



FECHA: 22 de Enero de 2026
REDACTOR:
TRISTÁN MARTÍNEZ AULADELL
Arquitecto
PROMOTOR:
Nitsba Spain, SL



ANEXO 3. NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE IMPLANTACIÓN DE COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

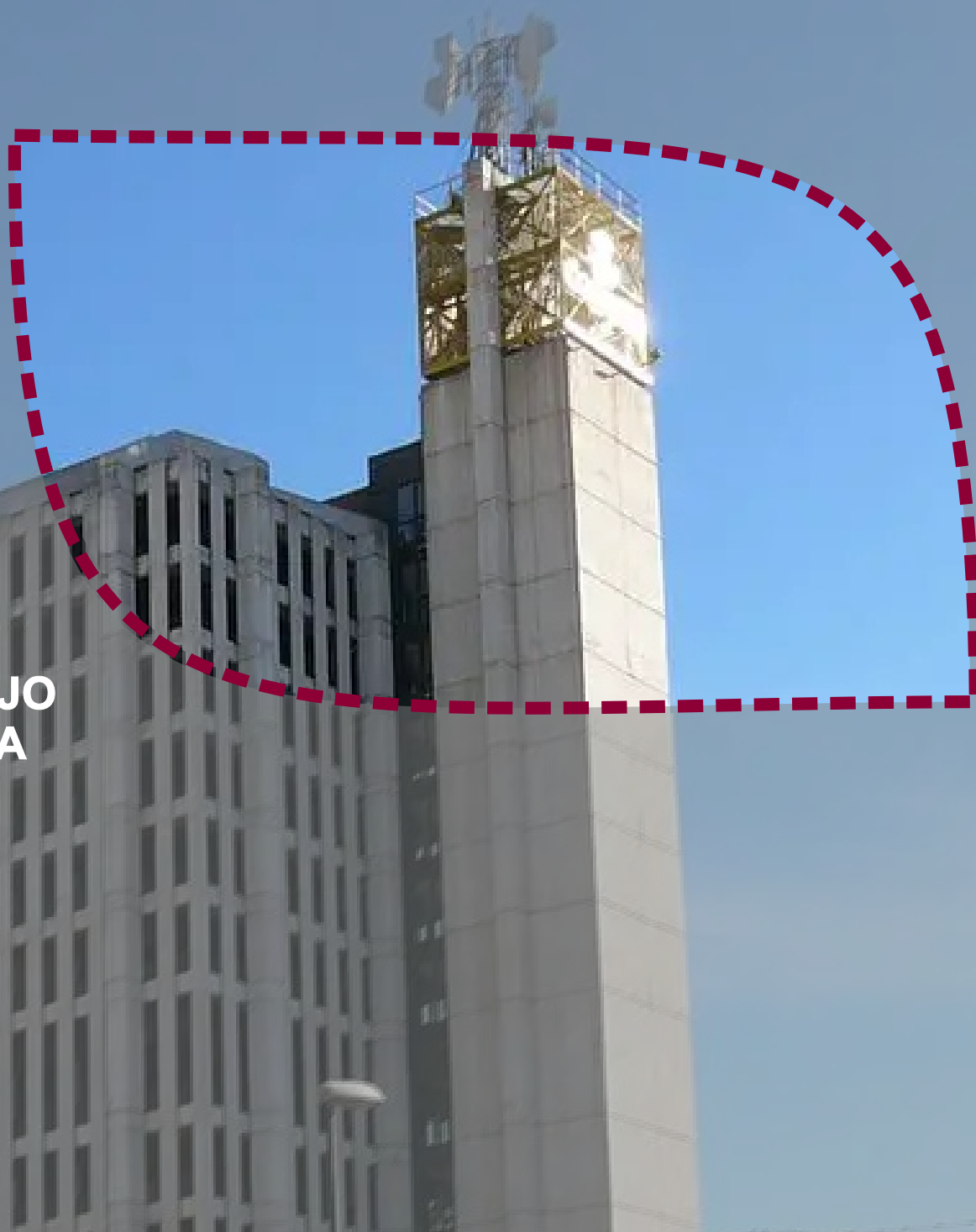
**ESTUDIO DE ORDENACIÓN DEL ÁREA
HOMOGÉNEA DEL EDIFICIO DE CORREOS
PARA SU CAMBIO DE USO A HOTELERO
MÁLAGA**



CONSULTORES COMERCIALES Y TERRITORIALES

**NECESIDAD Y OPORTUNIDAD
DE IMPLANTACIÓN DE COMPLEJO
HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA
EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.**

Edificio de Correos



1. MARCO TERRITORIAL DE ACTUACIÓN.

2. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO.

3. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO Y SU EVOLUCIÓN.

3.2. OFERTA HOTELERA REGLADA. CUANTIFICACIÓN Y LOCALIZACIÓN.

3.3. LA IMPORTANCIA RECIENTE DEL TURISMO EXTRAHOTELERO NO REGLADO. LAS VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS Y SU DISTRIBUCIÓN.

3.4. EL TURISMO DE COMPRAS.

3.5. LA IMPORTANCIA CRECIENTE DEL TURISMO CULTURAL. MÁLAGA CIUDAD DE MUSEOS.

3.6. EL PUERTO DE MÁLAGA Y LA IMPORTANCIA CRECIENTE DEL TURISMO DE CRUCEROS.

3.7. EL AEROPUERTO-COSTA DEL SOL

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

4.1. EL PROYECTO DE REMODELACIÓN DEL EDIFICIO DE CORREOS

4.2. REFERENTES DE COMERCIALIZACIÓN.

4.3. PROYECTO CANALEJAS EN MADRID.

5. ADECUACIÓN DE LA ACTUACIÓN AL PLANEAMIENTO TERRITORIAL VIGENTE.

5.1. MÁLAGA Y SU ÁREA DE INFLUENCIA EN LA ORDENACIÓN TERRITORIAL DE ÁMBITO REGIONAL.

5.2. ADECUACIÓN DEL CAMBIO DE USO AL PLAN DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO DE ANDALUCÍA Y EL PLAN DE ORDENACIÓN DE ÁMBITO SUBREGIONAL DE LA AGLOMERACIÓN URBANA DE MÁLAGA.

6. VALORACIÓN DEL PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE UN COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

1. MARCO TERRITORIAL DE ACTUACIÓN.

El proceso evolutivo de la ciudad de Málaga junto a su área de influencia refleja unas condiciones económicas y sociales únicas en Andalucía y posiblemente en el resto de España: a pesar de su temprana revolución industrial la ciudad de Málaga, probablemente al margen de la organización de ciertos territorios, tampoco fue capaz de protagonizar procesos de difusión de lo urbano hasta fechas bien recientes apoyadas en la creciente acentuación de la globalización de la economía, las transformaciones del sistema viario y los avanzados medios de comunicación. Con todo, se ha generado una estructura territorial atípica, incluso en términos de los modelos de formación de áreas metropolitanas más clásicas. Un territorio muy complejo y en permanente proceso de cambio donde confluyen vectores articuladores y desarticuladores específicos, muchos de los cuales expresan marcadas relaciones con el turismo en sus resultados finales.

La actual estructura territorial de la provincia de Málaga es consecuencia de una serie de transformaciones históricas (progresivas en el tiempo), que han venido a cambiar, en diferente grado, el anterior sistema territorial de comarcas, organizadas por la clásica y somera jerarquización de cabeceras comarcales, donde las funciones articuladoras de la ciudad de Málaga, en especial por lo que se refiere con las comarcas interiores (comarca de Antequera y Serranía de Ronda) eran muy débiles y restringidas.

En la actualidad la jerarquización urbana clásica de la provincia está siendo sustituida por relaciones de transversalidad entre los diferentes núcleos urbanos, proceso favorecido por las transformaciones del sistema viario, así como del uso generalizado del automóvil y la complejidad presente en las texturas y funciones urbanas. Estas relaciones transversales alcanzan mayor

densidad en la Aglomeración Urbana de Málaga, incluso en la totalidad del área metropolitana, estructura territorial y urbana surgida por el crecimiento aislado y convergente de diferentes localidades (Marbella, Fuengirola, Mijas, Benalmádena, Torremolinos y Málaga). Se trata de un eje litoral que constituye una suerte de conurbación policentralizada dotada de una dinámica de difusión de fuerte intensidad que, cada vez con más intensidad, captura determinadas comarcas interiores hasta crear un compacto que supera incluso el propio territorio provincial, especialmente por lo que se refiere a la capacidad y el potencial vertebrador de Marbella en la Serranía de Ronda y el Campo de Gibraltar.

El “motor de arranque”, generador de este proceso urbano, ha sido el turismo, que la ha caracterizado tan peculiarmente, alejándola de los modelos/parámetros comúnmente asumidos/generales, y que colaboran a dificultar su definición práctica.

A finales de los años cincuenta, en lo que luego vendría a llamarse Costa del Sol, acaecen distintos tipos de procesos. Por un lado, y en consonancia con el resto del Estado, un considerable volumen de población se ve obligado a emigrar fuera de nuestra región, a zonas desarrolladas tanto españolas como europeas (Madrid, Cataluña, Francia, Suiza, Alemania, etcétera). Paralelamente, en el marco de la transición hacia una economía con menor grado de autarquía, comenzó la llegada de contingentes significativos de turistas, una vez que los países europeos consiguieran superar los efectos de la Segunda Guerra Mundial. Por tanto, unos flujos de doble sentido que explican la dinámica general de la provincia.

A su vez, se produjo un fuerte éxodo rural hacia la capital y otros núcleos urbanos costeros preexistentes (Marbella, Fuengirola y Torremolinos) propiciado por la eclosión de las actividades turísticas y reforzado por la creciente demanda de mano de obra para la construcción.

Esta primera fase del desarrollo turístico del litoral occidental no trajo consigo una transformación sustantiva de las infraestructuras ni de los tejidos urbanos consolidados, limitándose a la incorporación de contados hoteles y campings y, especialmente, la construcción del moderno aeropuerto de Málaga, clave esencial del despegue turístico.

La década de los años setenta supondrá la consolidación de la costa Occidental como receptora del “turismo de sol y playa”, lo que producirá un crecimiento económico (industria turística), que incluía demandas de mano de obra directa (hostelería y restauración) e indirecta (construcción).

Así, el eje litoral Marbella-Málaga-Nerja, aunque con mucha menor intensidad en el este, se constituirá en el principal destino de la emigración del campo malagueño, que ya no “huye” fuera de nuestra provincia, al que se suma el retorno de los emigrantes de la anterior década a causa de las crisis de los años setenta. Sus efectos fueron sustantivos en los crecimientos de las distintas ciudades litorales e, incluso, en el crecimiento de núcleos urbanos y especializados en la recepción de la fuerza de trabajo (Arroyo de la Miel en Benalmádena, Las Lagunas en Mijas, San Pedro de Alcántara en Marbella, etcétera).

Es ahora cuando el paisaje de la costa cambia radicalmente fruto de un proceso fuertemente especulativo del suelo, provocado por la demanda de terrenos (en múltiples ocasiones no urbanizable) para la realización de los nuevos complejos turísticos (urbanizaciones extensivas, chalets, apartamentos, etcétera).

La incorporación de la terminal de vuelos internacionales al aeropuerto de Málaga, situado al oeste de la capital, lo convierte en la principal “puerta” de acceso a Málaga y su litoral, dado que el resto de las infraestructuras, especialmente las de transporte rodado apenas sufren mejoras, salvo por la realización en 1.973 de la carretera N-331 que mejoraba los enlaces con Antequera y, por tanto, con el resto de Andalucía y con la meseta castellana.

Las transformaciones territoriales y urbanas de los municipios litorales de la Costa del Sol pueden sintetizarse en la siguiente cronología:

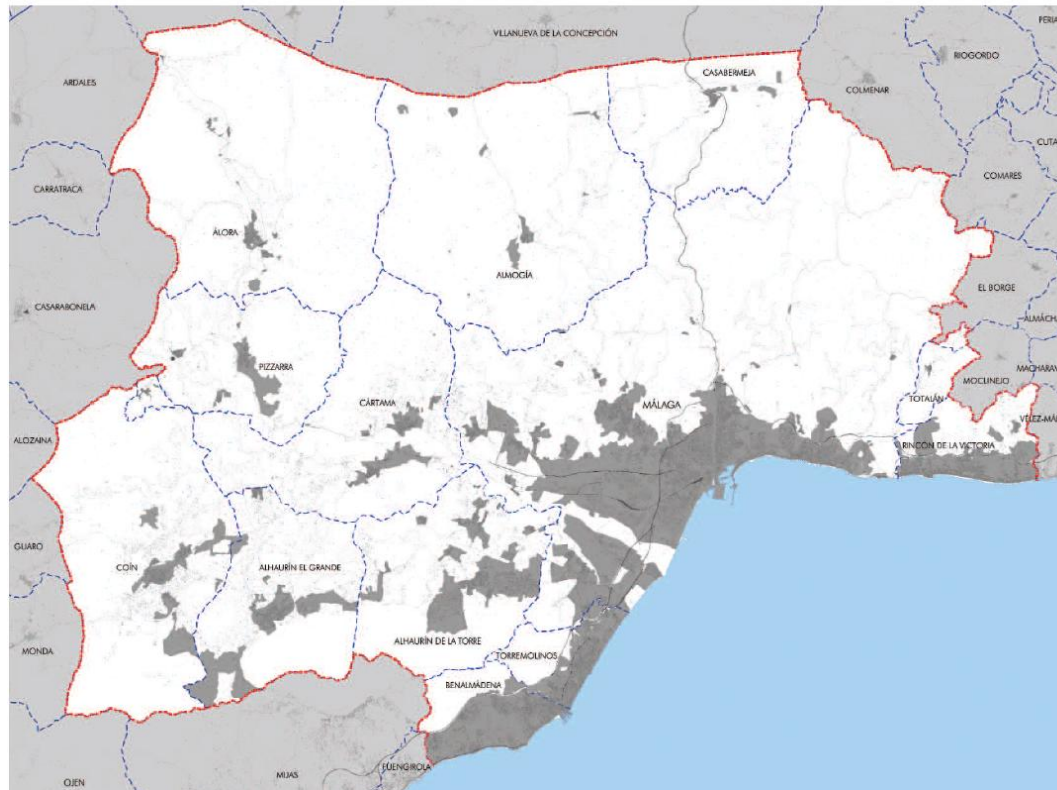
- Una fase de inicio (1.959-1.969), donde predominan una demanda de alta calidad que, en ocasiones, se localizó en determinadas áreas residenciales en algunos de los municipios. La carencia de vías de transporte adecuadas provocó la concentración de las actividades turísticas en la costa Occidental, favorecida por la proximidad del aeropuerto. Con todo, en su interior se producirán diferenciaciones cualitativas que tendrán una importancia decisiva en los años futuros, especialmente por lo que se refiere a los nuevos tejidos urbanos y las texturas territoriales resultantes en función del tipo de turismo acogido.
- Una segunda fase (1.970-1.980), caracterizada por la penetración del turismo masivo, ralentizada por la crisis de 1.973. Este tipo de demanda afectará sustancialmente a los actuales municipios de Torremolinos y Benalmádena (área litoral).
- Una tercera fase (1.981-1.995) donde se conjugan ciclos críticos y alcistas, que dará lugar a la formación de un continuo urbano a lo largo del litoral cuyo límite se establece convencionalmente en Marbella.
- Una cuarta fase (desde 1.996-2.009) caracterizada por un nuevo ciclo alcista con fuerte presencia del turismo residencial y ampliación del territorio turístico. La falta de suelo en los municipios centrales, especialmente de la Costa Occidental traerá consigo la incorporación al proceso urbanizador de municipios como Estepona e incluso de municipios interiores cercanos al litoral.

NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE IMPLANTACIÓN DE COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

- Una quinta fase (desde 2.010 a 2.019) marcada por un parón en el crecimiento de suelo urbanizado y de la construcción en general, fruto de la profunda crisis económica.

- Una sexta fase (desde 2.020 a la actualidad) con un crecimiento notable de la demanda de suelo urbanizable, no sólo residencial, sino también productivo y logístico, que supera la oferta actual.

ÁMBITO DE LA AGLOMERACIÓN URBANA DE MÁLAGA



En este ámbito pueden detectarse rasgos propios de una aglomeración urbana madura, pues el áreas conforma, con mayor o menor grado de intensidad según la proximidad a la ciudad central, un mercado unitario de trabajo, residencia y ocio, si bien existen otros muchos elementos que presentan una gran heterogeneidad y fuertes contrastes internos, tanto en lo que se refiere a sus características físicas o ambientales, como en aspectos relacionados directamente con las actuaciones antrópicas, que se traducen en los diferentes modelos de ocupación del territorio, en los tipos de hábitat, o en las características e intensidad que presentan las actividades económicas.

Las importantes transformaciones que se vienen produciendo en las infraestructuras y en la dinámica de la actividad turística van a afectar sustancialmente al papel que desempeñará la aglomeración de Málaga en las próximas décadas:

- En relación con las infraestructuras, se vienen desarrollando desde hace unas décadas diversas actuaciones que pretenden precisamente paliar los seculares déficits de comunicaciones de Málaga. La puesta en funcionamiento de la línea AVE Córdoba-Málaga en diciembre de 2.007 permitió una conexión rápida con el centro de la región y del país.
- En relación con la actividad turística, motor económico de la aglomeración, de gran parte de la provincia y de la región en su totalidad, están apareciendo nuevas tipologías turísticas, que si bien no suplantán la oferta y demanda tradicional de sol y playa, sí la complementan y cualifican. Así, el turismo vinculado a las actividades de ocio y deportivo y el turismo de la naturaleza, o más centrado en el municipio de Málaga, el turismo cultural y congresual, son nuevas tipologías de creciente presencia en el ámbito, que generan nuevos hitos o impactos territoriales y refuerzan los preexistentes. Lo campos de golf, centros de ocio, parques temáticos/acuáticos, puertos deportivos, espacios culturales, son ejemplos de nuevos espacios ligados a esta actividad.

El Plan de ordenación del territorio de la Aglomeración Urbana de Málaga (en adelante POTAUM) aprobado en julio de 2.009, venía a marcar las tendencias que podían incidir en el proceso planificador, muchas de las cuales siguen siendo válidas en el momento actual, doce años después:

- Fuerte concentración de la población y del turismo en el litoral de la aglomeración con elevados aumentos de la densidad en este espacio. Debido a ello si no se articulan los mecanismos adecuados, aparecerán o se incrementarán en los próximos años deseconomías de escala con importantes efectos externos negativos sobre el bienestar de la población de la zona (atascos, insuficiencia de algunos servicios públicos, etcétera).
- Pujanza de desarrollos residenciales en el exterior de la ciudad central, básicamente en los demás municipios litorales y en el Valle del Guadalhorce, que intensifican los desplazamientos diarios residenciales en la aglomeración, principalmente en vehículos privados, lo que se traduce en importantes restricciones a la movilidad, que de seguir incrementándose impedirán un desarrollo urbano y económico equilibrado.
- La capacidad de crecimiento y atracción de la Aglomeración Urbana de Málaga sigue siendo importante y es previsible que en el futuro continúe siendo uno de los espacios con mayores incrementos absolutos de población a escala nacional, tanto por movimientos naturales como sobre todo por las inmigraciones.
- La concentración de actividades terciarias, que tienden a aumentar paulatinamente, en el área central y en el litoral, mientras que las actividades de transformación se desplazan o tendrán mayor peso en el interior del Valle del Guadalhorce.

- La escasa accesibilidad e interrelación entre los espacios productivos que supone un inconveniente para el aprovechamiento de las economías de escala, elemento básico para la mejora de productividad y competitividad de la economía del ámbito.
- La debilidad de la articulación del litoral entre sí y con el interior de la Aglomeración Urbana.
- **Las nuevas tendencias turísticas, que demandan una oferta complementaria de calidad** (espacios culturales, rutas monumentales, parques temáticos, espacios deportivos, etcétera), pueden suponer un freno a la expansión y desarrollo de la actividad turística del litoral occidental de la aglomeración dada la alta densidad edificatoria, lo que hace necesario un nuevo modelo de gestión del suelo.
- La dependencia funcional de los municipios del litoral occidental de la aglomeración urbana de Málaga respecto de la ciudad central es de carácter biunívoco, e incluso tiende a incrementarse el papel de los primeros debido a la importante provisión de elementos de ocio, turísticos y comerciales de estos municipios. Respecto a las otras localidades, la dependencia funcional se mantendrá e incluso se reforzará en el futuro por la mejora de las comunicaciones.

Funcionalmente, la aglomeración urbana de Málaga estaría formada por una unidad de contenido específica y fundamentalmente litoral que penetraría en el Bajo Guadalhorce, integrando los municipios de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande y Cártama, así como una parte de los municipios de la comarca de los Montes de Málaga, conformando una cierta dualidad entre ámbitos de montaña y medio litoral, donde se desarrollan los procesos más dinámicos.

La ciudad de Málaga desempeña en este esquema un papel de **ciudad central**, que absorbe la mayor cantidad de población, empleos y actividad, concentrando las principales dotaciones de suelos industriales (90% aproximadamente), los nuevos espacios productivos (Parque Tecnológico), la enseñanza universitaria y especializada y algunas de las funciones comerciales y de ocio. Su clara **vocación turística** cuenta con una amplia oferta de establecimientos hoteleros que requiere una recualificación orientada a la excelencia.

En esa perspectiva, dos municipios urbanos tendrían unas actividades marcadamente turísticas, Torremolinos y Benalmádena (también Rincón de la Victoria, aunque en menor medida), con desaparición de las labores primarias y menor complejidad en las actividades productivas, con un amplio desarrollo del sector servicios (desaparición casi completa de las actividades primarias y escasa significación de las industriales).

2. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO.

El municipio de Málaga, situado en la comunidad autónoma de Andalucía, España, es un **importante centro económico y turístico en la región**. Su economía ha experimentado transformaciones significativas a lo largo de su historia, pasando de ser un puerto comercial estratégico en el pasado a convertirse en un destino turístico de renombre mundial en la actualidad.

La población de Málaga ha experimentado un crecimiento constante en las últimas décadas, pasando de 478.440 habitantes en 1991 a los **579.076 habitantes** actuales. Este crecimiento se debe a una combinación de factores, entre los que se encuentran la inmigración, el aumento de la esperanza de vida y la atracción de nuevos residentes por el dinamismo económico de la ciudad.

Desde mediados del siglo XX, como decimos, Málaga capital ha experimentado un crecimiento constante de su población. Este fenómeno se atribuye a una serie de factores, como la migración interna desde otras regiones de España y el crecimiento natural debido a las tasas de natalidad. La ciudad ha sido un destino atractivo para migrantes internos y extranjeros. La ciudad ha recibido a residentes de otras partes de España en busca de oportunidades laborales y un clima más cálido, así como a inmigrantes europeos, especialmente del norte de Europa, que eligen Málaga como su lugar de retiro.

La distribución de la población de Málaga por grupos de edad muestra una estructura típica de una sociedad en transición demográfica. Se observa una prevalencia de los grupos de edad más jóvenes y una disminución gradual a medida que se avanza

en las cohortes de mayor edad. La pirámide de población refleja una tendencia hacia un envejecimiento de la población, aunque con una población joven aún significativa.

La población de Málaga es mayoritariamente joven, con una edad media de 43 años. El 19,9% de la población tiene menos de 20 años, mientras que el 18,6% tiene 65 años o más.

Por su parte, la población extranjera representa el 12,4% del total, lo que la convierte en una de las capitales con mayor presencia de extranjeros de España. Los principales países de origen de la población extranjera son Marruecos, Rumanía, Ecuador, Reino Unido y Alemania.

En las últimas décadas se ha convertido en un importante centro económico de Andalucía y actualmente es reconocida por su creciente industria tecnológica y de servicios. El turismo juega un papel crucial en su economía, atrayendo a visitantes de todo el mundo debido a su clima mediterráneo, accesibilidad, playas y oferta cultural.

La economía de Málaga es dinámica, posiblemente y en estos momentos **una de las más dinámicas de España**, y orientada al mercado global, con una fuerte dependencia del turismo. La ciudad se ha esforzado por diversificar su base económica para reducir la vulnerabilidad a las fluctuaciones en la industria turística. A pesar de esta diversificación, el turismo sigue siendo el motor principal de la economía malagueña.

El sector servicios es otro importante pilar de la economía de Málaga. La ciudad alberga una amplia gama de empresas, desde pequeñas empresas locales hasta grandes multinacionales.

La industria también tiene un peso importante en la economía de Málaga. Las principales industrias de la ciudad son la construcción, la alimentación y la química.

Málaga es una ciudad con una población joven y dinámica. Su economía es fuerte, con un sector turístico en auge y un sector servicios en expansión. La ciudad tiene un gran potencial para seguir creciendo en los próximos años.

Por su parte, Málaga cuenta con un próspero sector comercial. El centro histórico de la ciudad alberga una gran cantidad de tiendas, boutiques y centros comerciales que atienden tanto a los residentes como a los turistas. Además, el Puerto de Málaga es un importante punto de entrada de mercancías, lo que impulsa el comercio internacional.

La construcción ha sido un sector importante en Málaga debido al continuo desarrollo de infraestructuras y propiedades residenciales y turísticas. Sin embargo, es importante destacar que la crisis económica de 2008 tuvo un impacto significativo en este sector, aunque ha experimentado una recuperación gradual en los últimos años.

En las últimas décadas, Málaga ha estado trabajando en la diversificación de su economía. Se han establecido parques tecnológicos y empresas relacionadas con la tecnología, lo que ha contribuido al crecimiento de este sector. Destaca el **Parque tecnológico de Andalucía**, con 650 empresas y casi 25.000 trabajadores, lo que representa más del 20% del PIB y del empleo de la capital.

En resumen, el municipio de Málaga destaca como un importante destino turístico y un importante centro económico en la región de Andalucía. Aunque el turismo es el sector dominante, se han realizado esfuerzos para diversificar la economía y reducir la dependencia de un solo sector, despuntado especialmente el sector tecnológico.

3. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO Y SU EVOLUCIÓN.

En el momento previo a la crisis sanitaria y económica provocada por el covid-19, en el año 2019, se venían registrando los mejores datos turísticos de toda la serie histórica, siendo, la ciudad de Málaga, uno de los destinos urbanos con mayor proyección de España. En este año Málaga se situó entre los destinos urbanos de España que registran un mayor crecimiento de viajeros alojados, sólo por detrás de Granada (6,7%), Barcelona (5,4%) y Sevilla (4,3%) y por delante de Zaragoza (2,8%), Valencia (2,8%), Bilbao (2,5%), Madrid (1,5%), Córdoba (0,8%) y Palma de Mallorca (2,4%). La evolución de todos los indicadores turísticos venían siendo muy favorables y las previsiones realizadas para 2020 eran muy optimistas, tendencias que comenzaron a cambiar al conocerse desde principios de años la grave amenaza representada por el nuevo coronavirus.

No obstante, los últimos datos retoman la senda de crecimiento *precovid* con datos muy parecidos a los anotados en el año record de 2019, llegándose a alcanzar los **1,31 millones de turistas** y una cifra cercana a los **2,9 millones de pernoctaciones** (casi un 4% más que en 2019).

La estancia media de los turistas hoteleros durante el 2022 fue de 2,2 noches y el grado de ocupación medio anual alcanzó el 76,03 por ciento, lo que indica una reducción paulatina de la marcada estacionalidad que venía siendo un elemento central del turismo de la capital de la Costa del Sol, siendo uno de los grados de ocupación más elevados de los destinos urbanos de nuestro país.

Málaga se sitúa como la cuarta ciudad de España que anotó mayor volumen de ingresos por habitación, con 88 euros, por detrás de Barcelona con 109€, San Sebastián (104€) y Palma de Mallorca 100€.

La cifra de turistas extranjeros supone ya el 60,6 por ciento del total de viajeros alojados en los hoteles de la ciudad. Así, llegaron casi 722.000, que generaron 1,75 millones de pernoctaciones.

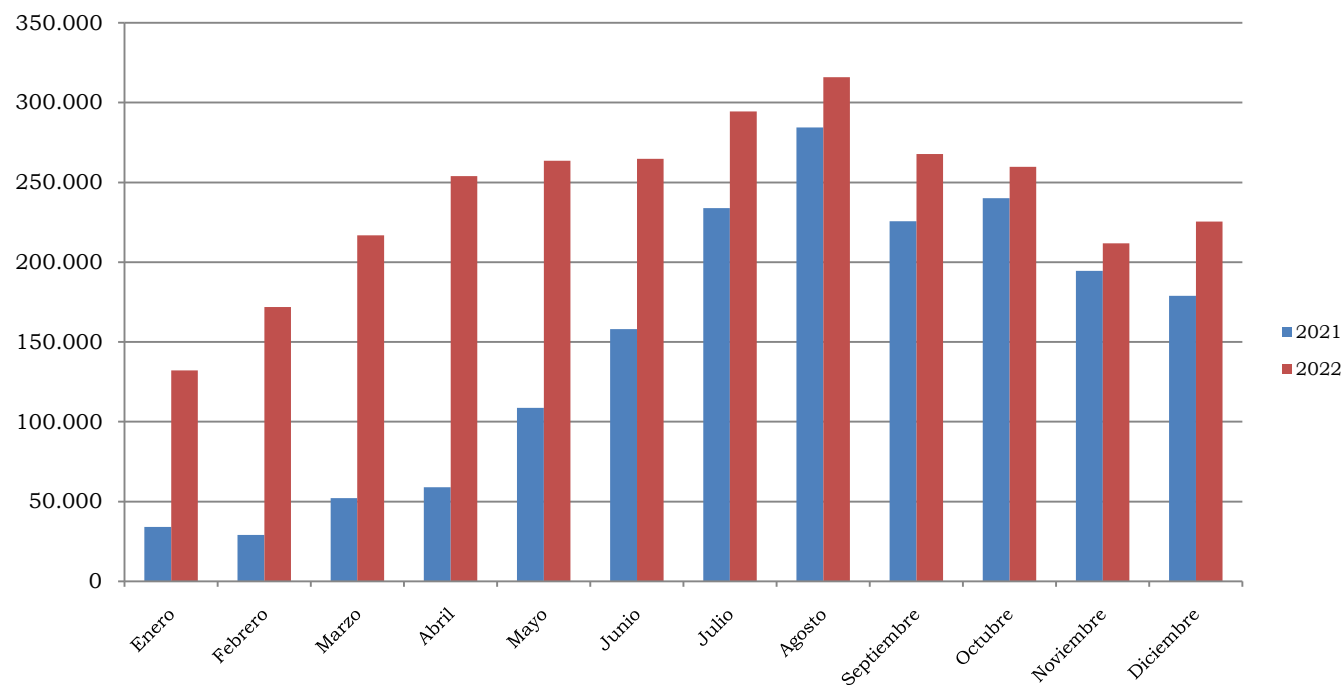
Respecto a la procedencia, dentro del total de viajeros internacionales en 2022, los principales mercados han sido Reino Unido (15,65% del total internacional); Francia (8,4%); Italia (8%), Alemania (7,8%); Países Bajos (7,5%) y Estados Unidos (6%).

Respecto a principales mercados nacionales, los viajeros de Andalucía suponen el 44,1% del total nacional, seguidos por los procedentes de Madrid (21,2%).

El mercado nacional representa el 39,4 por ciento y creció casi un 18% hasta llegar a los 585.806 viajeros, superando los históricos datos del año 2019. Realizaron más de 1,13 millones de pernoctaciones, con una estancia media de 1,9 noches.

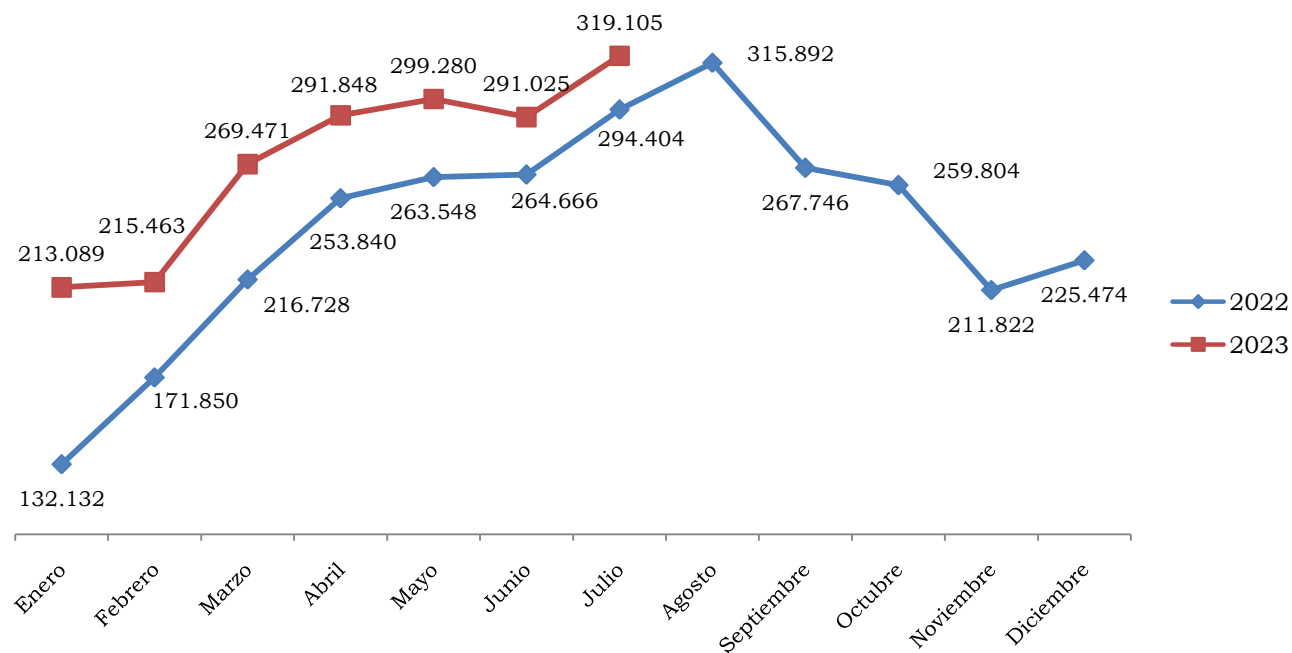
La evolución de todos los indicadores de la actividad turística en Málaga capital es muy positiva, recuperando e incluso superando los niveles del 2019 que marcaron records justo antes del obligado parón por la pandemia internacional por covid-19. Observando los datos de los siete primeros meses del 2023 podemos asegurar que 2023 va a seguir esa senda positiva de crecimiento al que nos referimos.

Pernoctaciones turísticas en Málaga ciudad. Comparativa años 2021 y 2022



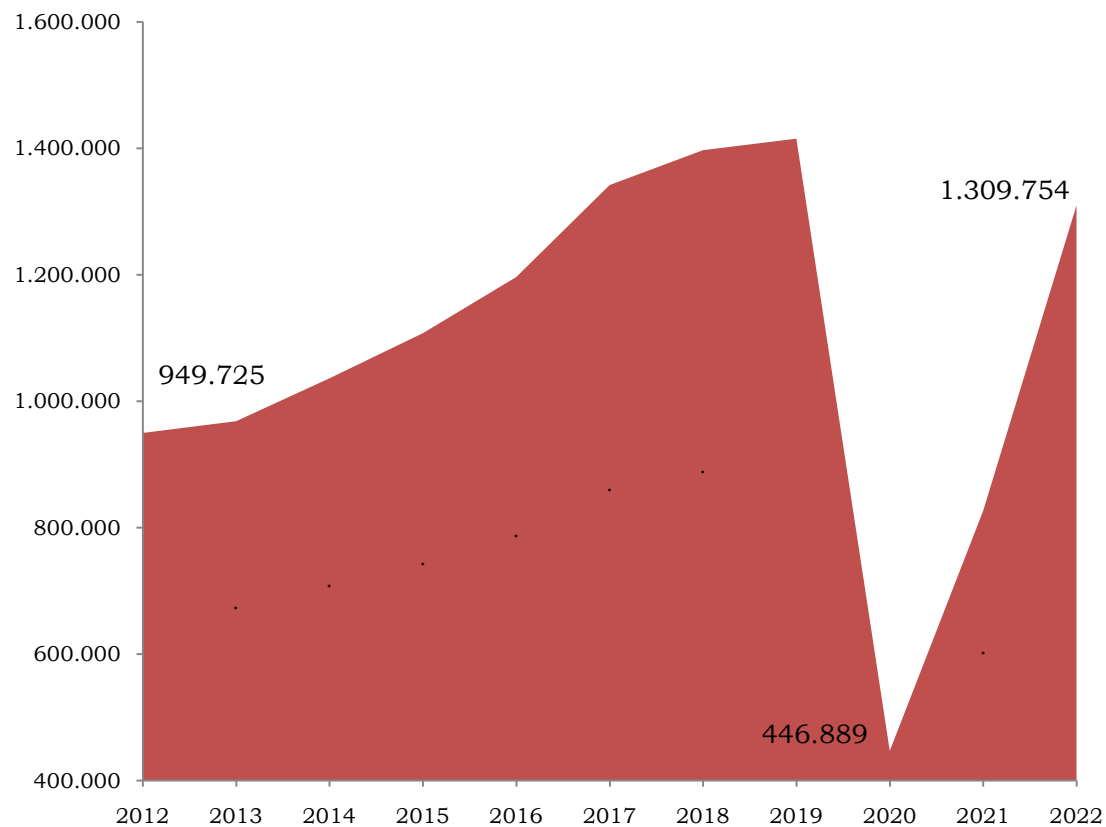
Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Explotación de la Encuesta de ocupación hotelera del INE

Pernoctaciones turísticas en Málaga ciudad por meses del año 2022 y 2023 (hasta julio)



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Explotación de la Encuesta de ocupación hotelera del INE

Evolución de pernoctaciones en el municipio de Málaga. Periodo 2012-2022



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Explotación de la Encuesta de ocupación hotelera del INE

3.2. OFERTA HOTELERA REGLADA. CUANTIFICACIÓN Y LOCALIZACIÓN.

El conjunto de la **oferta hotelera** de la ciudad de Málaga está compuesta por un total de **88 hoteles y de 85 hostales y pensiones que agrupan en conjunto más de 14.577 plazas disponibles.**

En la tipología de hoteles existen 11.403 plazas, siendo la categoría con mayor número de establecimientos y plazas los hoteles de cuatro estrellas (26 hoteles y 5.095 plazas). Este número de plazas equivale a un total de 4.773 habitaciones.

HOTELES 2023

Categoría	Número de establecimientos	Número de plazas
5 Estrellas	4	953
4 Estrellas	31	6.066
3 Estrellas	27	2.826
2 Estrellas	19	1.388
1 Estrella	7	170
Total oferta hoteles	88	11.403

Elaboración propia. Datos primarios: Delegación provincial de Turismo. Junta de Andalucía. Datos referidos a septiembre 2023

La evolución del número de hoteles en los últimos 15 años ha sido especialmente significativa, en todas las categorías y expandiéndose a casi todos los distritos de la ciudad.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN EL PERIODO 2008-2019

Categoría	Número de hoteles 2008	Número de hoteles 2023	Diferencia
5 Estrellas	0	4	+ 4
4 Estrellas	20	31	+ 11
3 Estrellas	16	27	+ 11
2 Estrellas	15	19	+ 4
1 Estrella	8	7	- 1
Total oferta hoteles	59	88	29

Elaboración propia. Datos primarios: Delegación provincial de Turismo (Junta de Andalucía) e Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).

En la categoría de hostales y pensiones destacan las pensiones, con 88 establecimientos y 2.860 plazas.

HOSTALES Y PENSIONES 2019

Tipo	Categoría	Número de establecimientos	Número de plazas
Hostal	1 Estrella	13	742
Hostal	2 Estrellas	10	726
Pensión	Única	62	1.706
Total oferta hostales y pensiones		85	3.174

Elaboración propia. Datos primarios: Delegación provincial de Turismo. Junta de Andalucía.
Datos referidos a diciembre 2019

La oferta hotelera se reparte por gran parte del núcleo urbano de la ciudad, distinguiéndose las siguientes zonas:

- El Centro Histórico de Málaga da cabida a una parte importante de la oferta hotelera de la ciudad, tanto en la denominada como “almendra histórica” o núcleo central como en la zona de Ensanche Centro, al sur, también conocido como Soho Málaga.
- La zona denominada Estación de María Zambrano y Perchel, es una extensa zona ubicada al oeste del río Guadalmedina que posee una amplísima oferta hotelera, siendo la principal zona en cuanto a número de habitaciones hoteleras disponibles.
- La zona Oeste y Suroeste comprende los barrios dispuestos en torno a la Avenida de Velázquez (antigua Nacional 340) hasta el límite que separa a la ciudad de Torremolinos. Aquí se ubica una amplia oferta hotelera que presenta aproximadamente el 25% del total de las habitaciones hoteleras de la ciudad.
- La zona Este y Malagueta discurre desde la zona de la Malagueta hasta el límite con el municipio de Rincón de la Victoria.

En el amplio grupo de los establecimientos reglados se encuentran, por último, los apartamentos turísticos. En el municipio de Málaga se localizan 252 apartamentos que dan cabida a 6.923 plazas turísticas.

APARTAMENTOS TURÍSTICOS POR TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA. MUNICIPIO DE MÁLAGA 2019			
Grupo	Categoría	Número de establecimientos	Nº Plazas
Conjunto	1 Llave	54	1.165
	2 Llaves	60	1.630
	3 Llaves	1	26
Edificio/Complejo	1 Llave	47	1.406
	2 Llaves	80	2.324
	3 Llaves	10	372
Total	1 Llave	101	2.571
	2 Llaves	140	3.954
	3 Llaves	11	398
Total		252	6.923

Elaboración propia. Datos primarios: Delegación provincial de Turismo. Junta de Andalucía. Datos referidos a diciembre 2019

3.3. LA IMPORTANCIA RECIENTE DEL TURISMO EXTRAHOTELERO NO REGLADO. LAS VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS Y SU DISTRIBUCIÓN.

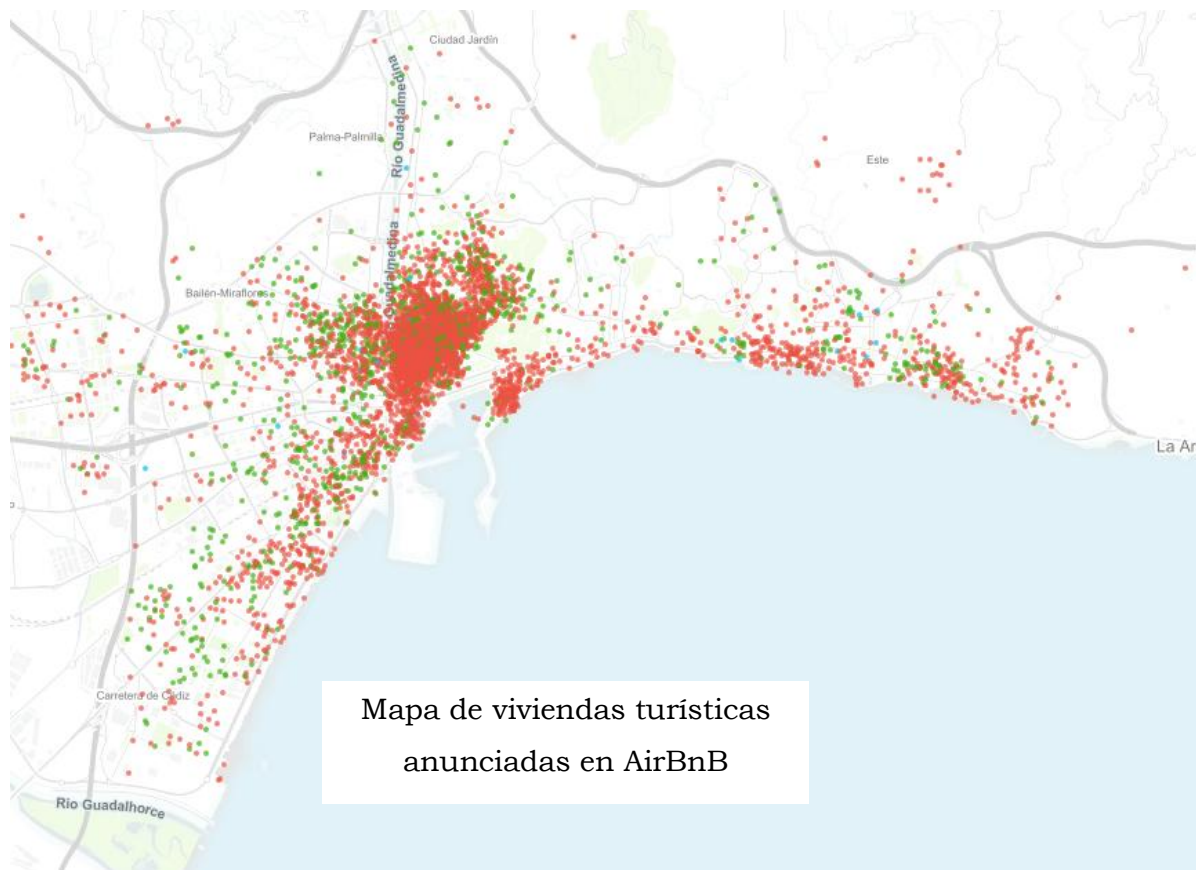
En primer lugar sería preciso realizar una diferenciación entre vivienda con fines turísticos (VFT) y apartamentos turísticos, ya que se trata de dos tipologías de establecimiento distintas. La categoría de apartamento turístico se aplica a aquellas unidades de alojamiento que están constituidas como empresas y los inmuebles que no tienen carácter residencial. Por su parte, las viviendas de uso turístico están registradas como unidades residenciales y su propiedad es individual.

Las viviendas de uso turístico están unificadas bajo una sola categoría, mientras que los apartamentos turísticos se califican por llaves (de 1 a 3), de acuerdo a las comodidades ofrecidas.

Los apartamentos turísticos se inscriben jurídicamente en la misma categoría de otras empresas con servicios similares, como hoteles, moteles, aparthoteles o pensiones, a diferencia de las viviendas de uso turístico.

El auge de las viviendas con fines turísticos responde a las nuevas formas de comercialización basadas en las reservas P2P (peer-to-peer) entre particulares, en las que no existen, en teoría, los intermediarios. Es un fenómeno reciente que ha supuesto una revolución profunda de la oferta turística.

Según los datos oficiales de la Delegación Provincial de Turismo de la Junta de Andalucía, en septiembre de 2023 existen censados en el Registro de Turismo (RTA) un total de 10.132 viviendas con fines turísticos con una capacidad total de 52.517 plazas, datos de los que resulta una media de 5,18 plazas por establecimiento.



3.4. EL TURISMO DE COMPRAS.

Turismo y comercio son dos actividades que tienen un impacto muy importante sobre el desarrollo de la sociedad. Las compras de los turistas y visitantes siempre han existido; la práctica de adquirir bienes, recuerdos, moda, regalos, productos libres de impuestos, etcétera, en los viajes de esparcimiento ha sido habitual.

ESADE¹ detalla las principales actividades que realizan los turistas en su visita a cuatro grandes ciudades europeas: *salir de compras* es la segunda actividad habitual en Londres, la tercera en París, la cuarta en Barcelona y la sexta en Amsterdam. En este mismo sentido, según la información facilitada por FAMILITUR², *ir de compras* y *ver escaparates* es la actividad principal en los viajes interiores seguida por la visita a establecimientos de restauración.

Otros estudios de *World Tourism Organization* indican que aproximadamente la mitad de los turistas dicen que *ir de compras* es la primera o la segunda actividad más importante en el momento de elegir un destino.

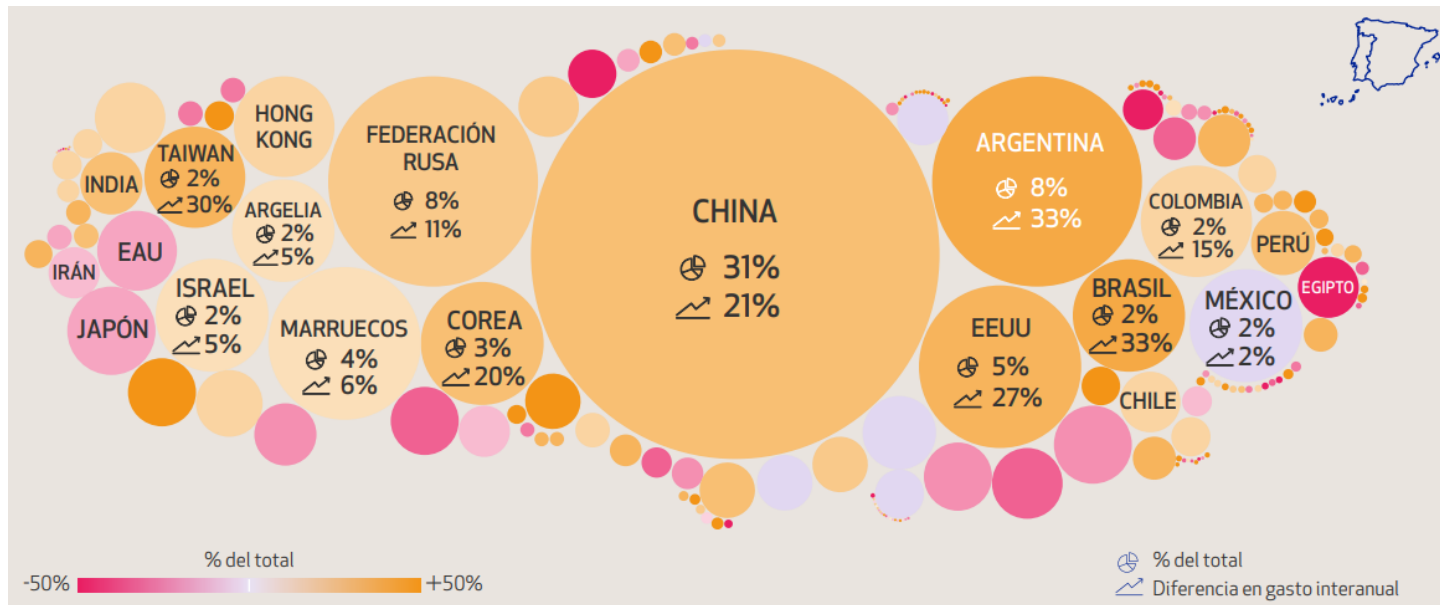
En cuanto a la tipología de productos más demandados por el turista extracomunitario, las prendas de vestir ocupan la primera posición a gran distancia del resto de categorías de producto, hecho que refleja la importancia del comercio local en las compras realizadas por los turistas internacionales. Sin embargo, el mayor ticket medio de compra corresponde a los artículos de relojería y joyería, siendo también esta categoría la que ha mostrado un mayor crecimiento del ticket medio en el último

¹ El turismo de compras en Europa: el caso de Value Retail, ESADE, Universidad Ramon Llull, Julio, 2014

² <http://estadisticas.tourspain.es>

ejercicio. Ello indica la existencia de un segmento de turistas con un elevadísimo poder adquisitivo y un efecto tractor sobre esta demanda.

Turismo de compras. Nacionalidades que más gastan en España



Fuente: Global Blue

**Gasto en compra de turistas
extracomunitarios por ciudades.**



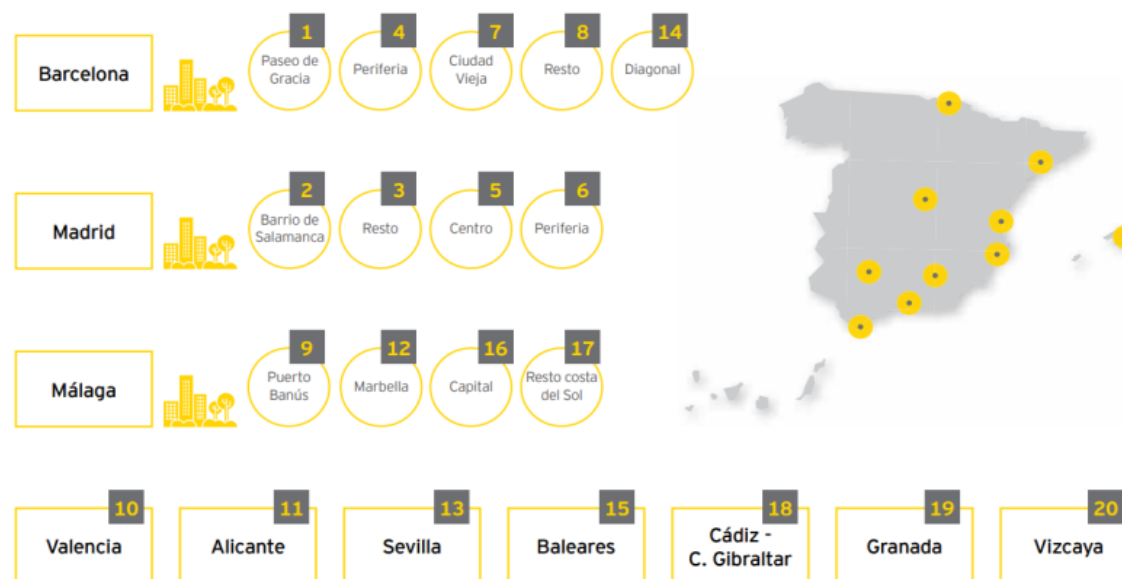
**Gasto en compra de turistas
en España por categorías**



Fuente: Global Blue (www.globalblue.com/business/spain)

En cuanto a la concentración de las compras realizadas por turistas extracomunitarios, Barcelona acapara la mitad del volumen de compras generadas en España. Le sigue Madrid y, a mayor distancia, la provincia de Málaga. Por zonas o distritos, el Paseo de Gracia y el Barrio de Salamanca son en los que se produce una mayor actividad de compras. De los 20 distritos con mayor actividad a nivel nacional, Barcelona cuenta con cinco, y Madrid y Málaga con cuatro.

Principales distritos nacionales por compras *tax free* realizadas por turistas extracomunitarios



Fuente: Global Blue (www.globalblue.com/business/spain)

El operador internacional de *tax free* Global Blue publica anualmente los resultados de las compras realizadas por turistas extranjeros en nuestro país. Los últimos datos revelan que los turistas de larga distancia (básicamente todos aquellos que son extracomunitarios) dejan al año en Andalucía en compras en tiendas unos 160 millones de euros, lo que supone alrededor del 8% de los ingresos del mercado nacional en este apartado (alrededor de 2.000 millones de euros).

Dentro de la región andaluza, la **provincia de Málaga** es con diferencia la que más volumen de viajeros *premium* (de elevado poder adquisitivo) dispuestos a gastar está consiguiendo atraer. Así, más del 80% de los ingresos por compras que se registran en Andalucía se concentran en la provincia malagueña, principalmente atraídos por el lujo de la zona de Marbella y de enclaves como Puerto Banús y la propia capital, seguida a mucho distancia de la provincia de Sevilla, que apenas presenta el 9%. Chinos o marroquíes son algunas de las principales nacionalidades que más gastan en su visita turística a Andalucía, después de bajar considerablemente el mercado del cliente ruso por el conflicto fruto de la invasión de Ucrania.

Las cifras andaluzas son todavía bajas en relación al número de turistas que visitan la comunidad cada año. La compañía, especializada en la devolución de impuestos a viajeros internacionales, destaca que para evitar que el cuarto destino español preferido por los mercados internacionales se sature por la llegada masiva de turistas, Andalucía debe incorporar en su posicionamiento, a un viajero de elevado poder adquisitivo, capaz de aportar más valor en términos de empleo, riqueza y uso de recursos por considerar la compra una parte imprescindible del viaje.

Las compras realizadas por turistas se suelen concentrar en las últimas horas de viaje por lo que es importante posicionarse como destino final y no de paso. De hecho, la falta de conexiones aéreas directas con destinos de larga distancia supone un lastre para Sevilla, mientras que la importante red de conexiones internacionales del aeropuerto de Málaga y la apertura de

nuevas rutas directas, como la New York-Málaga, explican en buena parte la alta concentración del gasto de los turistas de larga distancia en esta provincia.

Las previsiones indican que en los próximos años la clase media china se multiplicará por tres, con lo que estamos hablando de mayor volumen de viajeros con un elevado poder de compra a los que es necesario atraer. Para conseguirlo, es preciso situar a Andalucía en su imaginario como destino de compras, yendo más allá del modelo de sol y playa, ofreciéndoles una oferta acorde a sus expectativas (conexiones aéreas directas, servicios adaptados a su nacionalidad, etc) y aumentando el presupuesto destinado a la promoción en origen.

3.5. LA IMPORTANCIA CRECIENTE DEL TURISMO CULTURAL. MÁLAGA CIUDAD DE MUSEOS.

En las últimas décadas y sobre todo en los últimos años, Málaga se ha convertido en un **destino consolidado de turismo cultural** a partir de la ampliación de su oferta de espacios museísticos, que asciende a un total cercano a los cuarenta museos.

Entre éstos, destacan, por importancia y número de visitantes, el Museo Picasso, el museo Carmen Thyssen, el Centro de Arte Contemporáneo, así como los nuevos museos inaugurados en los últimos años, el Centre Pompidou Málaga (sede del Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou de Francia), la Colección del Museo Ruso de San Petersburgo, el Museo de Málaga o el Museo del Videojuego (OXO), que llegó a la ciudad en este mismo 2023.

Estos seis museos fueron visitados por un total cercano a los 1,5 millones de visitantes, incrementándose, año tras año, el número de visitas.

Museo	Número de visitantes 2022	Año de inauguración
Museo Picasso Málaga	641.216	2003
Centro de Arte Contemporáneo	112.084	2003
Museo Carmen Thyssen	157.000	2011
Centre Pompidou Málaga*	176.434	2015
Arte Ruso de San Petersburgo*	82.549	2015
Museo Automovilístico y de la Moda*	92.052	2010
Museo de Málaga (Aduana)	155.222	2016
Total	1.416.557	--

Elaboración propia. Datos primarios: Excmo. Ayuntamiento de Málaga y sitios webs.

* Datos referidos a años anteriores

Según un estudio realizado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga³, el impacto generado por el gasto de los turistas y visitantes con motivación museística en la ciudad de Málaga roza los 547 millones de euros, de los que 295,3 millones (54%) se corresponden con la producción directa que genera esta actividad. Esta nueva demanda que se genera se concentra de forma especial en el comercio, la hostelería y el transporte.

Este mismo estudio destaca que en una clasificación de destinos según el número de visitas recibidas en los ocho principales museos de cada ciudad, Málaga es el **cuarto destino de España**, con 1,8 millones de visitantes. Por delante se sitúan Madrid, con más de 9 millones; Barcelona, con 6,2 millones; y Valencia, con 1,9 millones. Además el Museo Picasso de Málaga es el museo con mayor número de visitas de Andalucía y del sur de España.

Esta amplia oferta museística ha contribuido a desestacionalizar el turismo en la capital y a proyectar a Málaga como referente turístico cultural, lo que supone una recualificación como destino mediante una oferta orientada a un cliente más exclusivo y con mayor capacidad de gasto.

³ Estudio de la oferta y demanda de Museos en la Ciudad de Málaga. Área de Turismo del Ayto. de Málaga. 2016

3.6. EL PUERTO DE MÁLAGA Y LA IMPORTANCIA CRECIENTE DEL TURISMO DE CRUCEROS.

Málaga y su puerto es un destino con importantes factores que se convierten en ventajas competitivas. Tal es el caso de una localización geoestratégica que permite ser tenida en cuenta para rutas del Mediterráneo, del Atlántico, y en cruces Mediterráneo-Atlántico.

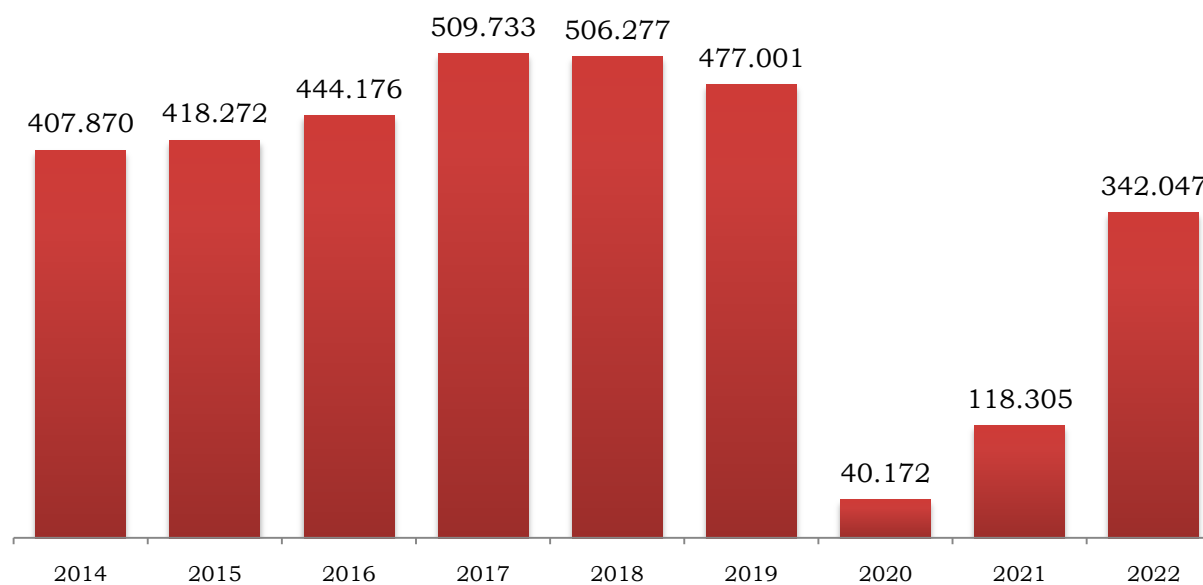
Además posee excelentes comunicaciones (aérea, ferrocarril y carretera) y una potente infraestructura turística (hoteles, restaurantes y museos) capaz de recibir a miles de turistas de diferentes segmentos.

En los últimos años, exceptuando los datos referidos a 2020 y 2021 por razones obvias, el puerto de Málaga ha experimentado profundas transformaciones, creando nuevos muelles y novedosas instalaciones técnicas y comerciales, que le han permitido proporcionar la base necesaria para asumir el reto de esta creciente demanda turística.

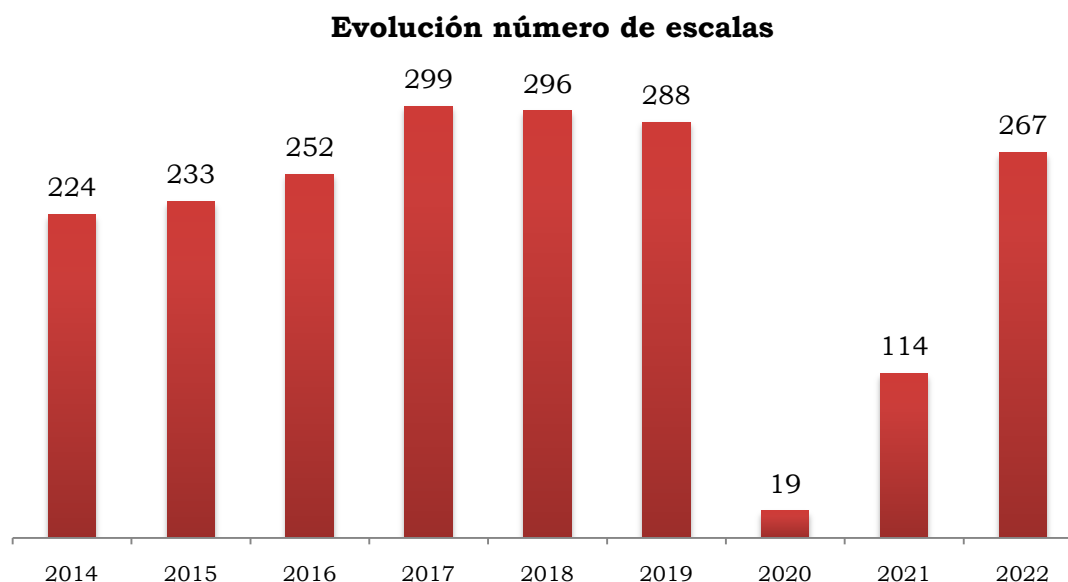
Aunque el número de cruceristas se sigue elevando aún no se han recuperado las cifras previas a la pandemia, si bien la previsión para el año 2023 indican que podría superarse la cifra de escalas y cruceristas registrada en el año 2019.

El número de pasajeros de cruceros turísticos se ha situado en las 342.047 personas, un dato inferior a las más de 477.000 del pasado 2019. El número de escalas se elevó hasta las 267, cifra más parecida a la obtenida en los años record de 2017 y 2018. Con estos datos Málaga se consolida como el sexto puerto de España en número de pasajeros de cruceros turísticos.

Evolución número de pasajeros de cruceros



Fuente: Autoridad Portuaria de Málaga



Fuente: Autoridad Portuaria de Málaga

En cuanto a su distribución en el tiempo, los pasajeros de cruceros se concentran, principalmente, en primavera y otoño. Concretamente, más de la mitad de los pasajeros recibidos en el año se reparten entre los meses de abril, mayo, septiembre y octubre, siendo octubre el mes con mayor número de pasajeros de cruceros registrados.

Esta distribución difiere por completo del carácter estacional que tiene la demanda turística de la ciudad, donde el verano (junio a septiembre) es el período preferido para visitar Málaga. En este sentido, destacar el potencial desestacionalizador del producto cruceros, que permite la llegada de turista en determinados momentos en que las pernoctaciones en la oferta hotelera es más baja.

3.7. EL AEROPUERTO-COSTA DEL SOL

El aeropuerto de Málaga-Costa del Sol (AGP) es el cuarto aeropuerto más importante de España en términos de tráfico de pasajeros, tras los aeropuertos de Madrid-Barajas, Barcelona-El Prat y Palma de Mallorca. En 2022, AGP registró un total de 10.070.112 pasajeros, lo que supuso un aumento del 23,3% respecto al año anterior. En cuanto al número de vuelos, AGP registró 16.784 operaciones en 2022, un 19,4% más que en 2021.

La evolución del tráfico de pasajeros en AGP ha sido positiva en los últimos años. En 2019, antes de la pandemia de COVID-19, el aeropuerto registró un récord de 17,3 millones de pasajeros. Tras la pandemia, el tráfico de pasajeros se redujo drásticamente en 2020 y 2021, pero se ha recuperado con fuerza en 2022.

En comparación con el resto de aeropuertos españoles, AGP ocupa el cuarto lugar en términos de tráfico de pasajeros. El aeropuerto de Madrid-Barajas es el más importante, con 69,5 millones de pasajeros en 2022. Barcelona-El Prat ocupa el segundo lugar, con 45,4 millones de pasajeros. Palma de Mallorca ocupa el tercer lugar, con 33,9 millones de pasajeros.

El Aeropuerto de Málaga es un importante motor económico para la ciudad y la región. Genera miles de puestos de trabajo directos e indirectos, y contribuye a la atracción de inversiones y turistas.

Las principales rutas desde el aeropuerto de Málaga son las siguientes:

- Madrid
- Barcelona
- Londres
- París
- Frankfurt
- Ámsterdam
- Bruselas
- Roma
- Lisboa

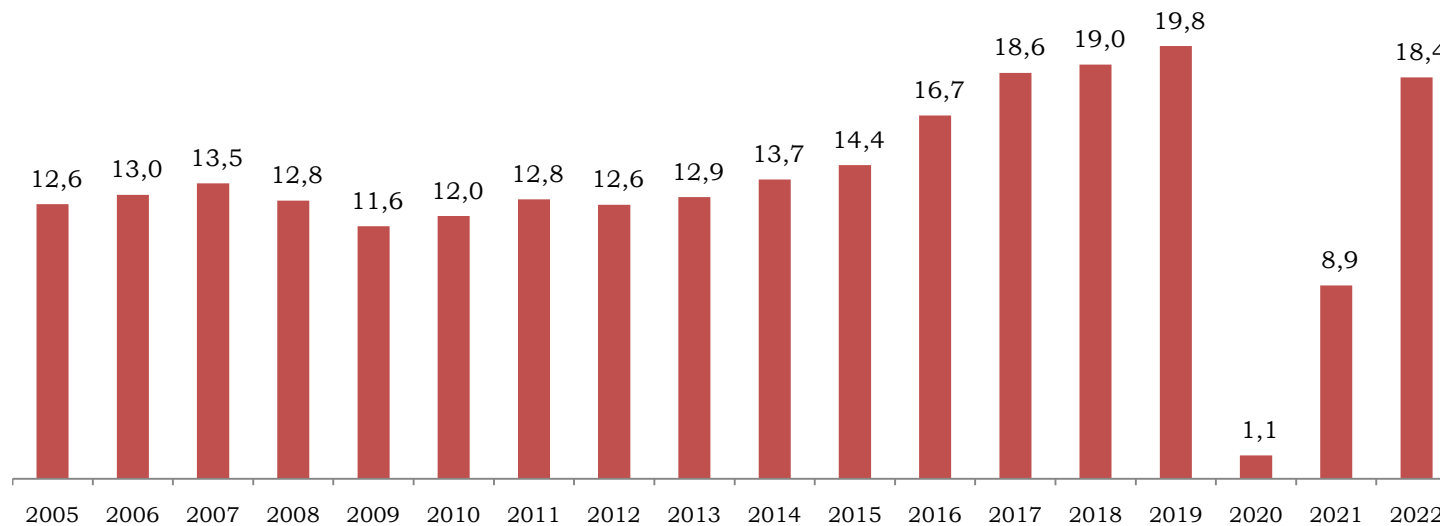
Estas rutas representan alrededor del 50% del tráfico de pasajeros del aeropuerto.

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha cerrado 2022 con 18.457.194 pasajeros y 144.107 vuelos. Estas cifras suponen una recuperación del 99,4% de las operaciones del tráfico de 2019. También los registros de viajeros se acercaron a los niveles prepandemia, hasta reunir el 93% de los usuarios que se desplazaron desde la infraestructura malagueña en 2019.

Esta positiva evolución obedece al dinamismo que han mostrado a lo largo del año tanto el tráfico nacional como el internacional.

Volumen de tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol de 2005 a 2022

(unidades expresadas en millones de pasajeros)



Fuente: AENA

El grueso de los pasajeros contabilizados en 2022 se desplazó en rutas comerciales, hasta sumar 18.398.167. De ellos, 3.322.375 lo hicieron con destino u origen en alguna ciudad española, mientras que los 15.075.792 restantes optaron por vuelos con el extranjero, lo que supuso el 82% del volumen total de los viajeros comerciales anuales.

En el ámbito internacional, Reino Unido (4.772.427 pasajeros), a la cabeza, Alemania (1.217.710), Holanda (1.132.049) y Francia (1.047.497) resultaron, en términos absolutos, los países con mayor demanda el pasado año, todos superando el millón de viajeros.

Similar progresión siguieron los pasajeros de vuelos nacionales, que sobrepasaron en un 12,7% los registros de 2019, consolidando al mercado doméstico como segundo con mayor tráfico del Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

4.1. EL PROYECTO DE REMODELACIÓN DEL EDIFICIO DE CORREOS.

El proyecto consiste en la implantación de un hotel de categoría superior, acompañado de galería comercial orientada a marcas de lujo en el conocido como "**edificio de Correos**" en pleno centro urbano de la ciudad de Málaga.

El edificio se emplaza en la Avenida de Andalucía (Prolongación de la Alameda), junto al río Guadalmedina, frente al edificio de Hacienda; estando delimitado: al Sur, por la Avenida de la Aurora; al Este, por la calle Pasillo del Matadero; al Oeste, por la calle Cristo de la Expiración.

En la actualidad se está tramitando urbanísticamente el cambio de usos que posibilite la **rehabilitación y ampliación del edificio** para su uso hotelero, de al menos 200 habitaciones, con restaurantes varios, salones de reuniones y zonas comerciales para asegurar su plena integración en las actividades sociales y empresariales de la ciudad, recuperando un edificio singular e icónico, que ha conformado la imagen de la principal avenida de Málaga durante los últimos cuarenta años.

Los principales parámetros del Estudio de Ordenación para el edificio de Correos, para hacer viable el hotel que se pretende, son:

Parámetros	PGOU	Propuesta Estudio Ordenación
Suelo solar (m ² s)	3.461,97	3.461,97
Edificados (m ² t)	14.237,60	20.008,32
I. Edificabilidad (m ² t/m ² s)	4,1125	5,7794

Fuente: Estudio de ordenación del área homogénea del edificio de Correos para su cambio de uso a hotelero



NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE IMPLANTACIÓN DE COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.



NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE IMPLANTACIÓN DE COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

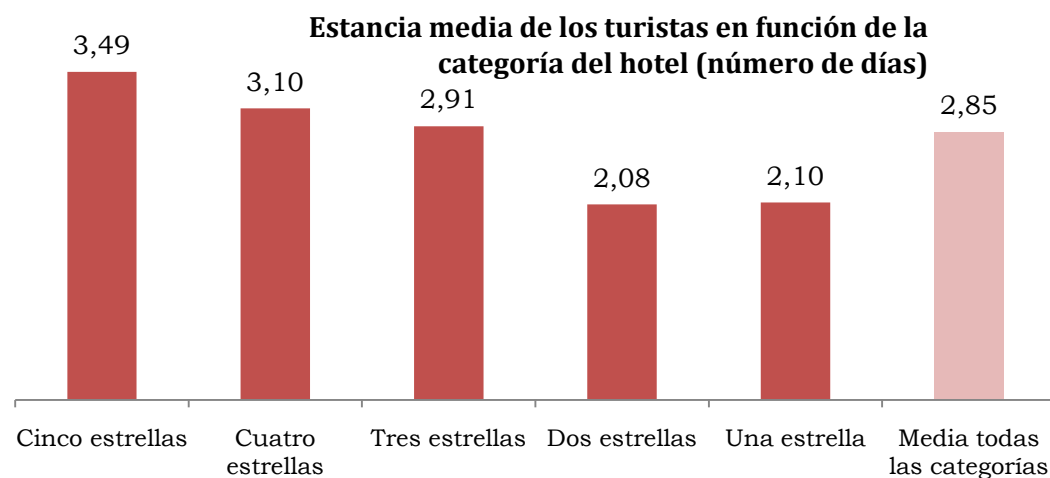
Nivel	Planta	Superficie Construida				Superficie Computable			
		A	B	C	Total (m ² s)	A	B	C	Total (m ² s)
		Torre	Plinto	Parcela		Torre	Plinto	Parcela	
+0,30/+0,84	Sótano/Baja	1.162,12	1.324,62	-	2.486,74	894,28	1.324,62	-	2.218,90
+4,80	P01 Vestibulo	894,28	1.324,62	-	2.218,90	894,28	1.324,62	-	2.218,90
+8,76	P02 V. Apartados	983,14	1.466,32	-	2.449,46	983,14	1.466,32	-	2.449,46
+14,04	P03 P. Diáfana	1.131,76	1.698,70	-	2.830,46	56,10	-	-	56,10
+17,04	P04 Ent. Técnica	689,50	-	-	689,50	689,50	-	-	689,50
+19,20	P05 Torre	870,78	-	-	870,78	741,48	-	-	741,48
+22,44	P06 Torre	870,78	-	-	870,78	741,48	-	-	741,48
+25,68	P07 Torre	870,78	-	-	870,78	741,48	-	-	741,48
+30,36	P08 Torre	870,78	-	-	870,78	741,48	-	-	741,48
+33,60	P09 Torre	870,78	-	-	870,78	741,48	-	-	741,48
+36,84	P10 Torre	870,78	-	-	870,78	741,48	-	-	741,48
+40,80	P11 Torre	827,72	-	-	827,72	697,92	-	-	697,92
+43,32	P12 Torre	827,72	-	-	827,72	697,92	-	-	697,92
+46,56	P13 Torre	827,72	-	-	827,72	697,92	-	-	697,92
+49,80	P14 Terraza	824,79	-	-	824,79	62,10	-	-	62,10
		13.393,43	5.814,26	-	19.207,69	10.122,04	4.115,56	-	14.237,60

4.2. REFERENTES DE COMERCIALIZACIÓN.

El proyecto se basa en la remodelación de un **edificio emblemático** de la ciudad con el objetivo de dar cabida a un hotel de lujo con todos los servicios exclusivos aparejados así como una pequeña galería comercial par comercios y servicios también orientados al cliente del mercado del lujo.

Hoteles y operadores de retail siempre han tenido intereses comunes. El turismo es una de las principales fuentes de clientes para los comercios, lo que se ha traducido en que las marcas se establezcan próximas a los hoteles.

Los hoteles de lujo son auténticos reclamos para las marcas de los segmentos más altos que buscan entornos únicos. Estos contribuyen a un turismo más estable y de mayor calidad, no solo por atraer a un tipo de turista que en cada compra gasta más y que consume un mayor número de bienes y servicios, sino porque además su estancia media es mayor, en comparación con el resto de categorías.



La oferta hotelera en Europa es de un nivel muy elevado. De hecho, entre los 10 países del mundo con mayor número de hoteles de lujo cuatro son europeos.

Las ciudades europeas son un destino consolidado para el turismo de lujo y la apertura de nuevos y mejores hoteles en las zonas más singulares de las ciudades europeas cada vez es más notable.

Una de las estrategias de los operadores hoteleros con mayor éxito en la actualidad consiste, en línea con el proyecto objeto de valoración, en la remodelación y reforma de edificios emblemáticos en hoteles de lujo, dando un mayor valor añadido al establecimiento.

En algunas ciudades europeas se ha observado como la apertura de hoteles de lujo lleva aparejada una mejora o recualificación de la oferta comercial en el entorno, algo que se viene observando en nuestro país con la apertura de hoteles de alta categoría en Madrid. La llegada de varias marcas internacionales de hoteles de lujo, concretamente Four Seasons, EDITION (de la cadena Marriott) y Mandarin Oriental ha puesto a nuestro país en el punto de mira para convertirse en un destino de lujo en Europa.

Aunque todos ellos han supuesto una recualificación notable de la oferta hotelera de la capital, hay que destacar el proyecto de reconversión del edificio Canalejas en Madrid, que cuenta con un hotel Four Seasons, una zona de restauración gourmet y la galería comercial Canalejas, con la presencia de locales de marcas exclusivas de lujo, que viene consolidando una tendencia hacia un turismo de calidad, con estancias más largas y un mayor gasto medio.

En relación con esta tendencia el objetivo marcado en el proyecto ideado para el edificio de Correos es la implantación de un operador hotelero de lujo, estableciendo como referentes de comercialización los siguientes:

Referentes de comercialización (operadores hoteleros)
Aman Resorts
Mandarin Oriental
Six Senses
Four Seasons
Rosewood
Hilton
Marriott
Belmond
Hyatt

4.3. PROYECTO CANALEJAS EN MADRID.

Si existe algún proyecto que ha marcado un antes y un después en el mercado de lujo en España ese es el conocido Proyecto Canalejas.

Ubicado en el centro de Madrid el proyecto ocupa más de 50.000 m² que se reparten entre un hotel Four Seasons de cinco estrellas, 22 viviendas Four Seasons Private Residences, la Galería Canalejas diseñada para en torno a 40 firmas, un Food Hall y un parking para 400 vehículos. Se han restaurado 8.000 m² de fachada y más de 17.000 piezas con un coste cercano a los 7 millones de euros.

El contenedor es un edificio emblemático de la capital, unión de siete edificaciones, algunas de las cuales albergaron en su momento la sede del Banco Español de Crédito. El diseño arquitectónico ha corrido a cargo del estudio Lamela, en el que se han invertido 525 millones de euros , siete años de trabajo, y que empleará de forma directa e indirecta a casi 5.000 personas.

Destaca en primer lugar el Hotel Four Seasons de cinco estrellas, primero de la cadena canadiense en España, de cuyo interiorismo se ha encargado, en parte, el estudio estadounidense Bamo. El hotel se compone de 200 habitaciones. El resto serán 22 residencias privadas, ofreciendo los servicios del hotel a los propietarios, y el restaurante de Dani García (tres estrellas Michelin) situado en el ático, que abarca vistas magníficas del centro madrileño.

Por su parte, la Galería Canalejas, con acceso directo desde el propio hotel, ocupa 15.000 m². Tienda de moda, perfumerías, complementos y joyerías ocupan la primera y segunda planta, mientras que el *Food Hall* ocupa la tercera planta. Este grandísimo

espacio gastronómico cuenta con 11 restaurantes, algunos con estrella Michelin, además de mercado de productos gourmet, alta repostería, y espacios más informales. El subsuelo está ocupado por 400 plazas de parking.

El proyecto de rehabilitación y la llegada del hotel Four Seasons han supuesto la **rehabilitación y recualificación del centro de Madrid y ha transformado todo el entorno en un destino ideal para inversiones** relacionadas con el lujo y la exclusividad, con la llegada de hoteles cinco estrellas, restaurantes de moda y tiendas de lujo, muchas de ellas sin presencia anterior en nuestro país.

Operadores comerciales presentes en Galería Canalejas

AQUAZZURA	Calzado y complementos
CARTIER	Joyería
DIOR	Moda
GIORGIO ARMANI	Moda
HERMÈS	Moda y joyería
JIMMY CHOO	Moda
LOUIS VUITTON	Moda
OMEGA	Joyería y relojería
ROLEX	Joyería y relojería
STEFANO RICCI	Moda
SAINT LAURENT	Moda
VALENTINO	Moda
ZEGNA	Moda
EAUTY GALLERY by ISOLÉE	Perfumería

Operadores de restauración en Galería Canalejas

AMORINO
DAVVERO
DBELLOTA
GARELOS
LE PETIT DIM SUM
OSTRAS SORLUT
SLVJ GALERÍA CANALEJAS
ST. JAMES
THE EIGHT
MONCHIS
MAD GOURMETS

5. ADECUACIÓN DE LA ACTUACIÓN AL PLANEAMIENTO TERRITORIAL VIGENTE.

5.1. MÁLAGA Y SU ÁREA DE INFLUENCIA EN LA ORDENACIÓN TERRITORIAL DE ÁMBITO REGIONAL.

Un estudio como el que nos ocupa debe tener en cuenta como primer elemento el soporte territorial. El territorio no es un simple factor pasivo, comprende y tiene cualidades, encierra potencialidades e influencia los procesos humanos que transcurren y transcurrirán en el mismo. Además, el territorio es objeto de políticas y estrategias (públicas y privadas) y, por tanto, tendremos que analizar las actuaciones previstas sobre el territorio para vislumbrar sus consecuencias. Estas actuaciones conscientes lo conformarán en los próximos años.

Las directrices y actuaciones se marcan en la planificación territorial a diversas escalas y, por tanto, el primer paso ha de ser necesariamente el estudio y evaluación de los diferentes instrumentos de ordenación territorial vigentes que afectan al área de estudio.

En nuestra Comunidad Autónoma, el marco normativo básico con respecto a la ordenación territorial es la Ley 1/1.994, de 11 de enero, de Ordenación del Territorio de Andalucía. Esta Ley pretende ser “(...) *marco de referencia general para las actividades de planificación con incidencia territorial, así como para la acción pública en general*”. Su objetivo prioritario será conformar Andalucía como espacio económico y socialmente cohesionado en cuya idea se encierran tres elementos o pilares básicos: el

entendimiento de la región como espacio político (en el marco del Estatuto de Autonomía), la potencial configuración como espacio económico integrado y la identidad cultural.

La Ley define como objetivos específicos “(...) *la articulación territorial interna y con el exterior de la Comunidad Autónoma y la distribución geográfica de las actividades y de los usos del suelo armonizado con el desarrollo económico, las potencialidades existentes en el territorio y la protección de la naturaleza y del patrimonio histórico, todo ello con el fin de conseguir la plena cohesión e integración de la Comunidad Autónoma, su desarrollo equilibrado y, en definitiva, la mejora de las condiciones de bienestar y calidad de vida de sus habitantes*”.

La citada Ley y el desarrollo de las figuras de planeamiento de ella derivadas, tiene lugar en consonancia con el marco de las políticas europeas en lo que se ha llamado Perspectiva Europea de Ordenación del Territorio (PEOT). En esta perspectiva se establecen como metas la cohesión económica y social, la consecución de un desarrollo sostenible y la competitividad del territorio europeo. Para alcanzar estas metas se proponen tres ejes de actuación: generar sistemas urbanos y modelos de poblamiento más equilibrados y policéntricos; facilitar un acceso equivalente a infraestructuras y a conocimiento; y una gestión prudente que permita poner en valor el patrimonio ambiental y cultural.

Esta Ley, a su vez, establece como instrumentos de ordenación territorial a nivel supramunicipal el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (en adelante POTA) y los Planes de Ordenación Territorial de Ámbito Subregional (en adelante POTS).

El POTA abarca la totalidad del territorio andaluz y establece los elementos básicos para la organización y estructuración del territorio, la definición de las normas a las que deben atenerse los planes de acción subregional y servir de referente para la planificación estatal y de la Unión Europea en las materias que tengan incidencia territorial.

Los POTS actúan sobre un conjunto de términos municipales completos y contiguos que formen una área coherente de planificación territorial, establecen los elementos básicos para la organización y estructura del territorio en su ámbito y son el marco de referencia territorial para el desarrollo y la coordinación de las políticas, planes, programas y proyectos de las administraciones y entidades públicas, así como para las actividades particulares y deben comprender las peculiaridades de su ámbito de actuación y adaptarse a las singularidades que se presenten en el orden territorial, siempre a escala supramunicipal.

El Plan de Ordenación Territorial de Andalucía se desarrolla mediante un documento de “Bases y Estrategias” aportando un modelo territorial basado en las oportunidades para el desarrollo regional teniendo en cuenta que:

- a) el territorio es un factor de desarrollo y competitividad a escala tanto internacional como regional.
- b) la política de ordenación del territorio integra los objetivos de: desarrollo económico, gestión sostenible de los recursos y organización física y funcional del territorio.
- c) que la ordenación del territorio ha de establecer las características deseables del modelo territorial regional para un mejor proceso de desarrollo territorial cuyo enfoque se basará en los siguientes puntos:
 - » El papel de Andalucía en su espacio geográfico.
 - » La cooperación entre la ordenación del territorio y la política económica regional.
 - » Las estrategias territoriales al servicio de los objetivos de la calidad de vida y el bienestar social.
 - » Una concepción actualizada de la participación ciudadana.
 - » De la planificación a la gestión del territorio.

El contenido de este documento consta de tres partes: la primera de Diagnóstico y la segunda de Propuesta de Modelo Territorial, que integrarán la parte de Bases del Plan, mientras que la tercera parte está compuesta por las Estrategias de Ordenación del Territorio.

En la primera parte se realiza un diagnóstico de Andalucía tanto a nivel global como por grandes unidades de características o problemáticas similares.

Los supuestos de partida para Andalucía hacen referencia a su gran extensión, su caracterización como espacio periférico con respecto a los grandes ejes de desarrollo de Europa, las desigualdades intraterritoriales y la concepción de Andalucía como espacio regional coherente e integrado que ha de pasar por la activación de sus potenciales endógenos tanto a nivel global como a nivel subregional.

El espacio en el que se va a llevar a cabo la actuación proyectada, como hemos tenido ocasión de indicar con anterioridad, está incluido en el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Málaga, aprobado definitivamente. Cuenta con 1.332,1 km² de superficie y se sitúa en la zona litoral oriental de Andalucía.

Su núcleo central es la ciudad de Málaga, que aúna las funciones correspondientes a la capitalidad provincial con su papel litoral. En torno a la misma se ha desarrollado un amplio espacio metropolitano caracterizado por un sistema urbano amplio y diverso.

El ámbito del Plan de Ordenación del Territorio está conformado por trece municipios y constituye un área funcional que bascula en torno a la ciudad de Málaga.

El Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA) inscribe este espacio de la Aglomeración Urbana de Málaga dentro del sistema polinuclear de Centros Regionales, para el que propone la definición de modelos territoriales que favorezcan un desarrollo urbano equilibrado, atendiendo especialmente a la mejora de la calidad de vida, la conservación del patrimonio cultural y urbanístico, del medio ambiente y del paisaje.

El área urbana de Málaga responde “(...) a un modelo clásico de ciudad central dominante, que ha alcanzado un importante grado de complejidad, y que se encuentra en un ciclo del proceso metropolitano en el que la ciudad central empieza a perder peso poblacional y económico relativo a favor de los municipios y núcleos de su primera o segunda corona metropolitana”.

5.2. ADECUACIÓN DEL CAMBIO DE USO AL PLAN DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO DE ANDALUCÍA Y EL PLAN DE ORDENACIÓN DE ÁMBITO SUBREGIONAL DE LA AGLOMERACIÓN URBANA DE MÁLAGA.

Municipio	Málaga
Provincia	Málaga
Unidad Territorial	Centro Regional de Málaga
Tipo UT	Unidades de los Centros Regionales
Jerarquía	Ciudad principal
Dominio Territorial	Litoral

Elaboración propia. Fuentes primarias: Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Vivienda de la Junta de Andalucía
(<http://www.juntadeandalucia.es/viviendayordenaciondelterritorio>)

La ciudad de Málaga, en el POTA, se encuentra dentro del dominio territorial **Litoral**. El conjunto de la franja litoral andaluza se configura como el espacio más dinámico de la región desde el punto de vista demográfico, territorial y económico. Las tendencias actuales siguen distinguiéndose hacia una progresiva transformación del territorio costero y un aumento de la densidad de ocupación urbana y turística, junto con un aumento de la presión sobre los recursos naturales, principalmente motivada por la presencia de actividades muy consuntivas (sobre todo la agricultura intensiva).

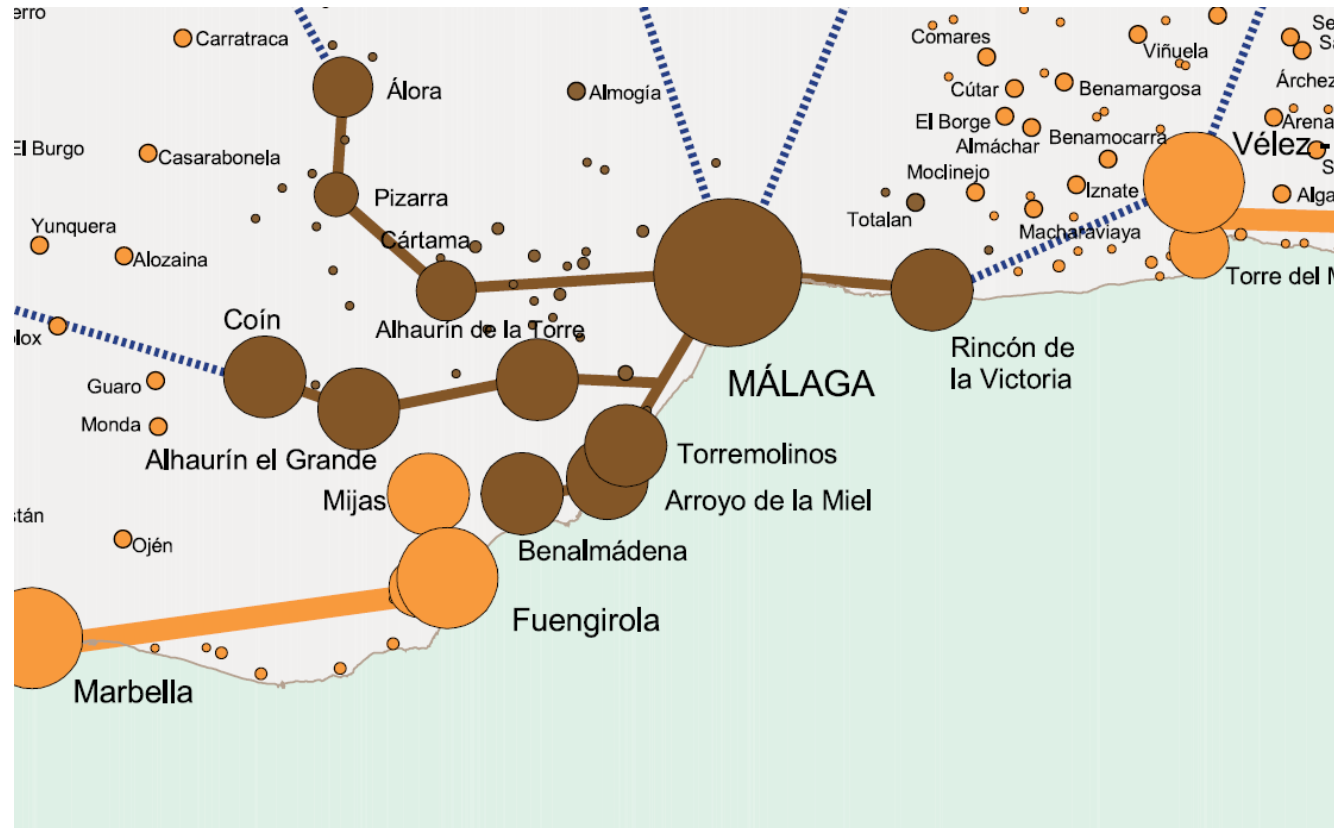
El **Plan** integra al municipio de Málaga en la **unidad territorial Centro Regional de Málaga** y dentro de la jerarquía del sistema de ciudades tiene la posición de **Ciudad Principal**. Por otra parte, posee la calificación de **municipio con relevancia territorial** conforme al Decreto 150/2.003, de 10 de junio, por el que se determinan los municipios con relevancia territorial, a efectos de lo previsto en la Ley 7/2.002, de 17 de diciembre, de Ordenación Urbanística de Andalucía.

Dentro de la organización funcional definida por la ordenación territorial, Málaga está incluida en la categoría de **Centro Regional**.

Los Centros Regionales y, especialmente, sus ciudades principales, han de desempeñar el primer nivel de especialización funcional gracias a la localización de servicios y dotaciones cuyo ámbito de cobertura sea regional o provincial. La dimensión poblacional de estas Unidades obligan a prestar especial atención a la organización funcional interna de servicios y equipamientos con el objeto de lograr una accesibilidad equivalente, que habrá de lograrse tanto por una distribución espacial adecuada, como por el cumplimiento de estándares.

El municipio de **Málaga**, de conformidad con el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía **posee capacidad territorial suficiente** como para acoger un equipamiento hotelero como el proyectado, es **capital provincial**, desempeña un papel estructurante en la zona que se halla y es apto, tanto por el número de sus efectivos poblacionales y turísticos como por su naturaleza litoral, así como por pertenecer a la Red de Centros Regionales Andalucía.

NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE IMPLANTACIÓN DE COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.



Elaboración Propia. Fuentes Primarias: Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Vivienda, Junta de Andalucía (www.juntadeandalucia.es)

Por su parte, el **Plan de Ordenación de Ámbito Subregional de la Aglomeración Urbana de Málaga (POTAUM)** hace un diagnóstico de la Aglomeración Urbana de Málaga en el que considera que *“se están produciendo importantes disfuncionalidades derivadas de estrategias locales basadas en la multiplicación de los suelos urbanos y urbanizables, muchas veces con la repetición de idénticos espacios suburbanos, que si bien tendrán consecuencias perniciosas en mayor o menor grado desde la escala estrictamente municipal, una vez agregadas dan como resultado un escenario metropolitano claramente insostenible.”*

A efectos de evitar estas situaciones de insostenibilidad territorial, el Plan establece dos directrices básicas: *“De una parte, la minimización del consumo de suelo objeto de transformación, dando prioridad al uso más eficiente del suelo ya ocupado, mediante la adecuada ordenación de la ciudad consolidada, promoviendo la **renovación y reutilización de los espacios degradados** y en desuso. Y de otra parte, asumir como objetivo de la ordenación propuesta romper la tendencia a nuevos crecimientos exógenos a los núcleos urbanos consolidados a fin de evitar su innecesaria dispersión, apostando por aquellos que mejor completen el crecimiento natural del núcleo, lo que permite reducir el progresivo consumo de espacios naturales o rurales y garantizar la funcionalidad, economía y eficacia de las redes de infraestructuras para la prestación de los servicios urbanos.”*

En relación a ello cabe señalar que con la propuesta de la cambio de uso se cumplen dichas directrices ya que se reutiliza un suelo y un edificio ya urbanizado y construido, lo que contribuye a reducir el progresivo consumo de espacios naturales o rurales y garantizar la funcionalidad, economía y eficacia de las redes de infraestructuras para la prestación de los servicios urbanos.

Por otra parte, la actuación no afecta a ninguna determinación o propuesta del POTAUM.

6. VALORACIÓN DEL PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DE UN COMPLEJO HOTELERO DE ALTA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE MÁLAGA.

- Málaga, una ciudad turística de primer orden.

Málaga es una ciudad turística de primer orden, con un clima privilegiado, una rica historia y cultura y una amplia oferta de ocio y entretenimiento. En los últimos años, la ciudad ha experimentado un importante crecimiento turístico, lo que ha llevado a la construcción de nuevos hoteles de todas las categorías.

- La remodelación del edificio de Correos: un proyecto especial.

No obstante, la remodelación del edificio de Correos para dar cabida a un hotel y zona comercial de lujo es un proyecto especial, tanto por los elementos que lo componen como por el propio edificio contenedor. Este proyecto tendrá importantes incidencias positivas para la ciudad de Málaga.

El proyecto supondrá una **inversión total cercana a los 90 millones de euros**, lo que representa una cifra semejante al **6,5% del PIB de la capital malagueña**.

- Beneficios económicos.

El desarrollo de este proyecto en Málaga conlleva una serie de beneficios para la ciudad, tanto económicos como sociales. En el ámbito económico, el hotel generará empleo y riqueza, contribuyendo a aumentar el PIB de la ciudad. Además, atraerá a un nuevo tipo de turista, de mayor poder adquisitivo, lo que repercutirá positivamente en el comercio y la hostelería.

Según un estudio realizado por la Asociación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (AEHTUR), el empleo generado por un hotel de 5 estrellas en España es de 2,5 empleos por habitación. Esto significa que la puesta en marcha de un hotel de lujo de 200 habitaciones en Málaga capital generaría unos 500 empleos directos.

A este número hay que añadir los empleos indirectos generados por el hotel, como los proveedores de servicios, los trabajadores de la construcción y los empleados de los negocios locales que se benefician de la afluencia de turistas exclusivos. Se estima que el empleo indirecto generado por un hotel de 5 estrellas en España es de 1,5 empleos por habitación. Esto significa que un hotel de lujo de 200 habitaciones en Málaga capital generaría unos 300 empleos indirectos.

En total, **un hotel de lujo de 200 habitaciones en Málaga capital generaría unos 700 empleos, entre directos e indirectos.**

Además, la actividad económica generada supondrá un aumento de la **recaudación fiscal para las arcas municipales**, sobre todo a través del Impuesto de Bienes Inmuebles, que podría superar los 80.000 euros anuales.

- Beneficios sociales

En el ámbito social, el hotel contribuirá a mejorar la imagen de Málaga como destino turístico de lujo. Un equipamiento como el que se propone es un símbolo de prestigio para la ciudad. Su presencia contribuye a mejorar la imagen de Málaga como destino turístico de calidad.

Además, supondrá la llegada de operadores hoteleros y comerciales exclusivos de primer nivel no presentes en la provincia malagueña o incluso en la región, lo que posibilita ampliar la atracción del destino sobre nuevos perfiles de turistas que, como se ha mencionado, realizan estancias más largas y generan un gasto medio superior.

Teniendo en cuenta que la ocupación media por plaza ofertada de los hoteles de cinco estrellas de Málaga fue en 2022 del 63,66%, un hotel de 200 habitaciones **supondrá incrementar en 103.100 las pernoctaciones anuales en la ciudad de Málaga**, lo que se traduce en un **gasto total de estos turistas valorado en 88,6 millones de euros** al año, incluyendo el propio alojamientos, las compras, la restauración y las actividades en destino.

- Impacto transformador

La remodelación del edificio de Correos tiene la capacidad de convertirse, de un lado, en un referente del turismo de lujo de Málaga, la provincia y la región, y del otro, en un icono de la Málaga del siglo XXI. Esto es posible gracias a la renovación y puesta en servicio de un edificio emblemático y fácilmente reconocible por la población malagueña.

En conclusión, el edificio, el proyecto y el operador hotelero serán, sin duda, un elemento con capacidad de transformar la capital malagueña.



CONSULTORES COMERCIALES Y TERRITORIALES