines turísticos en Málaga

4.1. Oferta de estas viviendas

4.2. Demanda de estas viviendas

## 4.1. OFERTA EN MÁLAGA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

### Registro de viviendas de la Junta Andalucía: 1.821 VT y 8.958 plazas

- Seguimiento por el Área de Turismo del Ayuntamiento Málaga. Informes.
- OMAU: Proyecto europeo MED ALTER ECO

Localización GIS de viviendas del RTA. Estudio de relación con resto viviendas. Análisis de usos en Centro Histórico. Participación de agentes económicos y sociales.

### Plataformas digitales de alquiler: 2.236 VT y 11.101 plazas

- Estudio de viviendas alojadas por Área Turismo del Ayuntamiento Málaga.

Análisis de 6 plataformas (Homeway, la más numerosa).

60% difícil localización

Viviendas ilegales (denuncia)

## 4.1. OFERTA EN MÁLAGA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

Viviendas con fines turísticos (RTA): 1.821 VT y 8.958 plazas

NÚMERO DE PLAZAS EN VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

	2016	jun-17	Var. 6 meses
Málaga provincia	27.280	64.482	136,37%
Málaga ciudad	1.399	8.958	540,31%

*Fuente: Elaboración propia a partir de RTA*

Acelerada evolución, por encima media provincial

Establecimientos reglados (Ayto.): 290 establecimientos y 14.304 plazas

Todavía hay más plazas en establecimientos reglados.

VT en junio 2017 son ya el 63% de las plazas de alojamiento, frente al 23% de octubre de 2016..

## 4.1. OFERTA EN MÁLAGA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

Total viviendas 1.821	Viviendas registradas	%Viviendas por Distrito	Total habitaciones	% Habitaciones por Distrito	Plazas	% Plazas por Distrito
Junta de Distrito 1 - Málaga Centro	1.341	73,64%	2.478	67,03%	6.240	69,66%
Junta de Distrito 2 - Málaga Este	193	10,60%	483	13,06%	1054	11,77%
Junta de Distrito 3 - Ciudad Jardín	21	1,15%	44	2,42%	95	1,06%
Junta de Distrito 4 - Bailén Miraflores	16	0,88%	38	1,03%	78	0,87%
Junta de Distrito 5 - Palma Palmilla	2	0,11%	5	0,14%	10	0,11%
Junta de Distrito 6 - Cruz Humilladero	62	3,40%	158	4,27%	364	4,06%
Junta de Distrito 7 - Carretera Cádiz	126	6,62%	318	8,60%	739	8,25%
Junta de Distrito 8 - Churriana	12	0,66%	35	0,946	76	0,85%
Junta de Distrito 9 - Campanillas	1	0,05%	3	0,08%	6	0,07%
Junta de Distrito 10 - Puerto la Torre	4	0,22%	20	0,54%	38	0,42%
Junta de Distrito 11 - Teatinos Universidad	22	1,21%	61	1,65%	141	1,57%
Otros	21	1,15%	54	1,46%	117	1,31%
Total registro	1.821		3.697		8.958	
Nº Máximo Ha/Plza.			11		15	
Media			2,03 Ha/Vi	2,42 Plza./Ha	4,91 Plza./Vi	



Fuente: Área turismo Ayuntamiento Málaga a partir del Registro Andaluz de Viviendas Turísticas (Junio 2017)

- Los distritos con mayor número de viviendas son: Centro (73,64%), Litoral Este (10,60%), Carretera de Cádiz (6,62%) y Cruz de Humilladero (3,40%). **Se cumple con los criterios de ubicación y cercanía a puntos de interés turístico** (distancia andando o en transporte público).

## 4.1. OFERTA EN MÁLAGA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

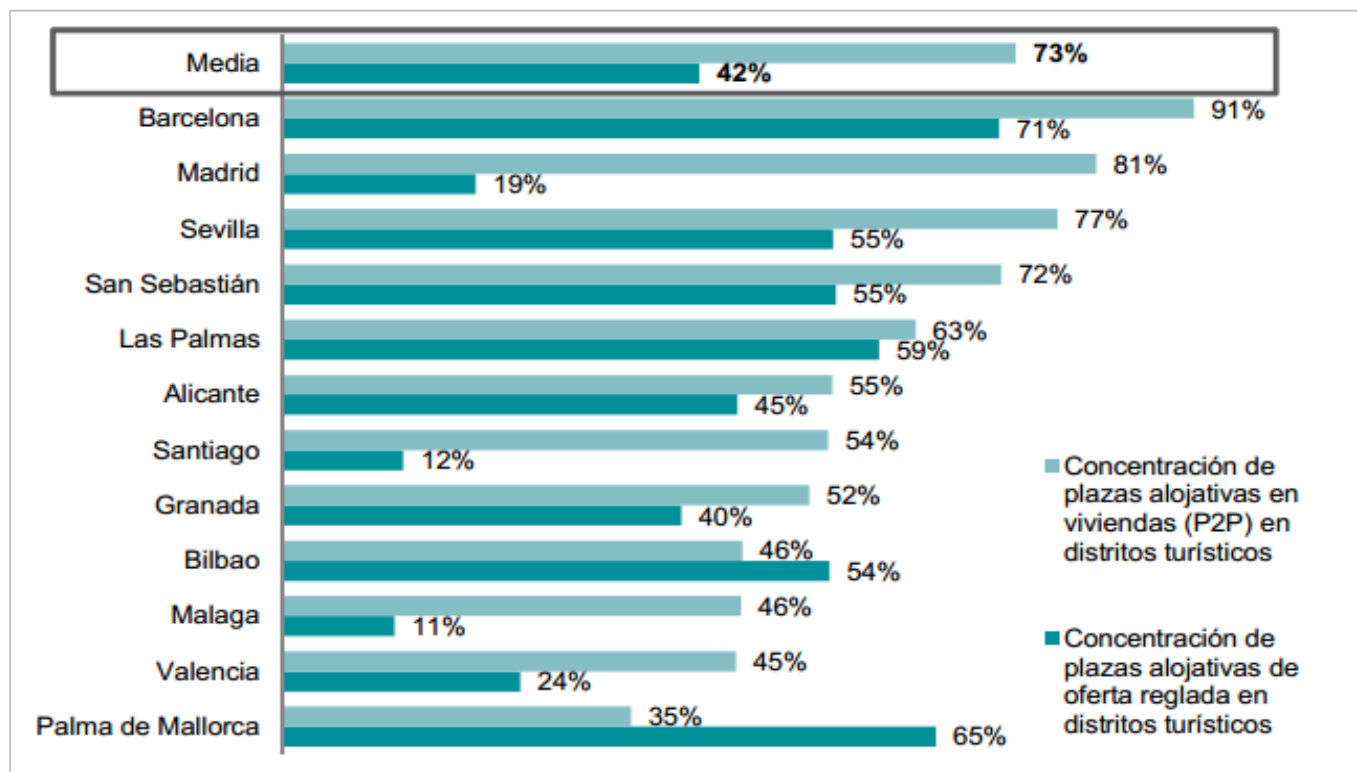
Distrito Málaga	Total	Viviendas principales	Viviendas no principales	% V. no principal/ V. total	Viviendas turísticas	% VT/no principal	% VT/ Total
Total Málaga ciudad	254.660	211.360	43.300	17,00%	1.821	4,21%	0,72%
Distrito 1: Centro	3.080	2.405	675	0,27%	1.341	198,67%	43,54%
Distrito 2: Málaga este	28.560	23.595	4.965	1,95%	193	3,89%	0,68%
Distrito 3: Ciudad Jardín	2.830	1.655	1.175	0,46%	21	1,79%	0,74%
Distrito 4: Bailén- Miraflores	8.275	6.390	1.890	0,74%	16	0,85%	0,19%
Distrito 5: Palma- Palmilla	2.695	1.795	895	0,35%	2	0,22%	0,07%
Distrito 6: Cruz de Humilladero	26.480	22.620	3.865	1,52%	62	1,60%	0,23%
Distrito 7: Carretera de Cádiz	50.265	42.870	7.395	2,90%	126	1,70%	0,25%
Distrito 8: Churriana	44.865	36.805	8.065	3,17%	12	0,15%	0,03%
Distrito 9: Campanillas	39.735	32.920	6.815	2,68%	1	0,01%	0,00%
Distrito 10: Puerto de la Torre	39.980	33.845	6.135	2,41%	4	0,07%	0,01%
Distrito 11: Teatinos- Universidad	7.890	6.455	1.435	0,56%	22	1,53%	0,28%

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Viviendas 2011 y Área de Turismo Ayto. Málaga

- Las VT representan un **0,72% de las viviendas en Málaga**, y un **4,21% de las no principales**.
- Solo el **distrito Centro** cuenta con más VT que viviendas no principales, por lo que se está produciendo un desplazamiento de residentes y/o un uso por habitaciones con fines turísticos.
- **Otros distritos con mayor impacto VT sobre el total de viviendas son** Distrito Este, Ciudad Jardín y Teatinos.

## 4.1. OFERTA EN MÁLAGA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

Comparación de la concentración de la planta alojativa turística en los distritos de las ciudades: viviendas turísticas en plataformas P2P vs. Oferta reglada, 2015.



Fuente: Exceltur

- De media en España, el 73% de las plazas en alojamientos turísticos en viviendas de alquiler se concentra en las zonas más turísticas de las ciudades, en contraposición a la oferta reglada, mucho más distribuida (sobre el 42% se sitúa en las zonas más turísticas).
- En Málaga esta distribución entre plazas regladas y VT estaba más repartida por la ciudad en 2015. En 2017 ya está situada en la media española de 2015.

## 4.2. DEMANDA EN MÁLAGA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

### Observatorio turístico de Málaga (Área Turismo Ayto. Málaga)

- Encuesta a visitantes (incluye VT en 2016)

### Información de plataformas digitales o inmobiliarias/agencias

- Actualmente no lo hacen a demanda del Ayuntamiento, lo realizan a escala nacional.

### Información aportada por la policía nacional/ Guardia Civil

- CIEDES (Subdelegación del Gobierno): recogida de datos de los partes de entrada de viajeros

BOE núm. 165 Viernes 11 julio 2003 2718

**ANEXO** Tamaño A-5

**Modelo de parte de entrada de viajeros.**  
Hoja-registro  
(Rellenar con mayúsculas)  
**Datos del establecimiento**

NIF: Parte nº  
Nombre del establecimiento:  
Municipio:  
Provincia:

Sello del establecimiento

**DATOS DEL VIAJERO**

Núm de documento de identidad:  
Tipo de documento: (1)  
Fecha expedición del documento: (5)  
Primer apellido:  
Segundo apellido:  
Nombre:  
Sexo: (2)  
Fecha de nacimiento: (3)  
Pais de nacionalidad:(4)  
Fecha de entrada:(5)

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_

Firma del viajero

---

La recogida y tratamiento se hará de acuerdo con la Ley Orgánica 15/1996, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y al amparo de lo dispuesto en el artículo 12.1 de la Ley Orgánica 1/1992, de 21 de febrero, sobre Protección de la Seguridad Ciudadana.

Instrucciones de confección del impreso.

(1) Se admiten:  
- Para españoles: D.N.I., pasaporte o permiso de conducir.  
- Para extranjeros: pasaporte, carta o documento de identidad (para ciudadanos de la Unión Europea, Andorra, Islandia, Suiza, Noruega, Malta, Mónaco y San Marino). Permiso de residencia español en vigor para los extranjeros residentes en España.  
Se cumplimentará: D = DNI, P = pasaporte, C = permiso de conducir, I = carta o documento de identidad, N = Permiso de residencia español, X = Permiso de residencia de otro Estado Miembro de la Unión Europea

(2) F = sexo femenino, y M = sexo masculino.

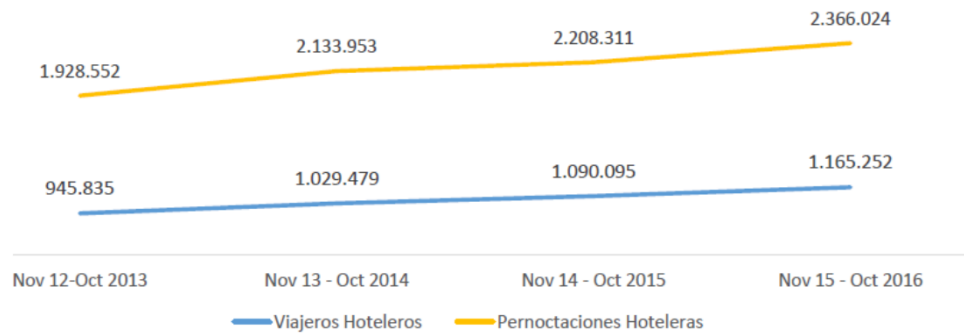
(3) En el formato AAAAMDD, al menos se cumplimentará el año de nacimiento. El mes y el día, si se desconocen, irán como 0000.

(4) Nombre del país de nacionalidad.

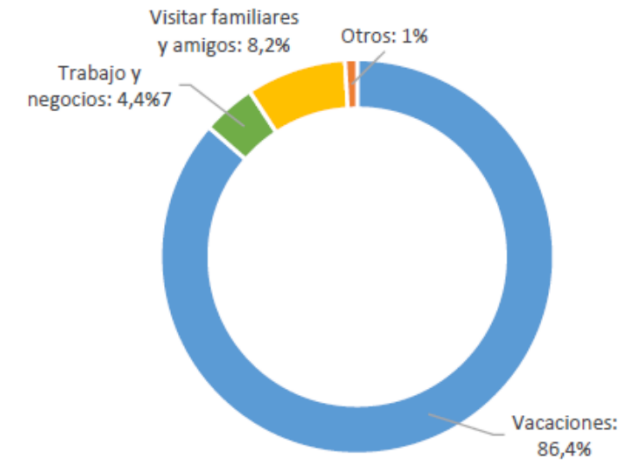
(5) En el formato AAAAMDD.

## 4.2. DEMANDA DE TURISTAS EN MÁLAGA

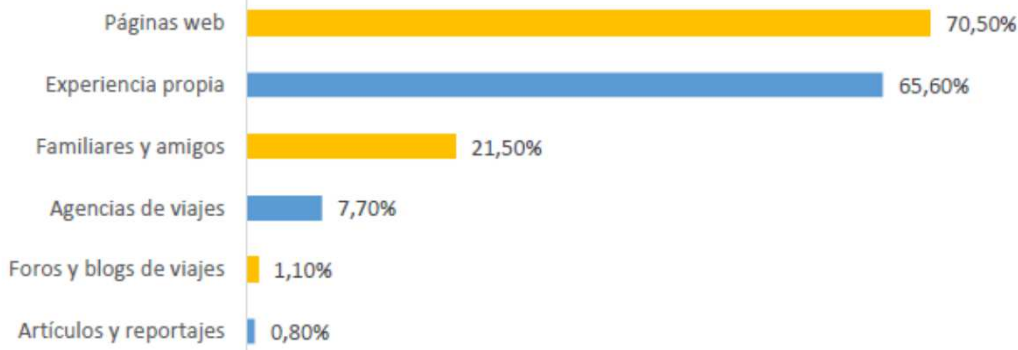
Evolución de Viajeros y Pernoctaciones Hotelera en la Ciudad de Málaga



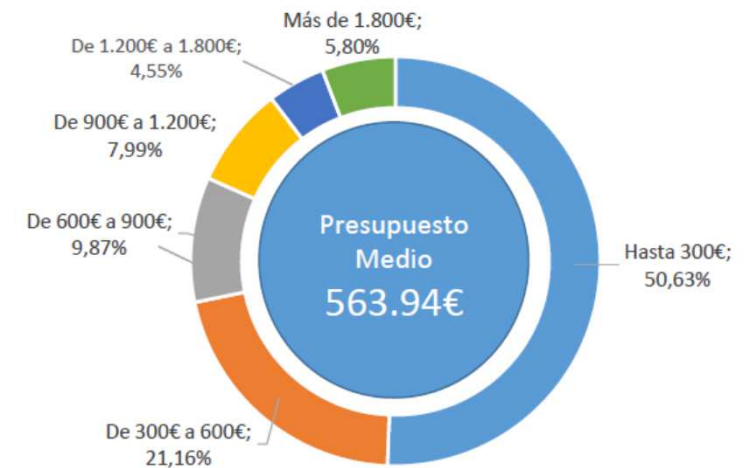
Motivos del viaje



Fuentes de información utilizadas

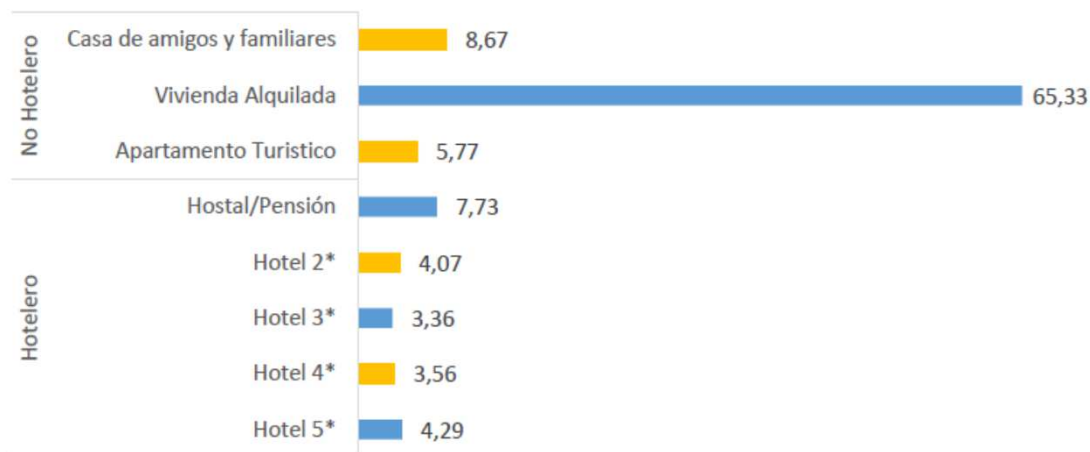


Presupuesto medio por persona



Fuente: Área Turismo Ayto. Málaga

## 4.2. DEMANDA DE VIVIENDAS TURÍSTICAS EN MÁLAGA



Fuente: Área Turismo Ayto. Málaga

En 2016, el número de turistas era de 1.806.592

El 64,6% de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros: 1.163.445

De los que se alojaron en 2016 en establecimientos extrahoteleros (643.146), el 65,33% fueron a VT= **420.167 turistas en viviendas turísticas en 2016.**

Los datos para 2017 habrán variado considerablemente.

## 4. Propuestas y medidas para Málaga

2.1. Vivienda residencial principal, secundaria y vacía

2.2. Stock de viviendas, viviendas en venta y en alquiler

2.3. Evolución del precio de la vivienda

## Marco estratégico del fenómeno en Málaga

- Plan Estratégico de Málaga: Estrategia de turismo urbano cultural
- Plan estratégico turístico 2016- 2020
- Plan estratégico de la vivienda
- Agenda urbana 2030
- Plan general de ordenación urbana

PARTIMOS DE UNA SITUACIÓN CON VENTAJAS

# 1. Crear un buen sistema de estudio y análisis del fenómeno

- Situación de la oferta de VT:
  - Localización
  - Cumplimiento normas
  - Afectación comunidades vecinos y entorno
  - Identificación y denuncia de ilegales
- Situación de la demanda de VT:
  - Número de usuarios y perfil
  - Estancia media y grado de ocupación
  - Gasto medio usuario

## 2. Realizar una buena estimación de los principales impactos económicos, sociales, ambientales y de habitabilidad

- Impactos económicos directos e indirectos:
  - Comercio y consumo
  - PIB
  - Tablas input output
- Impactos sociales directos e indirectos:
  - Población
  - Renta
  - Mercado de trabajo
- Impactos ambientales directos e indirectos:
  - Recursos naturales (agua, luz, saneamiento, aire)
  - Ruido
  - Limpieza
- Impacto sobre la habitabilidad:
  - Espacio público
  - Equipamientos
  - Servicios públicos
  - Transporte

### 3. Establecer un sistema de coordinación con otras administraciones

- Coordinación con el Registro Turístico de Andalucía:
  - Enlace plataformas y RTA para identificación VT
  - Certificados de comunidades de propietarios o Administración Local
- Coordinación con policía nacional y/o guardia civil:
  - Identificación usuarios y perfil
  - Seguridad
- Coordinación con Junta Andalucía y Gobierno Central:
  - Posibles ordenanzas
  - Tasas, impuestos y medidas fiscales

## 4. Diseñar un plan director municipal y un programa operativo anual

- Identificación de VT ilegales, inspección y denuncia:
  - Teléfono del ciudadano
  - Acuerdos con administradores de fincas
- Coordinación con plataformas digitales e inmobiliarias/ agencias:
  - Localización de VT e impacto entorno
  - Promoción destino
- Coordinación áreas municipales implicadas:
  - Turismo, Vía pública, medio ambiente, urbanismo, cultura...
- Coordinación con otros agentes turísticos
- Medidas de deslocalización (zonificación, evitar turismofobia, gentrificación...)
- Medidas de convivencia pacífica
- Medidas urbanísticas y fiscales
- Medidas para garantizar calidad oferta y experiencia turística
- Medidas de formación y profesionalización sector

## 5. Establecer un sistema de seguimiento y evaluación participativo

- Batería de indicadores y cuadro de mando del fenómeno
  - Equipo de trabajo con dedicación
- Implicación de todos los agentes turísticos, sociales y económicos.
- Revisión de situación en varios momentos del año.
- Informes semestrales o anuales.
- Evaluación del programa operativo anual y diseño del siguiente.

# El impacto del turismo sobre la disponibilidad y precio de la vivienda

M<sup>a</sup> del Carmen García Peña

[carmengarciap@ciedes.es](mailto:carmengarciap@ciedes.es)

[www.ciedes.es](http://www.ciedes.es)

FUNDACIÓN  
CIEDES