

## Índice

<b>Cap. 1. Introducción y estructura</b>	<b>3</b>
<b>Cap. 2. Evolución de la Oferta de Alojamiento Turístico 1990-2004</b>	<b>7</b>
2.1. Evolución de la Oferta de Alojamiento provincial	10
2.2. Evolución de la Oferta de Alojamiento Provincial por Tipología	3
2.2.1. Hoteles y aparta-hoteles	
2.2.2. Apartamentos	
2.2.3. Pensiones	
2.2.4. Campamentos	
2.2.5. Casas rurales	
2.2.6. Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural	
2.3. Situación actual de la Oferta de Alojamiento Turístico Comarcal de la Axarquía	38
2.3.1. Hoteles	
2.3.2. Pensiones	
2.3.3. Apartamentos	
2.3.4. Camping	
2.3.5. Casas Rurales	
2.3.6. Viviendas Turísticas	
<b>Cap. 3. Análisis de la oferta de Restauración</b>	<b>51</b>
3.1. Análisis de la Oferta Provincial por Comarcas	52
3.1.1. Análisis de la Distribución Comarcal	
3.1.2. Análisis de la Restauración provincial según Actividad	
3.2. Análisis de la Oferta Comarcal por Actividad y Categoría	55
3.2.1. Costa del sol Occidental	
3.2.2. Málaga-Ciudad	
3.2.3. Costa del Sol Oriental	
3.2.4. Comarcas del Interior	
3.3. Análisis de la Oferta de Restauración de la Axarquía	70
<b>Cap. 4. Análisis de la Demanda Turística</b>	<b>74</b>
4.1. Evolución de la Demanda en el periodo 2000-2004	75
4.2. Análisis de la Demanda Provincial	78
4.2.1. Características de la Demanda	
4.2.2. Aspectos Cualitativos de la Estancia	
4.2.3. Opinión sobre le Destino	
4.3. Análisis de la Demanda de la Axarquía	99
<b>Cap. 5. Análisis Cualitativo de Calidad de la Oferta Turística</b>	<b>103</b>
5.1. Análisis Cualitativo de Calidad	104
5.2. Análisis cualitativo de la Oferta de Alojamiento de la Axarquía	111
5.2.1. Servicios	
5.2.2. E-Comercialización	
5.2.3. Telecomunicaciones	
5.2.4. Medio Ambiente	
5.2.5. Aspecto Externo del Establecimiento	

5.2.6.	Aspecto de las zonas comunes	
5.2.7.	Aspecto de las habitaciones	
5.2.8.	Calificación global	
5.3.	Análisis cualitativo de Calidad de la Oferta de Restauración de la Axarquía	125
5.3.1	Aspecto del Establecimiento	
5.3.2	Servicio de Restauración	
5.3.3	Equipamientos	
5.3.4	Aspectos Medioambientales	
5.3.5	Calificación Global	
5.4.	Diagnostico Cualitativo Individualizado de cada Establecimiento Turístico	134
5.4.1.	Diagnóstico de Calidad de Establecimientos Hoteleros	
5.4.2.	Diagnóstico de Calidad de los Establecimientos de Restauración	

## **Cap. 6. Análisis de los Recursos Turístico de la Axarquía** **255**

6.1.	Inventario de Recursos Turísticos	257
6.2.	Criterios de Evaluación y Auditoria	264
6.3.	Propuestas integrales para mejorar la puesta en valor del destino	361
6.3.1.	Propuestas Integrales	

## **Cap. 7. Diagnóstico Cualitativo del Destino Axarquía** **366**

7.1.	Identificación de los Agente Implicados	367
7.2.	Diagnostico Cualitativo	370
7.2.1.	Canales de Comercialización	
7.2.2.	Instrumentos de promoción	
7.2.3.	Actividades más demandadas y calidad de las mismas	
7.2.4.	Actividades Demandadas y Ofertadas a Empresas del sector Turístico	
7.2.5.	Necesidades Empresariales para mejorar la Competitividad	
7.3.	Propuestas de estrategias y Actuaciones a desarrollar	379
7.3.1.	Conclusiones del diagnostico cualitativo	
7.3.2.	Propuestas de Estrategias y Actuaciones a desarrollar	

## **ANEXOS**

Anexo 1 - Oferta de Alojamientos Turísticos de Interior	388
Anexo 2 - Informes de las Rutas	509
Anexo 3 - Análisis de la Oferta Turística de la Comarca de la Axarquía	562
Anexo 4 - Fichas de Auditoria de la muestra de la oferta turística del litoral	577

## Capítulo 1.

# INTRODUCCIÓN Y ESTRUCTURA

## 1. INTRODUCCIÓN Y ESTRUCTURA

La Axarquía es una de las comarca de interior de la Provincia de Málaga que han experimentado un mayor crecimiento de la actividad turística; convirtiéndose en una de actividades fundamentales para el desarrollo económico y social del interior. Por ello es necesario poner a disposición del sector todas los mecanismos y herramientas necesarias para garantizar un desarrollo turístico sostenible.

El presente estudio persigue una serie de objetivos finales entre los que se

encuentran:

- 1.- Realizar un Diagnóstico de la actividad turística.
- 1.- Ayudar a dar una mayor difusión y conocimiento al sector empresarial turístico del potencial que ofrece esta comarca
- 2.- Fomentar el contacto entre el empresariado turístico de interior y del litoral
- 3.- Dinamizar del carácter asociativo del sector turístico
- 4.- Planificación y Ejecución de Actuaciones para la mejora de la comercialización conjunta de dicha oferta.

La estructura desarrollada en el estudio se divide en 7 capítulos, donde se ha tratado de reflejar un análisis de la comarca de la Axarquía desde el punto vista de la oferta y de la demanda, que incluye un análisis de los datos de la oferta alojativa y de restauración , un análisis de la demanda turística, una valoración cualitativa de la calidad que presentan la comarca, un

inventario de recursos turísticos con auditoria de calidad sobre los más representativos de la comarca; y por último, un diagnóstico para el desarrollo del producto turístico Axarquía, con detalle de estrategias y actuaciones a desarrollar.

En el primer y actual capítulo, contiene una breve descripción del trabajo con los objetivos que se persiguen y la estructura del trabajo que se presenta.

En el segundo capítulo se desarrolla en primer lugar un análisis cuantitativo de la oferta alojativa por establecimientos y número de plazas de todas y cada una de las comarcas del interior; para a continuación profundizar en la oferta por tipo de alojamiento para todos y cada uno de los municipios incluidos en la comarca.

En el tercer capítulo se desarrolla, con similar estructura al capítulo anterior, un análisis cuantitativo de la oferta de restauración inscrita en el Registro de Actividades Turísticas RAT de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, por establecimientos y número de plazas de todas y cada una de las comarcas de la provincia, de interior y litoral; para a continuación profundizar en la oferta por tipo de actividad (restaurantes y cafeterías) para todos y cada uno de los municipios incluidos en la comarca.

El cuarto capítulo que se presenta recoge un análisis del perfil del turista del interior de la Provincia de Málaga, para luego ser completado con un análisis específico del turista de la zona de la Axarquía. En este apartado se han analizado aspectos relativos a las características de la demanda, aspectos cualitativos y acerca de la opinión sobre el destino.

En un quinto capítulo se realiza un análisis cualitativo de la oferta de alojamiento y de restauración según unos parámetros de calidad que definiremos previamente, de manera que se realiza una valoración cualitativa del conjunto de la comarca así como una valoración individualizada de cada establecimiento de una muestra representativa seleccionada previamente del universo que presenta la Axarquía.

En el sexto capítulo de este informe se presenta un análisis de los principales recursos turísticos localizados en los municipios que integran la comarca de la Axarquía, que incluye un inventario de los mismos clasificados según tipología y sub-tipología del recursos, así como una auditoría turística desarrollada sobre una muestra representativa de la oferta global de recursos turístico que integran la zona. En último lugar se presenta una serie de propuestas de actuación integrales para mejorar la puesta en valor de los recursos turístico de la zona.

Para concluir este informe se presenta un diagnóstico cualitativo realizado por el tejido empresarial turístico de la zona interior objeto de este estudio así como se definen las estrategias y actuaciones prioritarias a realizar. Para su elaboración nos hemos basado en el diagnóstico cualitativo de calidad desarrollado, en los resultados de las entrevistas cualitativas personales realizadas al empresariado turístico identificado e implicado en la dinamización y desarrollo de la actividad turística de la Comarca así como en las “Rutas de Conocimiento Empresarial” realizadas en las que han participado agentes turísticos tanto del interior como del litoral de la Axarquía, con lo que además de conseguir un mayor conocimiento de la realidad turística que presenta la zona por parte del tejido empresarial, se ha generado un debate participativo sobre las principales deficiencias y necesidades de la Axarquía.

## Capítulo 2.

# EVOLUCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA 1990-2004

## 2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA OFERTA TURÍSTICA 1990-2004

El turismo de interior ha experimentando un considerable aumento en toda la provincia de Málaga. Sus tasas de crecimiento durante la última década superan ampliamente la media del conjunto provincial, lo que evidencia síntomas de consolidación de un mercado que hasta hace pocos años era incipiente.

Este crecimiento del turismo de interior ha favorecido la creación de rentas y empleo en zonas que se caracterizaban por su fragilidad económica. El fortalecimiento del mercado turístico se ha plasmado, además, en una mayor diversificación de la oferta turística.

En este epígrafe se presenta y analiza la oferta alojativa de interior en Málaga, para lo cual las fuentes estadísticas utilizadas han sido diversas. Se ha partido como fuente principal del Registro de Actividades Turísticas (RAT) de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, que se ha complementado con las bases de datos de las principales paginas web de ofertas turísticas que operan para el ámbito rural ([webmalaga.com](http://webmalaga.com), [indicerural.com](http://indicerural.com), [ruralandalus.es](http://ruralandalus.es), [altur.com](http://altur.com) y [toprural.com](http://toprural.com), ...), ya que son estas últimas las que controlan la gran mayoría de la oferta de casas rurales. El análisis se ha realizado considerando como variable fundamental el número de plazas, ya que éste es un indicador certero de la capacidad de la oferta, si bien también se observa el número de establecimientos, el municipio y la comarca.

Dada la todavía baja representatividad de las casas rurales inscritas en el RAT, para esta tipología el método seguido ha consistido en el inventario de dicha oferta. Por un lado se ha utilizado como fuente de información los

catálogos de operadores, mayoristas y minoristas específicos; y por otro se ha llevado a cabo un barrido exhaustivo, mediante la utilización de múltiples buscadores a través de internet de la oferta de casas rurales en Málaga, con lo que se obtuvo la casi totalidad de casas rurales que se ofertan a través de este canal divulgativo.

Con dicha información se completó la base de datos con las casas rurales registradas, por lo que se consiguió disponer de una base de datos definitiva en la cual se tenía inventariada toda la oferta de casas rurales malagueñas, tanto la reglada como la que no estaba inscrita, detallándose en cada uno de los registros el nombre de la casa, el municipio en el que se localizaba, el número de plazas y la comarca a la que pertenecía.

La estructura del presente capítulo se corresponde con tres niveles de análisis contemplados en la oferta:

- la oferta de alojamientos a nivel provincial, contemplando su evolución en el periodo 1990 a 2004.
- se realiza un análisis por cada una de las tipologías que componen esta oferta de alojamientos, consideradas todas las tipologías de alojamiento reglado que existen, es decir: hoteles, apartamentos, pensiones, campamentos, casas rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural.
- Finalmente se desciende a nivel de comarcas y se estudia las características de la oferta que cada una de ellas presenta, y su representatividad dentro del ámbito comarcal de Antequera, Axarquía, Guadalteba, Noreste de Málaga, Serranía de Ronda, Sierra de las Nieves y Valle del Guadalhorce.

## **2.1. Evolución de la Oferta Provincial**

En el presente apartado se analiza precisamente la evolución que ha tenido el turismo de interior a través de las transformaciones acontecidas en la oferta de alojamiento (hoteles, apartamentos, pensiones, campamentos, casas rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural). El análisis efectuado, abarca el período transcurrido entre los años 1990 y 2004, y ha tenido en cuenta la distribución por zonas de desarrollo rural (LEADER y PRODER: Antequera, Axarquía, Guadalteba, Noreste de Málaga, Serranía de Ronda, Sierra de las Nieves y Valle del Guadalhorce), lo que permite conocer, además de la evolución, el peso específico de cada “comarca” en el conjunto provincial.

Es importante señalar que la disponibilidad de los datos de cada una de las tipologías de alojamiento mencionadas en el período objeto de estudio no es homogénea, ya que las casa rurales y las viviendas turísticas de alojamiento rural se regularon en el año 2000.

El análisis de la oferta de alojamiento, como se ha comentado anteriormente, considera todas las tipologías de alojamiento reglado que existen, es decir: hoteles, apartamentos, pensiones, campamentos, casas rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural.

Cuando se analiza la evolución de la oferta de alojamiento se observa que se está produciendo un crecimiento muy importante en el interior de la provincia, junto a una diversificación en las modalidades de alojamiento.

Plazas <sup>(1)</sup>	Año 1990	Año 1995	Año 2000	Año 2004 <sup>(1)</sup>
Hoteles	851	1.349	2.873	4.629
Apartamentos	0	183	405	789
Pensión	825	1.058	1.268	1.431
Acampamentos	213	2.076	2.824	2.993
Casas Rurales	ND	ND	508	5.242
Viviendas Turísticas	0	0	0	2.223
	1.889	4.666	7.878	17.307

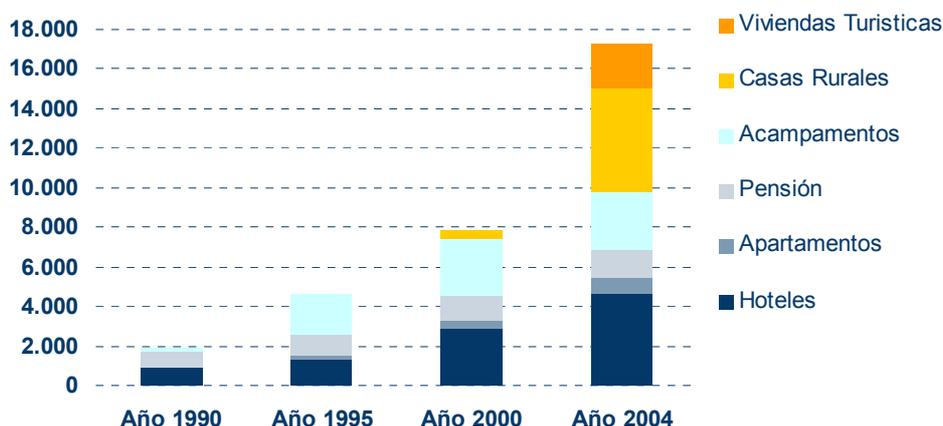
Fuente: Consejería de Turismo- R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia

(1) En las Casas Rurales para los años 1990, 1995 y 2000 se recogen las plazas registradas, mientras que para el año 2004 se han considerado además la estimación de plazas no inscritas y comercializadas.

A comienzos de la década de los noventa, la oferta de alojamiento estaba formada por 1.889 plazas, distribuida en tres tipologías de alojamiento, hoteles, pensiones y camping; mientras que en el año 2000 ya existían 7.878 plazas, lo que supone un incremento del 317 por ciento, para pasar en septiembre de 2004 a contar con una oferta de 17.307 plazas. Esto implica que con respecto al 2000, el incremento de oferta en términos relativos ha sido del 120%.

Entre los mayores crecimientos destacan, especialmente, el experimentado por los campamentos turísticos, casa rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural. El siguiente gráfico ilustra, en términos absolutos, los cambios que se han producido en la estructura turística alojativa del interior de Málaga.

**Evolucion de la oferta de Interior de la Provincia de Málaga**



Como se puede observar en el año 2004, los hoteles y las casas rurales concentran más de la mitad de la oferta de plazas turísticas del interior de la provincial, concretamente un 26,7% es de hoteles y un 30,3% de casas rurales. A continuación le siguen los acampamentos y las viviendas turísticas de alojamiento rural, con mas de 2.000 plazas en la provincia; y por último se sitúan las pensiones y apartamentos con 1.431 y 789 plazas respectivamente.

Es importante destacar que en el periodo objeto de estudio 1990-2004, la evolución de la oferta de interior ha tendido a suavizar la profunda dispersión geográfica que presentaban los establecimientos turístico a principios de la década de los 90.

En la actualidad, se concentra más del 70% en tres comarcas, Serranía de Ronda (33,1%), Axarquía (23,4%) y Antequera (14,2%); mientras que en el año 1990, esta misma cuota de la oferta se localizaba en tan sólo dos, la Comarca de Antequera y Serranía de Ronda, con dicho orden de importancia.

Destaca sobremanera la excelente evolución experimentada por la Axarquía, pasando de ser la zona con menor concentración de oferta (1,4%) a ser en nuestros días la segunda comarca en importancia, con más del 20% de la oferta de interior de la provincia. Por el contrario, Antequera, que era líder con el 40% de las plazas de interior, pasa a ocupar un tercer puesto, con un brusco descenso en su participación global hasta posicionarse con cerca del 15% de la oferta.

En la actualidad NORORMA es la comarca con menor equipamiento de infraestructuras turística de alojamiento, con tan sólo 4,2% de las plazas del

interior de la provincia, cuota que duplica la que disfrutaba en 1990 (2,6%), y que la posicionaba tan sólo por delante de Axarquía.

OFERTA POR COMARCAS	Año 1990	Año 2004
Axarquía	1,4%	23,4%
Antequera	40,6%	14,2%
Guadalteba	5,5%	5,5%
NORORMA	2,6%	4,2%
Serranía de Ronda	29,7%	33,1%
Sierra de las Nieves	14,3%	9,1%
Valle del Guadalhorce	5,8%	10,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consejería de Turismo- R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia

## 2.2. Evolución de la Oferta por Tipología

A continuación se analiza la oferta de alojamiento de interior de la provincia de Málaga por tipología, mostrando la distribución y evolución comarcal en el periodo de referencia analizado 1990-2004.

### 2.2.1. Hoteles y Hotel-Apartamento

El crecimiento de la oferta de hoteles y aparta hoteles en el interior de Málaga ha seguido una evolución progresiva, que ha permitido un incremento tanto en el número de establecimientos como en el número de plazas ofertadas. De esta forma, si atendemos al número de hoteles y hotel-apartamentos, observamos que se ha pasado de 14 establecimientos existentes en 1990, a los 117 actuales en 2004, lo que supone un crecimiento acumulado en estos 14 años de 736 %.

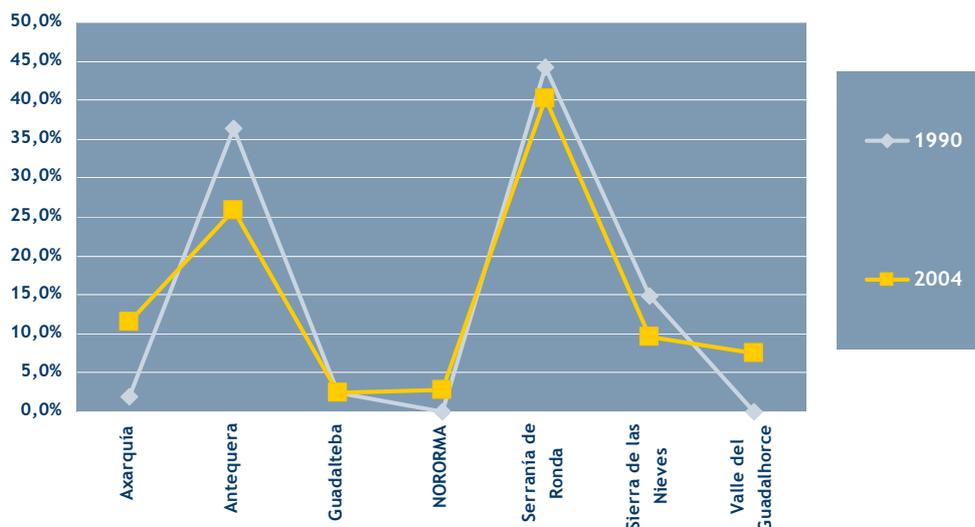
Respecto al número de plazas, encontramos una evolución de crecimiento similar al experimentado con el número de establecimientos, si bien, este

obtiene un crecimiento más moderado, ya que el incremento en términos porcentuales es del 444%, pasando de 851 plazas en 1990 a 4.629 en 2004, dicha divergencia se traduce en una tendencia hacia una menor capacidad en número de plazas por establecimiento hotelero, descendiendo de una oferta media por establecimiento de 61 plazas en 1990 hasta las 40 plazas que presenta en la actualidad.

Analizando la oferta hotelera por comarcas, tanto en establecimiento como en plazas, se observa que en el período 1990-2004 se suaviza la alta concentración de la misma, presentando oferta las comarcas del Valle del Guadalhorce y Nororma, en las que no existían establecimiento hoteleros en 1990.

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA HOTELERA (HOTELES Y HOTEL - APARTAMENTO) POR COMARCAS DE INTERIOR											
ESTABLECIMIENTOS	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Axarquía	1	2	2	3	6	6	7	8	13	15	17
Antequera	6	7	7	9	9	12	16	14	17	18	20
Guadalteba	1	1	1	1	1	1	4	3	3	3	4
NORORMA	0	1	1	1	1	2	4	4	4	5	6
Serranía de Ronda	4	10	10	13	19	25	30	34	41	46	51
Sierra de las Nieves	2	3	5	6	5	7	7	9	11	11	11
Valle del Guadalhorce	0	2	2	3	5	5	5	7	9	9	8
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>36</b>	<b>46</b>	<b>58</b>	<b>73</b>	<b>79</b>	<b>98</b>	<b>107</b>	<b>117</b>
PLAZAS	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Axarquía	16	41	41	85	239	251	277	301	456	510	533
Antequera	310	332	332	369	369	495	620	595	1.079	1.092	1.195
Guadalteba	21	21	21	21	21	21	115	81	81	81	117
NORORMA	0	20	20	20	20	35	76	98	98	115	131
Serranía de Ronda	377	698	698	772	943	1.134	1.233	1.380	1.589	1.754	1.860
Sierra de las Nieves	127	161	229	353	237	280	280	374	442	442	442
Valle del Guadalhorce	0	76	75	98	226	226	272	303	459	459	351
<b>Total</b>	<b>851</b>	<b>1.349</b>	<b>1.416</b>	<b>1.718</b>	<b>2.055</b>	<b>2.442</b>	<b>2.873</b>	<b>3.132</b>	<b>4.204</b>	<b>4.453</b>	<b>4.629</b>

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas



En primer lugar destaca la Serranía de Ronda, presentando en 2004 el 44% de los establecimientos y el 40% de las plazas de la oferta de interior de esta tipología alojativa, con 51 hoteles y apartahoteles dotada de una capacidad de 1.860 plazas.

Observando la evolución, destaca el comportamiento contrario que experimentan los establecimientos y las plazas, los primeros disfrutaban de un crecimiento acumulado (1.175%) superior al de la media del interior de provincia (736%), lo que le permite incrementar su cuota en 15 puntos porcentuales; mientras que las plazas descienden ligeramente 5 puntos porcentuales, dato significativo que apunta nuevamente a la tendencia a la reducción de la capacidad media alojativa de los establecimientos hoteleros de la Serranía de Ronda.

En segundo lugar se posiciona Antequera, comarca que disfrutaba del liderazgo en cuanto a establecimientos en 1990 con el 43% de la oferta hotelera de interior, no así de las plazas con el 36%, superado por la Serranía de Ronda. Sin embargo, a partir de 1995 pasa a ocupar el segundo lugar en ambos apartados, situándose en el 2004 con 20 establecimientos (17% de la oferta global) y 1.195 plazas (26%). Cabe destacar el espectacular aumento

que se produce en los años 2001-2002 en esta comarca, con 484 plazas más gracias a la apertura de 3 nuevos establecimientos. A pesar de ello, la oferta hotelera de Antequera crece en este período analizado a un ritmo inferior al de la oferta hotelera de interior, tanto en establecimientos (233% acumulado) como en plazas (285% acumulado).

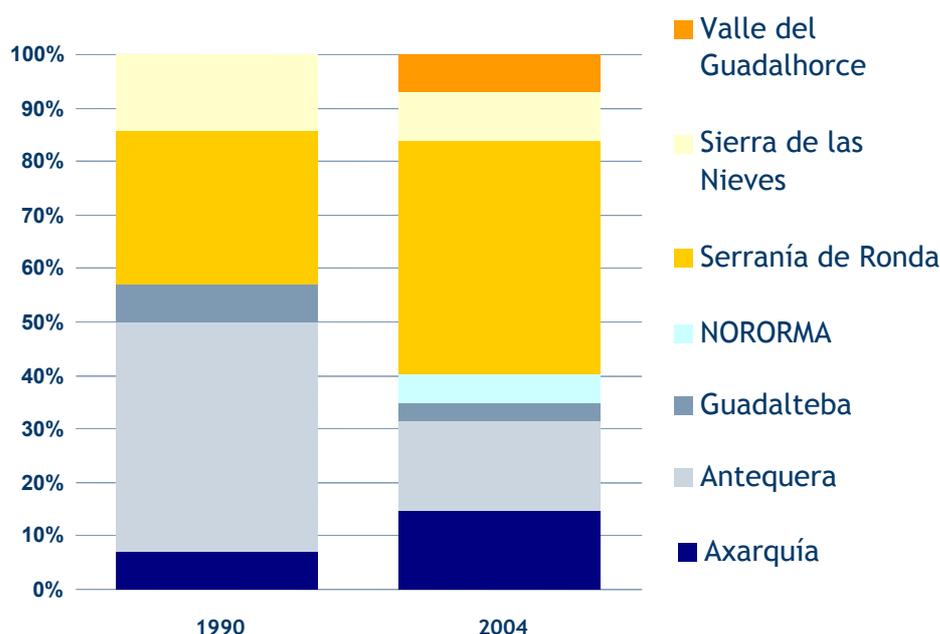
A continuación, por volumen de ofertas se encuentra la comarca de la Axarquía, que presenta el 15% de los establecimientos hoteleros del interior y el 12% de las plazas de las mismas. Si bien en el año 1990, disponía tan sólo de un establecimiento con 16 plazas, experimentado el mayor crecimiento porcentual acumulado de todas las comarcas en esta tipología, concretamente el 1600% en establecimientos y un 3231% en plazas, que se traduce en 17 hoteles y 533 plazas.

La Sierra de las Nieves presenta en la actualidad el 9% de los establecimientos hoteleros del interior y el 10% de las plazas ofertadas, experimentando una evolución de crecimiento por debajo de la media provincial de 1990 a 2004, con 11 establecimientos (+450%) y 442 plazas (+248%); lo que supone el menor crecimiento en cuanto a plazas de todas las comarcas.

Con menor representatividad en el contexto provincial se encuentra el Valle de Guadalhorce, ofreciendo el 7% de los establecimientos y el 8% de las plazas de los mismos. Respecto a la evolución experimentada desde 1990 a nuestros días, esta comarca presenta el menor crecimiento en cuanto a establecimientos hoteleros (300%) pasando de no disponer de oferta en 1990 a contar en la actualidad con 8 hoteles. Analizando la oferta de plazas, el Valle del Guadalhorce experimenta un crecimiento de 361%, pasando de 76 plazas en 1995 a 351 en la actualidad. Sin embargo ha experimentado un retroceso en el último año, debido a la pérdida de un establecimiento y 108 plazas.

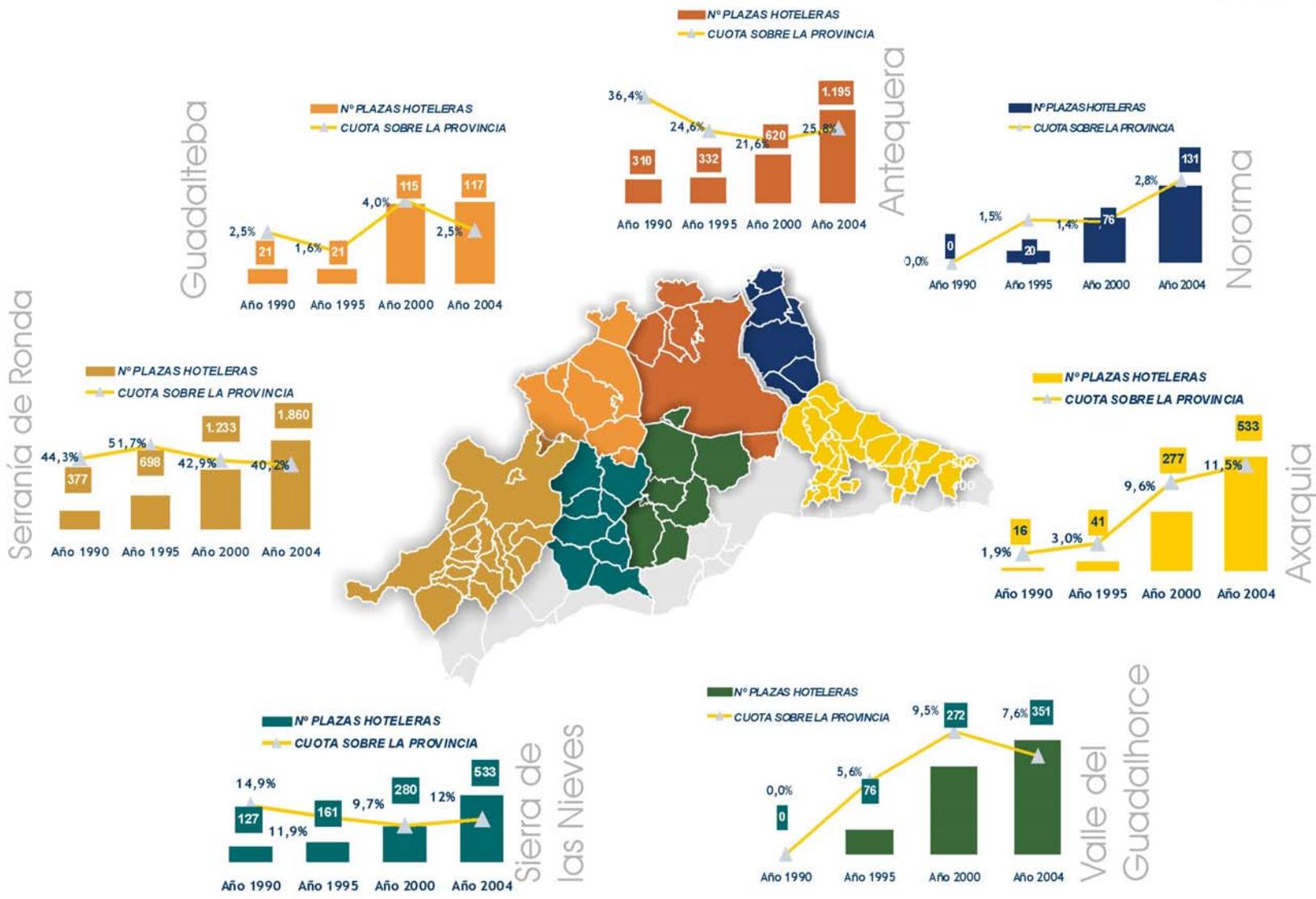
Tanto las comarcas de Guadalteba como NORORMA representan conjuntamente tan sólo un 8,5 por ciento del total de establecimientos, y un 5,3 por ciento del total de plazas ofertadas. Concretamente Guadalteba pasó de un establecimiento en 1990 a 4 en 2004, y NORORMA que en 1990 no poseía ningún establecimiento, alcanza 6 establecimientos en 2004.

### Evolución de la distribución comarcal de las plazas 1990-2004



Finalmente, si hacemos una comparación respecto al total de la oferta alojativa, observamos que los hoteles y hotel-apartamentos han pasado de representar el 25% del total de establecimientos en 1990 a representar el 9,1% en 2004 con respecto al total de establecimientos de interior. En relación al número de plazas se pasa de representar sobre la oferta de interior en 1990 un 45% del total, a suponer en la actualidad un 26,7%, perdiendo peso debido a la menor dimensión de los establecimientos y a la diversificación de la oferta producida por el crecimiento de otras tipologías turísticas.

A modo de resumen se presenta de manera gráfica los datos comentados a nivel comarcal.



### 2.2.2. Apartamentos

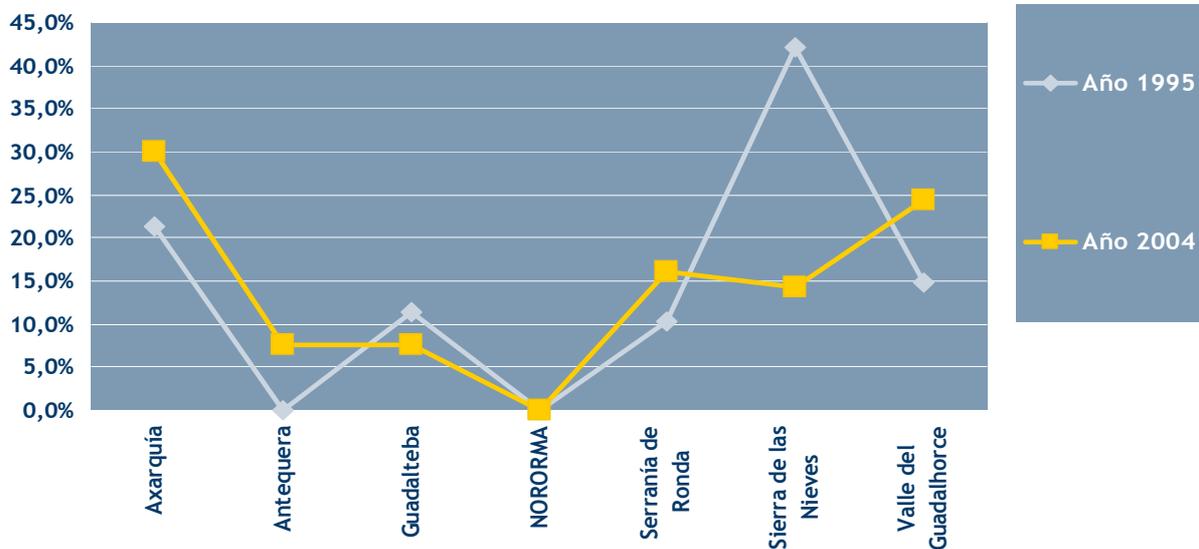
Por lo que respecta a los apartamentos turísticos del interior de Málaga, podemos decir que la tendencia global de esta tipología de alojamiento sigue un comportamiento similar al de la oferta global del interior de la provincia, alcanzando un espectacular crecimiento.

Antes de comenzar el análisis de la distribución comarcal de la oferta de apartamentos, es conveniente recordar que en la actualidad esta tipología alojativa es la menos representativa de la oferta global de interior de la provincia de Málaga, pero de gran importancia si tenemos en cuenta que en 1990 la oferta de apartamentos era inexistente.

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE APARTAMENTOS POR COMARCAS DE INTERIOR											
ESTABLECIMIENTOS	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Axarquía		1	3	3	3	4	5	8	8	8	8
Antequera								1	1	1	2
Guadalteba		1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
NORORMA											
Serranía de Ronda		1	1	2	2	2	3	3	3	3	4
Sierra de las Nieves		2	2	2	2	2	2	3	3	4	4
Valle del Guadalhorce		1	2	2	2	2	3	3	4	5	5
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>23</b>	<b>25</b>
PLAZAS											
Axarquía		39	80	65	65	71	79	184	238	237	237
Antequera								22	22	22	60
Guadalteba		21	21	21	60	60	60	60	60	60	60
NORORMA								0	0	0	
Serranía de Ronda		19	19	34	34	34	48	68	76	76	127
Sierra de las Nieves		77	77	77	77	77	77	85	85	112	112
Valle del Guadalhorce		27	43	66	66	66	141	167	178	193	193
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>240</b>	<b>263</b>	<b>302</b>	<b>308</b>	<b>405</b>	<b>586</b>	<b>659</b>	<b>700</b>	<b>789</b>

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas

### Evolución de la distribución comarcal de las plazas 1995-2004



Actualmente, en el interior de la provincia de Málaga son 25 los establecimientos que realizan dicha actividad económica, contando para ello con 789 plazas disponibles.

Todo esto ha permitido que el peso de la oferta de apartamentos, dentro del total de la oferta turística del interior de la provincia, haya descendido respecto a establecimientos pasado del 6,3% en el año 1995 al 2% por ciento en el 2004, pero si hablamos del número de plazas la cuota crece en un punto porcentual del 3,9% al 4,6%.

Así, la evolución de la oferta de apartamentos del interior de Málaga registra un incremento en el número de establecimientos durante el periodo 1995-2004 de un 317%, crecimiento ligeramente inferior al del número de plazas, el cual se sitúa en el 331%.

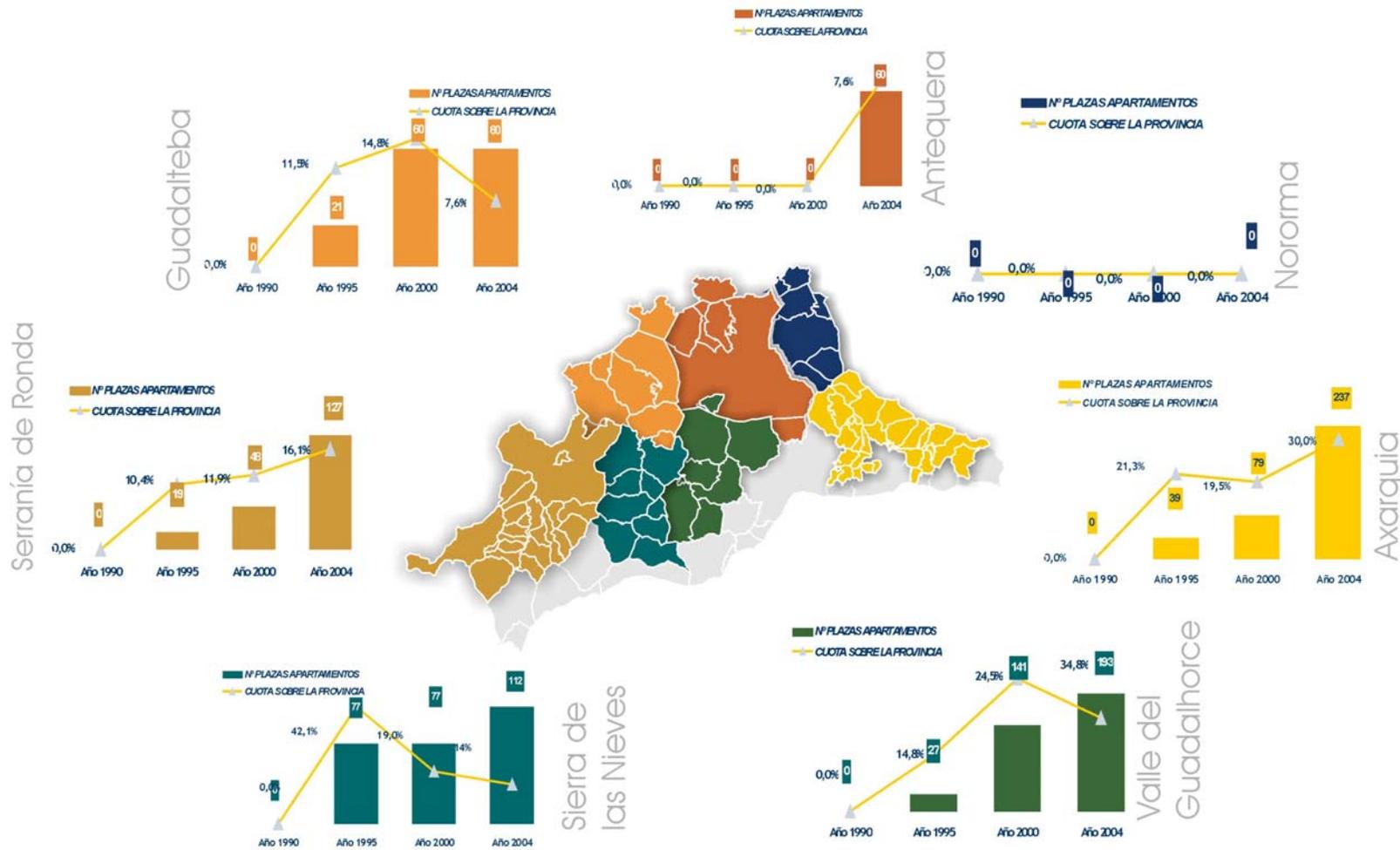
Por comarcas destacan el peso de la Axarquía y del Valle del Guadalhorce, concentrando más de la mitad de la oferta global del interior de la provincia, tanto respecto a establecimientos como a

plazas, con una cuota del 32% y 30% respectivamente. Si bien, en cuanto a la evolución existente en el periodo de estudio, podemos destacar que experimentando ambas comarca incrementos acumulados superiores a la media global del interior de la provincia, la Axarquía, con un 700%, tiene un crecimiento muy superior al del Valle del Guadalhorce (400%) en cuanto a apartamentos; pero si nos referimos al número de plazas ocurre lo contrario, siendo muy superior la comarca del Valle del Guadalhorce (615%). Esta evolución se traduce en una mayor capacidad de plazas por establecimiento de apartamentos en el Valle del Guadalhorce (30) que en la Axarquía (39).

Merece también atención el aumento que se ha producido en la comarca de la Serranía de Ronda, pasando el número de plazas de 19 a 127, lo que significa un incremento de 568%. Por el contrario, cabe señalar que, hasta el año 2001, la comarca de Antequera no poseía alojamientos de estas características, representando en la actualidad aproximadamente el 8% tanto de los establecimientos como de las plazas de oferta de interior. Por otro lado, NORORMA continúa en la actualidad sin tener oferta turística de apartamentos.

La Serranía de Ronda, líder en la oferta de establecimientos hoteleros tal y como hemos analizado en el capítulo anterior, ve reducida su representatividad en esta tipología turística, pasando de tener una cuota del 42,1% de las plazas en 1995 hasta el 14,2% que disfruta en la actualidad con 112 plazas.

A modo de resumen se presenta de manera gráfica los datos comentados a nivel comarcal.



### 2.2.3. Pensiones

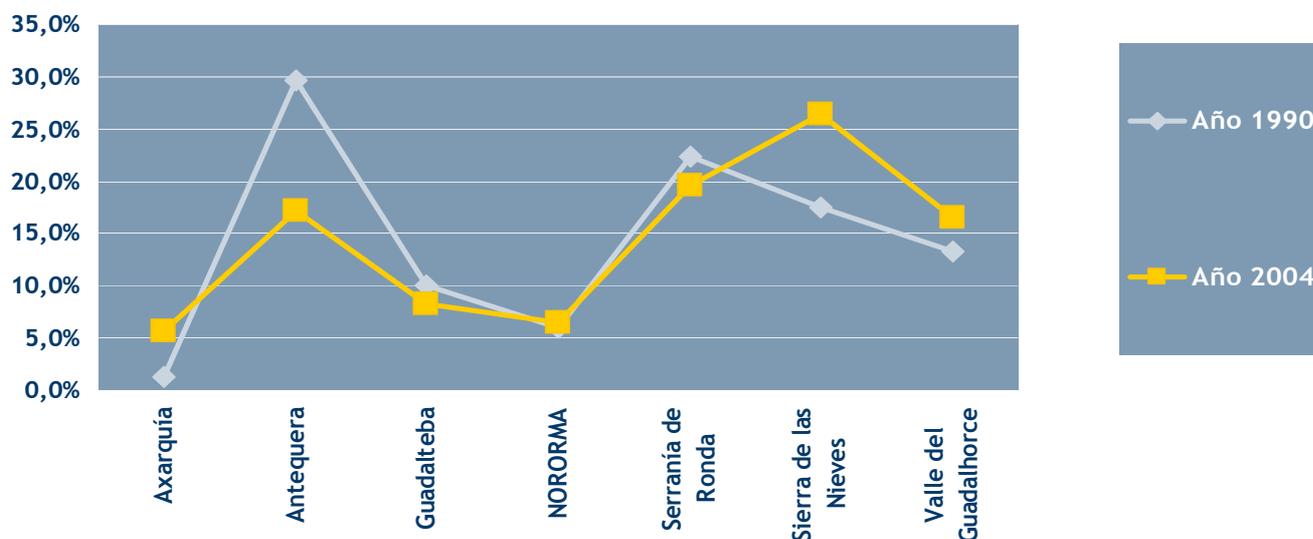
La oferta de pensiones del interior de la provincia de Málaga ha experimentado un incremento acumulado (73% en plazas) muy inferior a la media global del interior de la provincia (816% en plazas), lo que le ha hecho perder cuota de representatividad en el periodo analizado de 1990-2004, pasando de ser una de las tres únicas tipologías de alojamiento que existían en 1990, con una cuota del 44% de las plazas, a tener en el 2004 una tasa de representatividad del 6%.

En términos absolutos, en 1990 el interior de la provincia de Málaga presentaba 40 pensiones con 825 plazas, pasando en la actualidad a ofertar 77 pensiones con 1.431 plazas. El incremento de las plazas es inferior al de los establecimientos, por lo que se ve reducida la capacidad media de las pensiones de interior de 20,6 a 18,6 plazas por alojamiento.

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE PENSIONES SEGÚN COMARCAS DE INTERIOR											
ESTABLECIMIENTOS	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Axarquía	1	4	5	5	5	5	5	5	5	6	7
Antequera	10	10	12	12	12	12	13	13	12	12	12
Guadalteba	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
NORORMA	5	5	8	9	7	7	6	5	6	7	7
Serranía de Ronda	10	13	14	15	15	15	15	6	16	16	16
Sierra de las Nieves	6	8	9	9	10	10	12	15	15	15	15
Valle del Guadalhorce	6	10	11	13	9	10	11	14	15	16	16
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>54</b>	<b>63</b>	<b>67</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>73</b>	<b>76</b>	<b>77</b>
PLAZAS	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Axarquía	11	43	51	51	58	58	58	58	58	68	80
Antequera	244	234	261	261	272	283	290	290	246	246	246
Guadalteba	83	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119
NORORMA	50	57	84	106	92	92	85	61	70	92	92
Serranía de Ronda	184	224	249	257	278	278	274	293	293	280	280
Sierra de las Nieves	144	215	245	245	261	261	299	378	378	378	378
Valle del Guadalhorce	109	166	165	193	143	153	143	215	222	236	236
<b>Total</b>	<b>825</b>	<b>1.058</b>	<b>1.174</b>	<b>1.232</b>	<b>1.223</b>	<b>1.244</b>	<b>1.268</b>	<b>1.414</b>	<b>1.386</b>	<b>1.419</b>	<b>1.431</b>

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas

### Evolución de la distribución comarcal de las plazas 1990-2004



Un aspecto importante a destacar es que las pensiones es la tipología de alojamiento turístico de interior de la provincia que presenta mayor homogeneidad en la distribución comarcal a lo largo de todo el periodo analizado, tanto en términos de establecimientos como de plazas.

De esta forma, nos encontramos con el caso de Antequera, donde el crecimiento de plazas en términos absolutos ha sido casi inexistente en el periodo analizado, a pesar de que disponga de 2 pensiones más, lo que origina una pérdida de representatividad pasando del 29,6% al 17,2%. En 1990 tenía 10 establecimientos que suponían el 25% de la provincia, disminuyendo esta cifra al 16% por ciento ya que el número de establecimientos aumentó hasta 12.

La Axarquía, a pesar de que presenta la menor cuota sobre la oferta global de pensiones tanto en 1990 como en la actualidad, es la comarca que experimenta una mejor evolución registrando el mayor crecimiento acumulado tanto en términos de establecimientos (600%) como de plazas (627%), otorgándole una cuota del 9,1% en pensiones y un 5,6% en plazas.

Sin embargo, la comarca de la Sierra de las Nieves es la que presenta una mayor oferta de plazas y mejor evolución a lo largo del periodo analizado 1990-2004. Prueba de ello, es que según los datos, en 1990 esta comarca

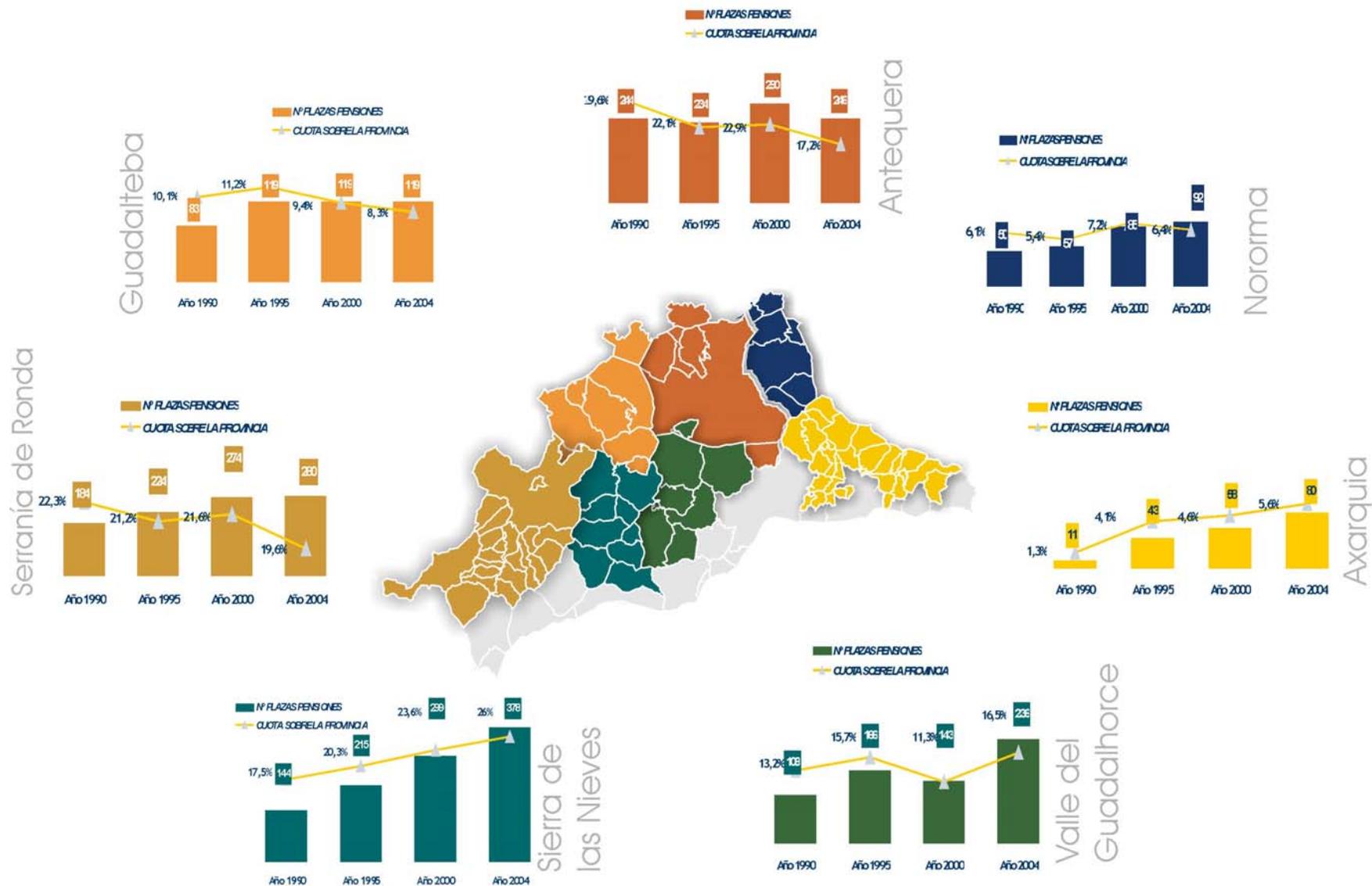
ofertaba el 17,5% de las plazas de la provincia, posicionándose segunda en el ranking provincial, cuota que mejora para ocupar el liderazgo en el 2004, concentrando más de la cuarta parte de la oferta de plazas de interior de esta tipología de establecimientos gracias a un crecimiento acumulado del 163%.

El Valle del Guadalhorce es otra de las comarcas con mayor crecimiento acumulado en términos de plazas, concretamente del 117%, tasa superior a la media global ofrecida por la provincia (73%) lo que le permita aumentar su cuota hasta el 16,5%, con 16 establecimientos que ofertan 236 plazas.

Por el contrario, Guadalteba y la Serranía de Ronda, que aunque han aumentado su oferta de plazas, el incremento ha sido inferior a la media provincial, lo que le ha ocasionado perder cuota, pasando del 10% al 8% Guadalteba y del 22% al 20% la Serranía de Ronda

En último lugar nos encontramos con la comarca de NORORMA con un incremento de tan sólo 2 establecimientos en el periodo analizado (1990-2004), que supone un incremento de oferta de plazas del 84%, ligeramente superior a la media global, lo que significa que su cuota mejora una décimas pasando del 6,1 al 6,4%.

A modo de resumen se presenta de manera gráfica los datos comentados a nivel comarcal.



## 2.2.4. Campamentos

La oferta turística de campamentos en el interior de la provincia es la única tipología de alojamiento turístico, de las tres que presentaba el interior de la provincia en 1990, que experimenta un crecimiento y además significativo. Prueba de ello es que de existir un solo camping en Antequera con 213 plazas, se pasa en el año 2004 a 15 camping con 2.993 plazas, que representan el 17,3% de la capacidad de alojamiento en plazas del interior provincial.

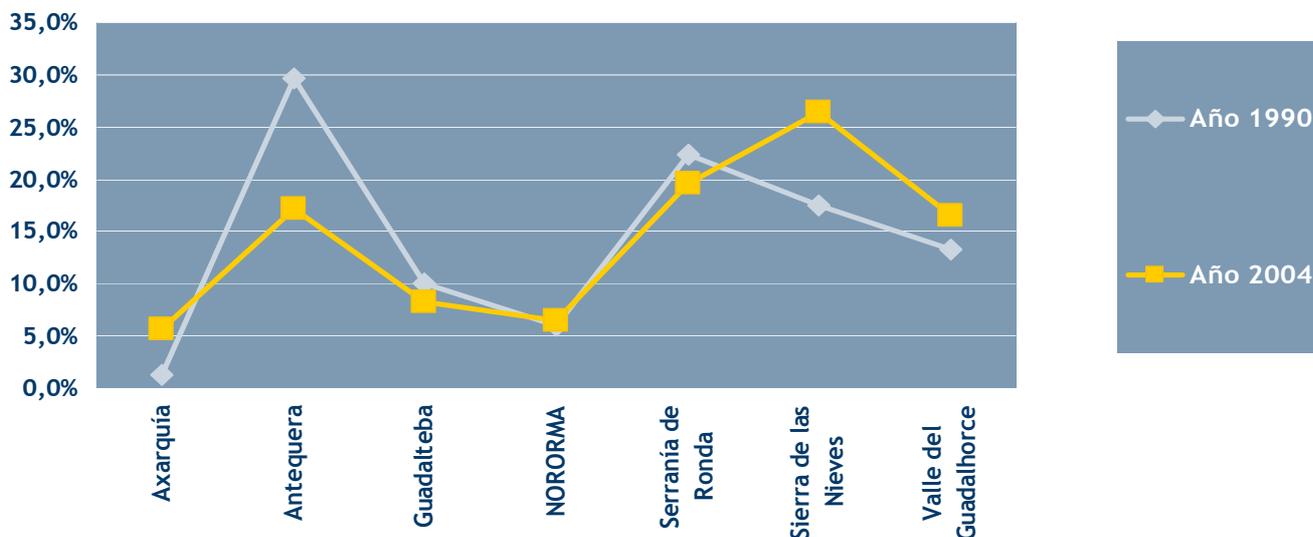
Sin embargo es importante señalar que este crecimiento no se produce con la misma intensidad a lo largo de todo el período. De hecho, en el quinquenio de 1990 a 1995, el número de establecimientos crece un 900% y, sin embargo, en el segundo periodo de 1995 a 2004, sólo se incrementa un 50%. Similar evolución se da si nos referimos al número de plazas, en el periodo 1990-2004 el crecimiento acumulado en el primer quinquenio fue del 875, mientras que en el periodo 1995-2004 ha sido “sólo” de un 44 %.

Esta notable diferencia nos pone de manifiesto el actual estancamiento de la demanda que se está produciendo en esta modalidad de alojamiento.

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE ACAMPAMENTOS SEGÚN COMARCAS DE INTERIOR											
ESTABLECIMIENTOS	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Axarquía		1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Antequera	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Guadalteba		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
NORORMA											
Serranía de Ronda		5	6	8	8	7	8	8	8	9	9
Sierra de las Nieves		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Valle del Guadalhorce				1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
PLAZAS											
Axarquía		174	174	174	174	174	256	82	82	82	82
Antequera	213	354	336	336	336	336	459	336	459	246	497
Guadalteba		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
NORORMA											
Serranía de Ronda		895	1.042	1.202	1.226	1.166	1.271	1.271	1.351	1.566	1.536
Sierra de las Nieves		153	153	153	153	153	153	153	193	193	193
Valle del Guadalhorce				148	148	185	185	185	185	185	185
<b>Total</b>	<b>213</b>	<b>2.076</b>	<b>2.205</b>	<b>2.513</b>	<b>2.537</b>	<b>2.514</b>	<b>2.824</b>	<b>2.527</b>	<b>2.770</b>	<b>2.772</b>	<b>2.993</b>

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas

### Evolución de la distribución comarcal de las plazas 1990-2004



En el análisis comarcal, a pesar de no ofrecer una distribución homogénea de la oferta de plazas si que mejora a lo largo de estos años la concentración de los campings, prueba de ello es que la comarca del Valle del Guadalhorce que no disponía de ningún acampamento, en la actualidad ofrece uno con capacidad para 185 personas.

Desde 1995, las comarcas que han obtenido mejores resultados en términos de crecimiento han sido la Serranía de Ronda y el Valle del Guadalhorce.

Serranía de Ronda, es la única comarca que presentando oferta en 1995 experimenta un crecimiento superior a la media global del interior de la provincia, que alcanza el 71,6%, incrementado su oferta de 5 camping con 895 plazas a presentar en la actualidad 9 camping, el 60% de la oferta total, con capacidad para 1.536 personas, que suponen más de la mitad de la oferta de plazas de acampamentos.

Seguidamente, en orden de importancia, le siguen Antequera y Guadálteba, ambas con una cuota en la oferta de plazas aproximadamente del 17%. La

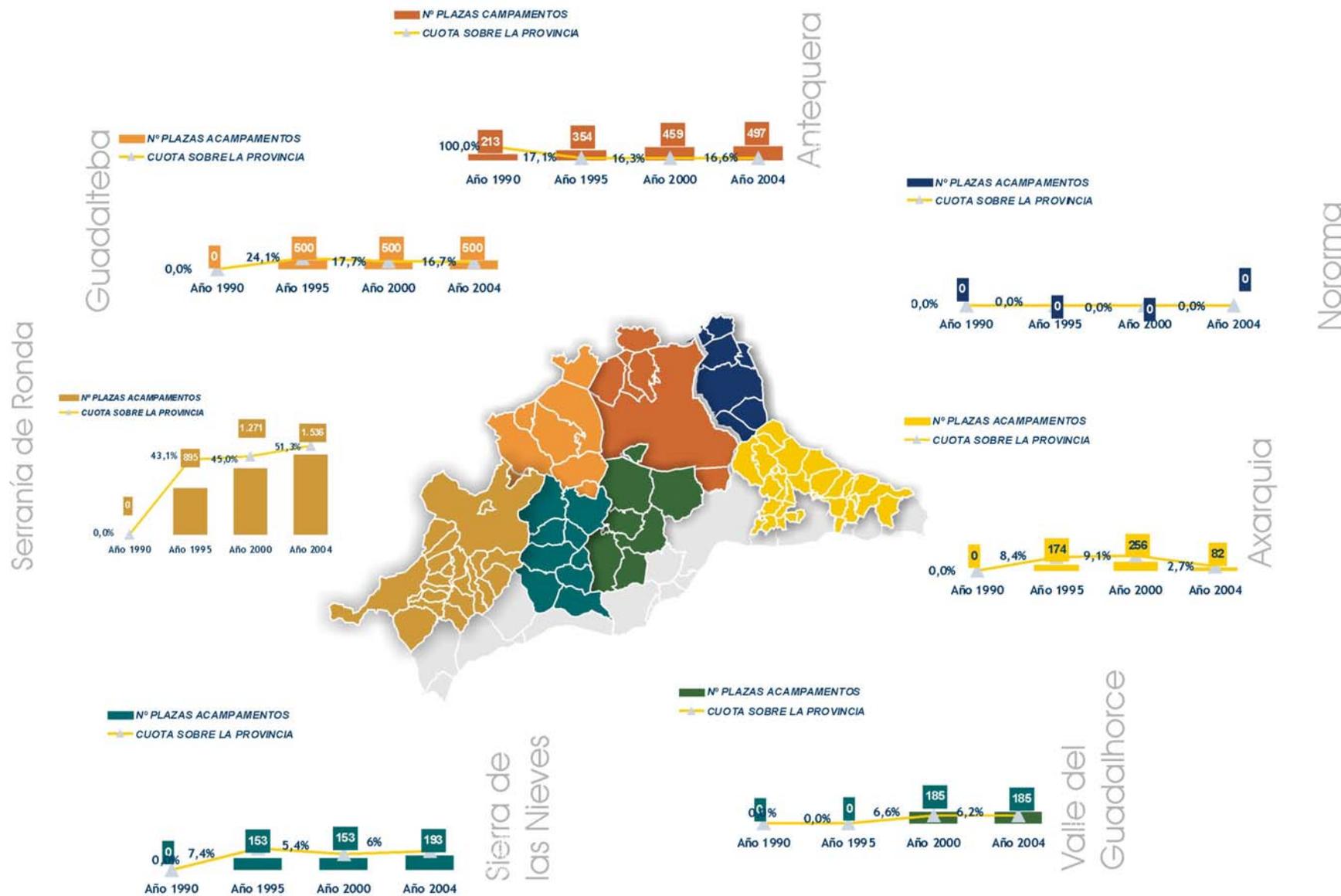
primera de ellas crece pero a un ritmo inferior al provincial, lo que le hace disminuir su representatividad en el 2004, a pesar de que disponga de un camping más del que presentaba en 1990. La comarca Guadalteba, presenta en el 1995 un camping con 500 plazas, oferta que no se ve modificada en todo el período restante hasta 2004.

No reúnen demasiada importancia las comarcas de Sierra de las Nieves y Valle del Guadalhorce, pues ambas disponen de un sólo campamento y el número de plazas es de 193 y 185, lo que les otorga una cuota en la oferta de plazas de acampamentos del interior de la provincia en torno al 6-7%.

La Axarquía, es la única comarca que durante el período de 1995 a 2004 experimenta una reducción de sus plazas tanto en términos absolutos como relativos, que de disponer de una capacidad para 174 personas, sufre una descenso acumulado del -52,9%, hasta ofrecer en la actualidad 82 plazas

Igualmente, es importante destacar el hecho de que en la actualidad no exista ningún campamento en la comarca de NORORMA.

A modo de resumen se presenta de manera gráfica los datos comentados a nivel comarcal



### 2.2.5. Casas rurales

Dentro de la oferta turística de interior, las casas rurales están experimentando una gran expansión, aunque no en todas las comarcas por igual. Esta modalidad de alojamiento es el elemento de la oferta que más sólidamente está caracterizando el desarrollo del turismo de interior en la provincia de Málaga.

A continuación se presentan los resultados que evalúan la oferta de casas rurales promocionadas. Para ello recordamos que se han considerado, los datos registrados en el R.A.T. durante el período 2000-2002-2004 y la oferta comercializada por los principales agentes operadores del turismo de interior en la provincia de Málaga a agosto 2004, fecha en la que se hizo un estudio de campo en las paginas webs de los principales intermediarios de casas rurales, tales como la R.A.A.R, Rural Andalus y Sondytour, entre otros, lo que supone minimizar el sesgo respecto a la oferta real.

En primer lugar se realiza un análisis de la evolución comarcal habida durante el periodo 2000-2002-2004 de la oferta de casas rurales en el interior de la provincia de Málaga, y para ello se utilizarán únicamente los datos facilitados por el R.A.T. que por la oficialidad, comparabilidad y homogeneidad de la fuente otorga validez al análisis temporal de la oferta de casas rurales. Posteriormente cuando analicemos la distribución comarcal que en la actualidad presentan las casa rurales, se considerará la oferta total estimada, es decir, las inscritas en R.A.T. y las comercializadas.

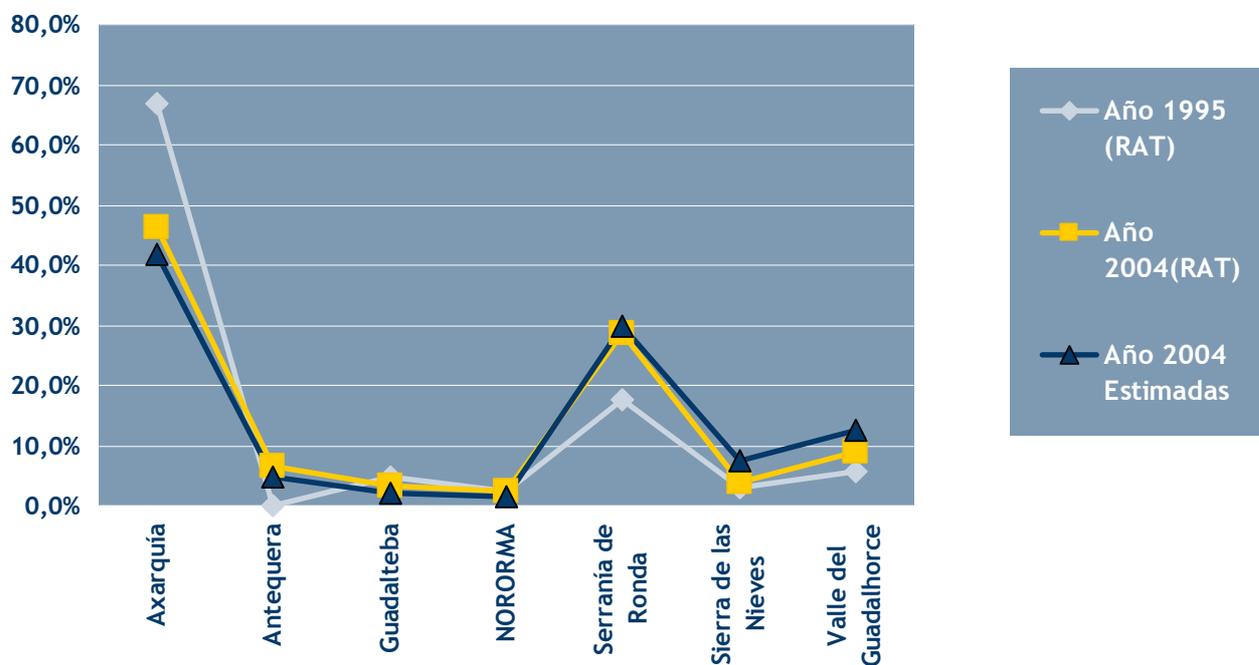
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE CASAS RURALES COMERCIALIZADAS SEGÚN COMARCAS DE INTERIOR

ESTABLECIMIENTOS	2000	2002	2004		ESTIMACIÓN 2004
			RAT	COMERCIALIZADAS	
Axarquía	56	52	62	263	325
Antequera		5	8	18	26
Guadalteba	4	4	4	6	10
NORORMA	1	1	2	41	43
Serranía de Ronda	14	30	47	137	184
Sierra de las Nieves	1	3	3	35	38
Valle del Guadalhorce	5	10	9	53	62
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>105</b>	<b>135</b>	<b>553</b>	<b>688</b>

PLAZAS	ESTIMACIÓN 2004				
Axarquía	339	396	406	1855	2261
Antequera		43	57	176	233
Guadalteba	24	30	28	60	88
NORORMA	12	8	22	341	363
Serranía de Ronda	89	220	252	1088	1340
Sierra de las Nieves	15	31	35	326	361
Valle del Guadalhorce	29	95	80	516	596
<b>Total</b>	<b>508</b>	<b>823</b>	<b>880</b>	<b>4362</b>	<b>5242</b>

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas

**Evolución de la distribución comarcal de las plazas 1995-2004**



En un análisis comarcal de las plazas observamos que existe una importante concentración de las mismas en 2 comarcas, Axarquía y Serranía de Ronda,

donde se localizan 1.440 plazas que representan el 64,7% del total. Le sigue el Valle del Guadalhorce y Antequera, con el 12% y el 10% de las plazas, respectivamente. Las comarcas con menos representatividad en esta tipología de alojamiento turístico son NORORMA, Sierra de las Nieves y Guadalteba, que concentra un 13% de la oferta provincial de interior.

En la actualidad las casa rurales representan, junto con los hoteles, la tipología de alojamiento con mayor participación en la oferta alojativa del interior de la provincia de Málaga, con 5.242 plazas (registradas y comercializadas) que supone más de una cuarta parte de las plazas totales (26%).

Las comarcas de la Serranía de Ronda y la Axarquía, aglutinan cerca de las tres cuartas partes de la oferta en la actualidad, a pesar de que la evolución ha sido muy diferente.

La Serranía de Ronda experimenta un espectacular crecimiento del número de establecimientos, pasando de 14 a 47 alojamientos rurales, lo que en términos porcentuales supone un aumento del 235%, que en términos de plazas supone un 183%.

La Axarquía, comarca líder en oferta de cada rurales a lo largo de todo el período analizado, sufre un descenso en su cuota provincial de más de 20 puntos porcentuales, del 66,7% al 46%, motivado por un ritmo de crecimiento inferior al de la oferta global.

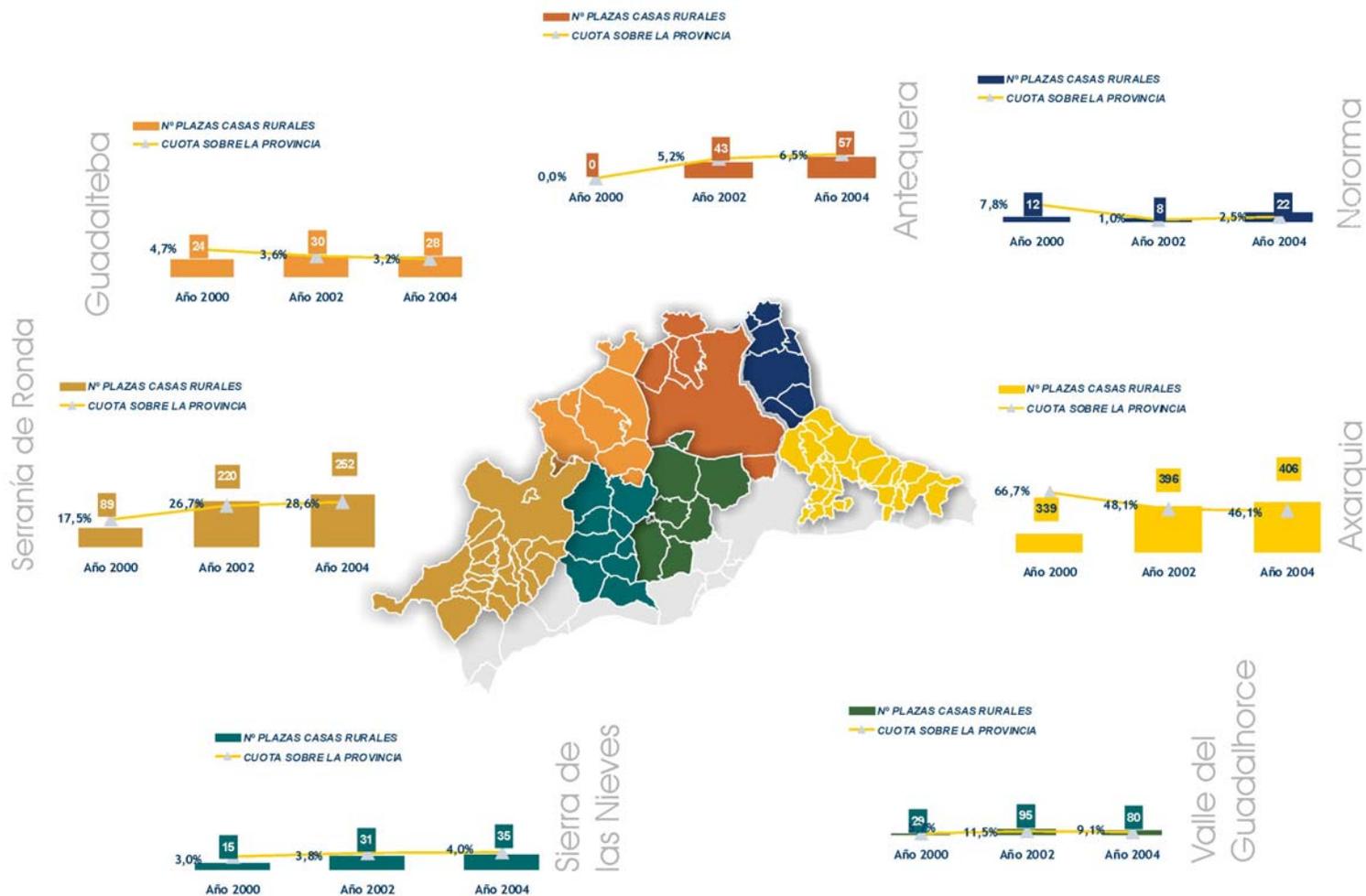
La comarca del Valle del Guadalhorce experimenta durante el período 2000-2004 un espectacular crecimiento del 175%, que le permite duplicar su cuota de representatividad, pasando de concentrar el 5,78% de la oferta de casas rurales al 9,1% que dispone en la actualidad (9 casas con 80 plazas).

No debemos pasar por alto el hecho de que en el año 2000 no existía ningún establecimiento de esta modalidad en la comarca de Antequera y actualmente se encuentran registradas 8, contribuyendo estos establecimientos con un total de 57 plazas, lo que le da una cuota de participación en la oferta de interior de la provincia del 6,5%, peso superior al alcanzado por el resto de comarca no mencionadas, Sierra de la Nieves (4%), Guadalteba (3,2%) y Nororma (2,5%).

Si analizamos la evolución global de esta modalidad de alojamientos podemos ver como se ha pasado de 81 establecimientos registrados en el año 2000 a 135 en el 2004, lo que se traduce en un incremento del 67 por ciento. Desde el punto de vista del número de plazas, este aumento ha sido ligeramente superior, alcanzando la cifra de un 73%.

Si analizamos la distribución comarcal de las casas rurales a 2004 considerando tanto las casa registradas como las comercializadas, las denominadas “estimadas”, nos encontramos que el interior de la provincia de Málaga, presenta 688 casas con 5.242 plazas. Y tal y como muestra la tabla que a continuación se muestra, en líneas generales la distribución es muy similar a la de las casas registradas, presentado 2 comarcas con alta concentración como son Axarquía y Serranía de Ronda.

A modo de resumen se presenta de manera gráfica los datos comentados a nivel comarcal.



### **2.2.6. Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural**

Dentro de la oferta turística de interior, las Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural es una tipología, de reciente regulación tuvo lugar en la Ley de Turismo de diciembre de 1999, por lo que su inscripción en el Registro de Actividades Turísticas R.A.T., justifica que para el presente análisis tan sólo dispongamos de la situación actual a 2004 y no de una serie histórica que nos permita analizar la evolución y tendencia de dicha tipología de alojamiento turística.

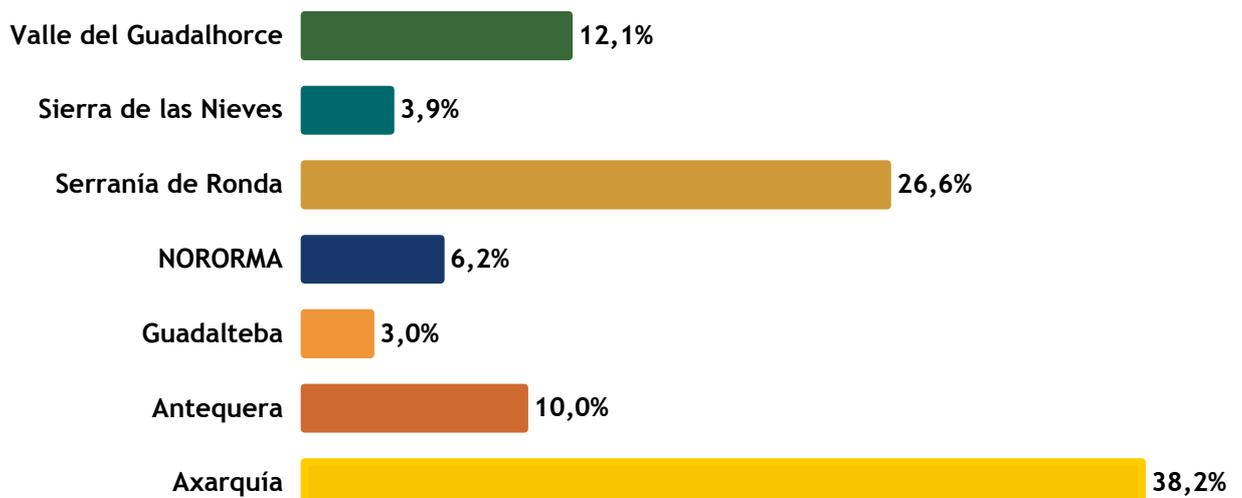
En la actualidad la capacidad alojativa de la Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural en términos de plazas representa un 12,8% del total de las que presenta el interior de la provincia de Málaga, aunque si lo medimos en términos de establecimientos esta participación se incrementa hasta una cuarta parte del total.

En un análisis comarcal de las plazas observamos que existe una importante concentración de las mismas en 2 comarcas, Axarquía y Serranía de Ronda, donde se localizan 1.440 plazas que representan el 64,7% del total. Le sigue el Valle del Guadalhorce y Antequera, con el 12% y el 10% de las plazas, respectivamente. Las comarcas con menos representatividad en esta tipología de alojamiento turístico son NORORMA, Sierra de las Nieves y Guadalteba, que concentra un 13% de la oferta provincial de interior.

VIVIENDAS TURISTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	
ESTABLECIMIENTOS	AÑO 2004
Axarquía	146
Antequera	34
Guadalteba	8
NORORMA	15
Serranía de Ronda	96
Sierra de las Nieves	11
Valle del Guadalhorce	47
<b>Total</b>	<b>357</b>
PLAZAS	
Axarquía	849
Antequera	223
Guadalteba	67
NORORMA	138
Serranía de Ronda	591
Sierra de las Nieves	87
Valle del Guadalhorce	268
<b>Total</b>	<b>2223</b>

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas Septiembre 2004

#### DISTRIBUCIÓN DE LAS PLAZAS DE VIVIENDAS TURISTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL



### **2.3. Situación Actual de la Oferta de Alojamientos Turísticos de la Axarquía**

Una vez analizada la evolución de la oferta turística y su distribución comarcal, en el presente capítulo se observa la situación actual, al año 2004, de la oferta turística por municipios del interior de la Comarca de la Axarquía.

De la misma forma que en el capítulo anterior, el análisis se efectúa sobre las distintas categorías de la oferta de alojamiento (hoteles y hoteles-apartamentos, apartamentos, pensiones, campamentos, casas rurales y viviendas turísticas). De esta manera, se puede observar el peso específico de cada municipio en la oferta turística total de la comarca de la Axarquía.

Por otra parte, se ha contemplado el número de establecimientos y plazas como variables fundamentales para delimitar la capacidad de la oferta. Además, cabe añadir que, en el análisis se ha considerado las categorías de los establecimientos turísticos.

Las fuentes estadísticas utilizadas se han basado fundamentalmente en los datos del R.A.T., si bien en el caso de las casas rurales se ha tratado desde una doble vertiente. Por un lado, las registradas; y por otro lado, se ha considerado la oferta comercializada en páginas webs por los principales intermediarios turísticos que operan en ámbito rural de la provincia de Málaga (RAAR, Rural Andalus y Sondytour, entre otros).

Teniendo en cuenta todas las fuentes de información sobre casas rurales mencionadas, se observa que existen grandes diferencias, ya que en el R.A.T. aparecen registradas 135 casas en municipios rurales de la provincia (880

plazas), en tanto que se ha detectado que existen 553 casas comercializadas (4.362 plazas), por lo que la cifra final estimada de casas rurales (que se alquilan en cada zona) alcanza la cifra de 688 con una capacidad de 5.242 plazas), cifra que validamos para el análisis comarcal y municipal que a continuación realizamos

El cuadro siguiente resume los valores de la oferta turística actual, diferenciando los distintos destinos de la provincia según comarcas de Interior, para conocer el peso de la Comarca de la Axarquía en la provincia.

AÑO 2004		SITUACIÓN DE LA OFERTA ALOJATIVA POR COMARCAS DE INTERIOR													
ESTABLECIMIENTOS	HOTELES		PENSIONES		APARTAMENTOS		ACAMPAMENTOS		CASAS RURALES <sup>(1)</sup>		VIV. TUR. ALOJ. RURAL		TOTAL		
	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	
	Axarquía	17	3	7	5	8	1	1	3	325	1	146	1	504	1
Antequera	20	2	12	4	2	5	2	2	26	6	34	4	96	4	
Guadalteba	4	7	4	7	2	5	1	3	10	7	8	7	29	7	
NORORMA	6	6	7	5	0	7	0	7	43	4	15	5	71	6	
Serranía de Ronda	51	1	16	1	4	3	9	1	184	2	96	2	360	2	
Sierra de las Nieves	11	4	15	3	4	3	1	3	38	5	11	6	80	5	
Valle del Guadalhorce	8	5	16	1	5	2	1	3	62	3	47	3	139	3	
<b>Total</b>	<b>117</b>		<b>77</b>		<b>25</b>		<b>15</b>		<b>688</b>		<b>357</b>		<b>1.279</b>		
PLAZAS	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	N <sup>a</sup>	RK.	
Axarquía	533	3	80	7	237	1	82	6	2.261	1	849	1	4.042	2	
Antequera	1.195	2	246	3	60	5	497	3	233	6	223	4	2.454	3	
Guadalteba	117	7	119	5	60	5	500	2	88	7	67	7	951	6	
NORORMA	131	6	92	6	0	7	0	7	363	4	138	5	724	7	
Serranía de Ronda	1.860	1	280	2	127	3	1.536	1	1.340	2	591	2	5.734	1	
Sierra de las Nieves	442	4	378	1	112	4	193	4	361	5	87	6	1.573	5	
Valle del Guadalhorce	351	5	236	4	193	2	185	5	596	3	268	3	1.829	4	
<b>Total</b>	<b>4.629</b>	<b>1</b>	<b>1.431</b>	<b>5</b>	<b>789</b>	<b>6</b>	<b>2.993</b>	<b>3</b>	<b>5.242</b>	<b>2</b>	<b>2.223</b>	<b>4</b>	<b>17.307</b>		
<b>Cuota</b>	<b>26,7%</b>		<b>8,3%</b>		<b>4,6%</b>		<b>17,3%</b>		<b>30,3%</b>		<b>12,8%</b>				

Fuente: Consejería de Turismo - R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y elaboración propia

(1) Cifra estimada

Fuente: Consejería de Turismo. R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia

En la comarca de la Axarquía, a diferencia de lo que sucede en la comarca antequerana, se observa una mayor homogeneidad en la distribución de la oferta turística comarcal. De esta forma destacan, tanto en número de establecimientos como en número de plazas, los municipios de Frigiliana, Competa, Periana, Alcaucín, Sayalonga y Canillas de Aceituno, con unos porcentajes entre el 6 y el 15 por ciento.

Otro dato a interesante a destacar de la Comarca de la Axarquía es que la totalidad de municipios que la integran, concretamente 27, disponen de oferta alojativa. Dicha oferta puede observarse en el cuadro que se adjunta.

Respecto al tipo de establecimiento, cabe señalar la importancia de las casas rurales en esta comarca con más de la mitad de la oferta, tanto en términos de establecimientos (64,5%) como de plazas (55,9%).

En segundo lugar nos encontramos con las viviendas turísticas de alojamiento rural que concentran el 29,0% de los establecimientos y el 21% en plazas. Los hoteles, pensiones, apartamentos y campamentos concentran conjuntamente sólo un 6,5 por ciento del total de establecimientos en toda la comarca y un 23,1 por ciento del total de plazas ofertadas.

Las características principales de los alojamientos son las siguientes:

1. La oferta hotelera es reducida, con 17 hoteles en toda la comarca (533 plazas). Por orden de importancia en plazas, dicha oferta se localiza en los municipios de Frigiliana, Periana, Cómpea, Colmenar, La Viñuela y Moclinejo. Por otra parte, cabe señalar que se trata de una oferta de calidad media en entornos rústicos, donde predominan las plazas en establecimientos en hoteles de tres estrellas, basadas en explotaciones familiares.

2. La oferta de alojamiento en pensiones es también escasa. Entre los municipios que poseen este tipo de alojamiento destacan Cómputa, Algarrobo, Árchez, Colmenar, Sedella e Iznate. Las categorías de las pensiones se concentran en una estrella (6 establecimientos).
3. Los apartamentos ubicados en la comarca llegan a un total de 8 establecimientos, en la que destacan los municipios de Algarrobo y Competa con 3 y 2 establecimientos respectivamente. Al igual que en las pensiones, los apartamentos poseen una categoría baja (1 llave).
4. En La Viñuela se localiza el único campamento existente en toda la comarca, con una capacidad para albergar a 82 personas y con una categoría de 2 estrellas.
5. La oferta de casas rurales es muy importante ya que alcanza la cifra de 325 establecimientos estimados con un total de 2.261 plazas, constituyendo la tipología más significativa en esta comarca, y de la que existe una distribución más homogénea en toda la comarca, con tan sólo un municipio sin representación. Podemos destacar por número de plazas ofertadas los municipios de Competa (12,3%), Periana (11%), Sayalonga (7,8%), Frigiliana (7,1%), Canillas de Aceituno (6,8%), Alcaucín (6,9%), Almáchar (5,9%) y Riogordo (5,6%).
6. La vivienda turística de alojamiento rural es la segunda tipología de establecimientos más importante en la comarca con un total de 146 viviendas y 849 plazas, pero no presenta la distribución territorial de las casas rurales. El municipio de Frigiliana alcanza las 70 viviendas turísticas de alojamiento rural siendo su peso del 41% del total de la comarca.

En términos relativos respecto a toda la comarca de interior de la provincia de Málaga, la comarca de la Axarquía ocupa el liderazgo en cuanto al número

de establecimientos, con el 39,4% de la oferta (504 establecimientos) disminuyendo el peso en el número de plazas con un 23,4% con un total de 4.042.

La Axarquía es la comarca con más casas rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural de toda la provincia.

COMARCA DE AXARQUIA					OFERTA ALOJATIVA 2004				TOTAL	CUOTA
ESTABLECIMIENTOS	HOTELES	PENSIONES	APARTAMENTOS	CAMPINGS	CASAS RURALES			VIV.TUR.ALOJ.RURAL	TOTAL	CUOTA
					RAT	COMERCIALIZADAS	ESTIMADAS			
Alcaucín	1	0	1	0	7	10	23	0	32	6,3%
Alfarnate	0	0	0	0	1	10	11	5	16	3,2%
Alfarnatejo	0	0	0	0	4	7	11	5	16	3,2%
Algarrobo	0	1	3	0	0	4	4	0	8	1,6%
Almáchar	0	0	1	0	2	13	15	0	16	3,2%
Archez	0	1	0	0	0	9	9	0	10	2,0%
Arenas	0	0	0	0	1	9	10	1	11	2,2%
Benamargosa	0	0	0	0	0	4	4	0	4	0,8%
Benamocarra	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0,2%
Borge (El)	1	0	0	0	10	9	19	3	23	4,6%
Canillas de Aceituno	0	0	0	0	1	21	22	8	30	6,0%
Canillas de Albaida	0	0	0	0	0	2	2	2	4	0,8%
Colmenar	2	1	0	0	3	3	6	1	10	2,0%
Comares	1	0	0	0	1	5	6	3	10	2,0%
Cómpeta	2	2	2	0	7	42	49	10	65	12,9%
Cútar	0	0	0	0	3	3	6	0	6	1,2%
Frigiliana	4	0	1	0	0	25	25	70	100	19,8%
Iznate	0	1	0	0	1	10	11	5	17	3,4%
Macharaviaya	1	0	0	0	1	0	1	0	2	0,4%
Moclínejo	1	0	0	0	0	1	1	0	2	0,4%
Periana	1	0	0	0	11	22	33	6	40	7,9%
Riogordo	1	0	0	0	1	13	14	2	17	3,4%
Satares	0	0	0	0	0	3	3	2	5	1,0%
Sayalonga	0	0	0	0	4	18	22	9	31	6,2%
Sedella	0	1	0	0	0	2	2	2	5	1,0%
Totalan	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0,2%
Villueta	1	0	0	1	1	12	13	7	22	4,4%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>62</b>	<b>263</b>	<b>325</b>	<b>146</b>	<b>504</b>	<b>100%</b>

PLAZAS	HOTELES	PENSIONES	APARTAMENTOS	CAMPINGS	CASAS RURALES			VIV.TUR.ALOJ.RURAL	TOTAL	CUOTA
					RAT	COMERCIALIZADAS	ESTIMADAS			
Alcaucín	13	0	25	0	52	104	156	30	224	5,5%
Alfarnate	0	0	0	0	10	91	101	40	141	3,5%
Alfarnatejo	0	0	0	0	33	61	94	46	140	3,5%
Algarrobo	0	17	118	0	0	14	14	0	149	3,7%
Almáchar	0	0	11	0	14	120	134	0	145	3,6%
Archez	0	10	0	0	0	60	60	0	70	1,7%
Arenas	0	0	0	0	8	62	70	8	78	1,9%
Benamargosa	0	0	0	0	0	28	28	0	28	0,7%
Benamocarra	18	0	0	0	0	0	0	0	18	0,4%
Borge (El)	11	0	0	0	60	46	106	22	139	3,4%
Canillas de Aceituno	0	0	0	0	4	149	153	45	198	4,9%
Canillas de Albaida	0	0	0	0	0	13	13	11	24	0,6%
Colmenar	47	12	0	0	26	21	47	6	112	2,8%
Comares	12	0	0	0	14	36	50	14	76	1,9%
Cómpeta	74	23	14	0	51	228	279	54	444	11,0%
Cútar	0	0	0	0	16	15	31	0	31	0,8%
Frigiliana	146	0	69	0	0	161	161	355	731	18,1%
Iznate	0	8	0	0	6	87	93	28	129	3,2%
Macharaviaya	14	0	0	0	7	0	7	0	21	0,5%
Moclínejo	24	0	0	0	0	5	5	0	29	0,7%
Periana	126	0	0	0	38	210	248	54	428	10,6%
Riogordo	22	0	0	0	12	115	127	25	174	4,3%
Satares	0	0	0	0	0	12	12	7	19	0,5%
Sayalonga	0	0	0	0	47	130	177	48	225	5,6%
Sedella	0	10	0	0	0	14	14	10	34	0,8%
Totalan	0	0	0	0	2	0	2	0	2	0,0%
Villueta	20	0	0	0	0	73	73	40	233	5,8%
<b>Total</b>	<b>533</b>	<b>80</b>	<b>237</b>	<b>82</b>	<b>406</b>	<b>1.855</b>	<b>2.261</b>	<b>849</b>	<b>4.042</b>	<b>100%</b>

Fuente: Consejería de Turismo. R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia

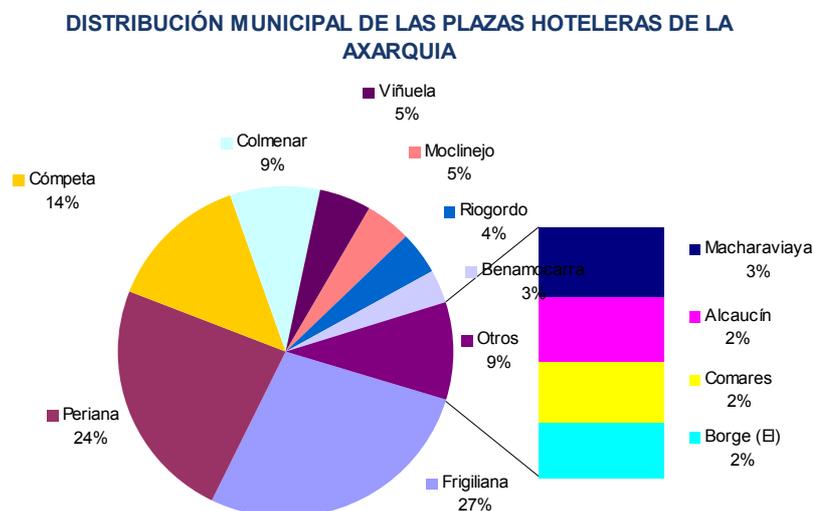
### 2.3.1. Hoteles

En el año 2004, y según los datos del RAT, en la Axarquía encontramos disponibles 17 hoteles que cuentan con un total de 533 plazas. El municipio de Frigiliana con 4 establecimientos, junto con Competa y Colmenar, que disponen de 2 hoteles cada uno, representan cerca del 7% de los establecimientos provinciales y casi el 50% del comarcal.

	HOTELES	% PROVINCIAL	PLAZAS	% PROVINCIAL
Frigiliana	4	3,42%	146	3,15%
Periana	1	0,85%	126	2,72%
Competa	2	1,71%	74	1,60%
Colmenar	2	1,71%	47	1,02%
Vinuela	1	0,85%	26	0,56%
Moclinejo	1	0,85%	24	0,52%
Riogordo	1	0,85%	22	0,48%
Benamocarra	1	0,85%	18	0,39%
Macharaviaya	1	0,85%	14	0,30%
Alcaucín	1	0,85%	13	0,28%
Comares	1	0,85%	12	0,26%
Borge (El)	1	0,85%	11	0,24%
	17	14,5%	533	11,5%

En mayor número de plazas en hoteles aparece en Frigiliana con un montante de 146 plazas que representan una cuota del 3,15% de la oferta provincial y más de la cuarta parte de la oferta comarcal.

En el siguiente gráfico podemos observar la distribución de la oferta hotelera de los municipios de Axarquía.



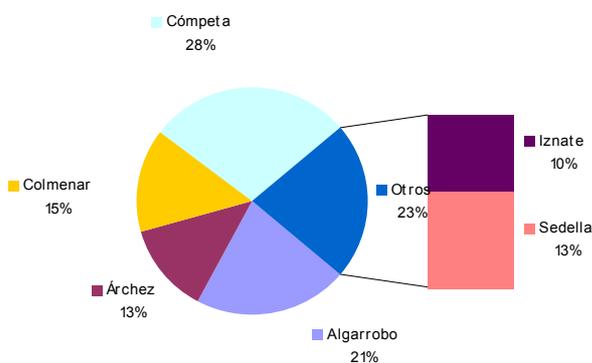
### 2.3.2. Pensiones

En la Axarquía se encuentran disponibles un total de 7 pensiones con 80 plazas, que representan el 9% de la oferta de pensiones del interior de provincia y el 5,5% de las plazas. La oferta de pensiones se encuentra distribuidas en seis municipios, cada uno con una, a excepción de Cómpeta con 2 pensiones y la máxima concentración de plazas de esta categoría en la Axarquía.

	PENSIONES	% PROVINCIAL	PLAZAS	% PROVINCIAL
Algarrobo	1	1,30%	17	1,19%
Archez	1	1,30%	10	0,70%
Colmenar	1	1,30%	12	0,84%
Cómpeta	2	2,60%	23	1,61%
Iznate	1	1,30%	8	0,56%
Sedella	1	1,30%	10	0,70%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>9,09%</b>	<b>80</b>	<b>5,59%</b>

En el siguiente gráfico podemos observar la distribución de las plazas de la oferta de pensiones de la Axarquía:

DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL DE LAS PLAZAS DE PENSIONES DE LA AXARQUIA



### 4.2.3. Apartamentos

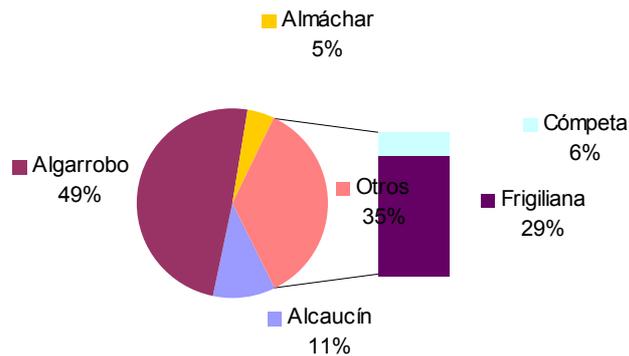
La Axarquía es la comarca del interior de la provincial de Málaga que lidera la oferta de apartamentos tanto en establecimientos como en plazas, con cerca de una tercera parte de la oferta del interior. Así nos encontramos con 8 apartamentos disponibles que cuentan con un total de 237 plazas distribuidas de la siguiente forma:

- Algarrobo con 3 apartamentos y 118 plazas (12% y 14,96% de la oferta provincial respectivamente);
- Casarabonela con 2 apartamento y 14 plazas (8% y 1,77% de la oferta provincial respectivamente);
- Frigiliana con 1 apartamento y 69 plazas (4% y 8,75% de la oferta provincial respectivamente).
- Alcaucín con 1 apartamento y 258plazas (4% y 3,17% de la oferta provincial respectivamente).
- Almachar con 1 apartamento y 11 plazas (4% y 1,39% de la oferta provincial respectivamente).

	APARTAMENTOS	% PROVINCIAL	PLAZAS	% PROVINCIAL
Alcaucín	1	4,00%	25	3,17%
Algarrobo	3	12,00%	118	14,96%
Almachar	1	4,00%	11	1,39%
Cómpeta	2	8,00%	14	1,77%
Frigiliana	1	4,00%	69	8,75%
	<b>8</b>	<b>32,00%</b>	<b>237</b>	<b>30,04%</b>

En el siguiente gráfico podemos apreciar la oferta de apartamentos en la zona de la Axarquía:

DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL DE LAS PLAZAS DE APARTAMENTOS DE LA AXARQUIA



### 2.3.4. Campings

En la Axarquía encontramos un camping disponible en el municipio de Viñuela que representa el 6,67% de la oferta de interior provincial. Este camping cuenta con 82 plazas, el 2,74% de la oferta provincial.

La oferta de plazas de camping representa el 2% de la oferta de esta comarca.

	CAMPING	% PROVINCIAL	PLAZAS	% PROVINCIAL
Viñuela	1	6,67%	82	2,74%

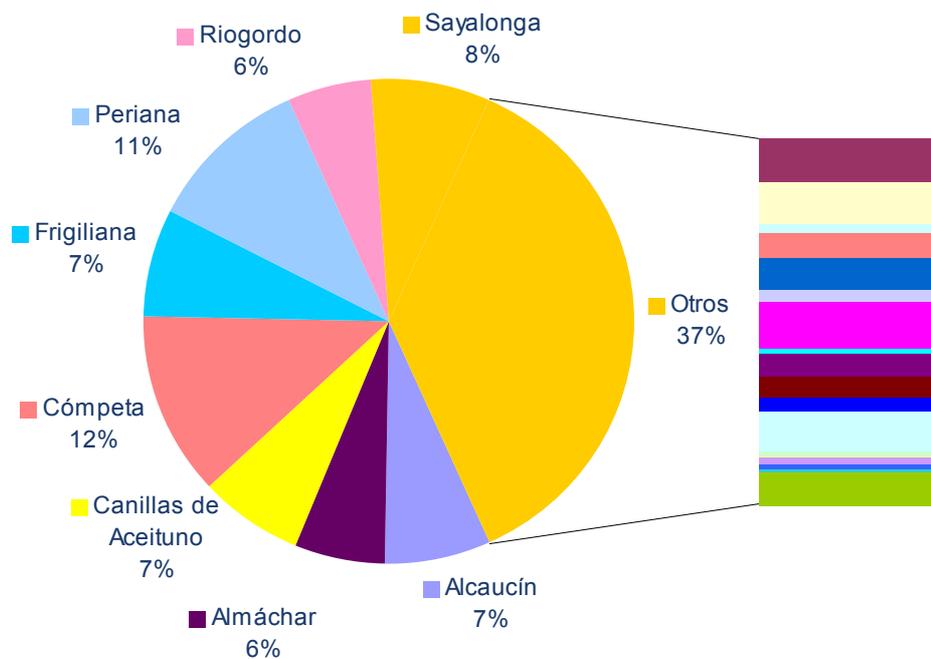
### 2.3.5. Casas Rurales

Según la estimación realizada, existen 235 casas rurales disponibles en la Axarquía que cuentan con un total de 2.261 plazas distribuidas, que representan el 47% de las casas provinciales y el 43% de las plazas de interior de Málaga.

Es importante señalar que de los 27 municipios que integran el interior de la Axarquía, todos a excepción de uno presentan oferta de alojamientos de esta tipología, la más importante en términos cuantitativos.

Competa junto a Periana, son los municipios que cuentan con mayor número de casas rurales, superando las 200 plazas de casas rurales (representando el 5,3% y el 4,7% de la oferta provincial respectivamente).

DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL DE LAS PLAZAS DE CASAS RURALES DE LA AXARQUIA



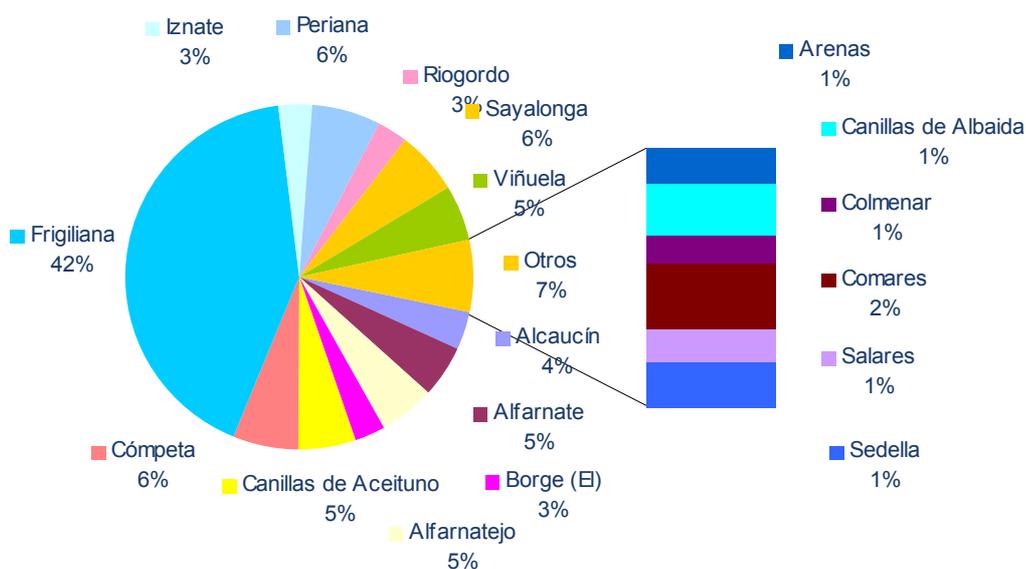
### 2.3.6. Viviendas Turísticas de Alojamiento

En la Comarca de la Axarquía podemos encontrar 146 viviendas turísticas con 849 plazas disponibles, lo que significa el 41% y el 38% de la oferta interior provincial. Frigiliana es el municipio que más viviendas turísticas tiene, 70 concretamente, y cuenta con un total de 355 plazas (16% de las plazas de las provincias). Le siguen a distancia por orden los municipios Competa y Periana, cada una con 54 plazas de viviendas, seguidos de Sayalonga con 9 viviendas y 48 plazas, Viñuela y Alfaratejo y Canillas de Aceituno con 7, 5 y 8 casas respectivamente, que presentan una oferta en plazas entorno a las 45 unidades.

Las dos terceras partes de los municipios que integran la Axarquía presentan oferta de Viviendas Turísticas de Alojamientos Rural, siendo esta la tipología más numerosa en esta comarca después de las Casas Rurales (21%).

En el siguiente gráfico se representan la cuota municipal sobre el total de plazas de viviendas turísticas de la Axarquía:

DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL DE LAS PLAZAS DE VIVINEDAS TURÍSTICAS DE LA AXARQUIA



## Capítulo 3.

# ANÁLISIS DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN

### 3. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN

En el presente capítulo tiene como objetivo mostrar la situación actual de la oferta gastronómica de restauración de la Axarquía, como sector básico para el desarrollo turístico de un destino.

Por ello, a continuación, se analiza la oferta de restaurantes y cafeterías de la provincia, actividades de obligada inscripción en el RAT - Registro de Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, a 1 de enero de 2005.

El capítulo se divide en tres apartados. En un primer bloque se analiza la oferta gastronómica provincial y comarcal, donde se incluyen las 7 comarcas de interior, así como la Costa del Sol Occidental, Oriental y la Ciudad de Málaga. En un segundo apartado se analiza la oferta de cada una de las comarcas, según actividad (Restaurantes y Cafeterías) y según categoría (De 1 a 5 Tenedores y de 1 a 3 Tazas). Y por último, se detalla la oferta de restauración que presenta la Axarquía según municipios, actividad y categoría de los establecimientos.

#### 3.1. Análisis de la Oferta Provincial por Comarcas

En la actualidad la provincia de Málaga presenta más de 3.000 establecimientos de restauración con capacidad para prácticamente 200.000 personas, repartidos entre restaurantes y cafeterías.

##### 3.1.1. Análisis de la distribución comarcal

Existe una clara y lógica distribución de la oferta en dos grupo, así nos encontramos con las comarcas del litoral integradas por la Costa del Sol Occidental, Málaga Ciudad y la Costa del Sol Oriental, las cuales concentran

más del 90% de los establecimientos de la provincia, cuota que desciende hasta el 86,34% cuando hablamos en términos de plazas.

En contrapartida, se sitúan las comarca del interior, concentrando cerca del 10% de los establecimientos y cerca del 14% de las plazas. A su vez, dentro de la comarca de interior, se distinguen 3 grupos claramente diferenciados, por un lado, Serranía de Ronda (84 establecimientos con 6.679 plazas) y Valle de Guadalhorce (65 establecimientos con 7.221 plazas), ambas con cuotas provinciales en términos de plazas superiores al 3%; seguida de Axarquía (62 establecimientos con 4.144 plazas) y Antequera (41 establecimientos con 4.748 plazas), ambas con cuotas provinciales en términos de plazas superiores al 2%; y por último, Guadalteba (0,55%), Nororma (1,065) y Sierra del Nieves (0,63%).

COMARCA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
COSTA DEL SOL OCCIDENTAL	1.910	62,83%	113.467	56,84%
CIUDAD	513	16,88%	39.500	19,79%
COSTA DEL SOL ORIENTAL	314	10,33%	19.380	9,71%
SERRANÍA DE RONDA	84	2,76%	6.679	3,35%
VALLE DEL GUADALHORCE	65	2,14%	7.221	3,62%
AXARQUÍA	62	2,04%	4.144	2,08%
ANTEQUERA	41	1,35%	4.748	2,38%
GUADALTEBA	18	0,59%	1.095	0,55%
NORORMA	17	0,56%	2.122	1,06%
SIERRA DE LAS NIEVES	16	0,53%	1.254	0,63%
<b>Total general</b>	<b>3.040</b>	<b>100,00%</b>	<b>199.610</b>	<b>100,00%</b>

### 3.1.2. Análisis de la restauración provincial según actividad

La actividad dominante es la de restaurante, concretamente suponen el 82,57% de los establecimientos, y el 17,43% restante son cafeterías. Dicha situación se extrema si analizamos la oferta en términos de plazas, alcanzado los restaurantes el 87,59%, y descendiendo las cafeterías hasta el 12,41%.

	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS
RESTAURANTE	2510	174842
CAFETERÍA	530	24768
<b>TOTAL</b>	<b>3040</b>	<b>199610</b>

Fuente: RAT - Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La oferta de cafeterías de la provincia de Málaga la integran 530 establecimientos con capacidad para 24.768 personas. Según categorías, el 90% de estas cafeterías están dadas de alta con la mínima categoría de 1 taza, seguida de la categoría de 2 tazas con el 7,74% de la oferta provincial; y por último la cafetería especial o de 3 tazas, que con tan sólo 4 establecimientos registrados en toda la provincia, representan el 0,75% de los establecimientos pero más del doble en plazas (1,68%).

ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
CAFETERÍA	CAFETERIA ESPECIAL (3 TAZAS)	4	0,75%	416	1,68%
	CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	41	7,74%	2.496	10,08%
	CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	485	91,51%	21.856	88,24%
	<b>Total CAFETERÍA</b>	<b>530</b>	<b>100,00%</b>	<b>24.768</b>	<b>100,00%</b>

La oferta de restaurantes de la provincia de Málaga la integran 2.510 establecimientos con capacidad para 174.842 personas.

Según categorías, la mitad de los restaurantes están dadas de alta con la mínima categoría denominada de Cuarta o 1 Tenedor, seguida de la categoría de 2 Tenedores o de Tercera con el 40% de la oferta provincial; a continuación se posiciona la categoría inmediatamente superior, concretamente la de Segunda o 3 Tenedores con el 8,17% de cuota provincial; y por último, se encuentran los restaurantes de Primera o 4 Tenedores, que con tan sólo 26 establecimientos registrados en toda la provincia, representan el 1,04% de los establecimientos pero superior en plazas (1,74%).

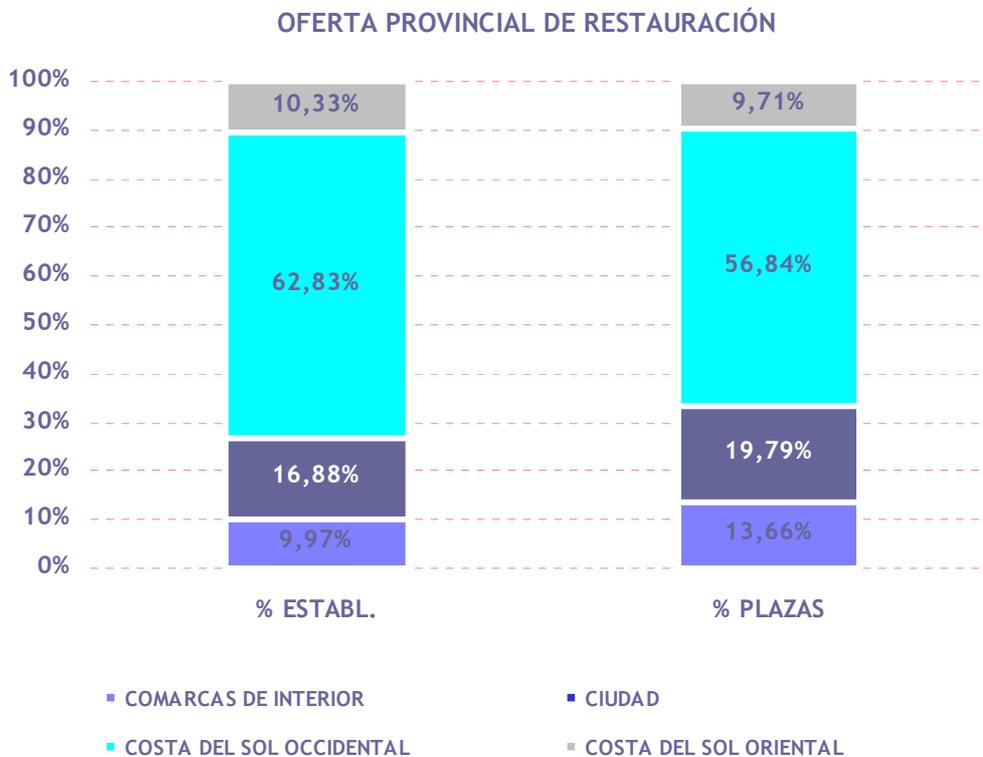
ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
RESTAURANTE	RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	1277	50,88%	81037	46,35%
	RESTAURANTE LUJO (5 TENEDORES)	1	0,04%	133	0,08%
	RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	26	1,04%	3037	1,74%
	RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	205	8,17%	14836	8,49%
	RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	1001	39,88%	75799	43,35%
<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>2.510</b>	<b>100,00%</b>	<b>174.842</b>	<b>100,00%</b>

La máxima categoría de restaurantes, denominada de Lujo o 5 Tenedores, tiene la representación mínima de un establecimiento.

### 3.2. Análisis de la Oferta Comarcal por Actividad y Categoría

#### 3.2.1. Costa del Sol Occidental

La Costa del Sol Occidental es la comarca líder de la provincia de Málaga en la oferta de restauración, concentrando más del 60% de los establecimientos, y más del 56% de las plazas.



Según tipo de actividad, los restaurantes representan el 80% de la oferta de la comarca y el 20% restante son cafeterías. En el contexto provincial, los restaurantes suponen aproximadamente el 50% de la oferta tanto en establecimiento como en plazas; y los cafeterías, representan el 12,34% de los locales y el 8,63% de las plazas de la provincia.

Es importante destacar que el único restaurantes registrado como de Lujo o de 5 Tenedores se encuentra en este litoral; y respecto a la oferta que

presenta en esta actividad la siguiente categoría denominada de Primera o de 4 Tenedores, concentra más de una cuarta parte de la oferta provincial.

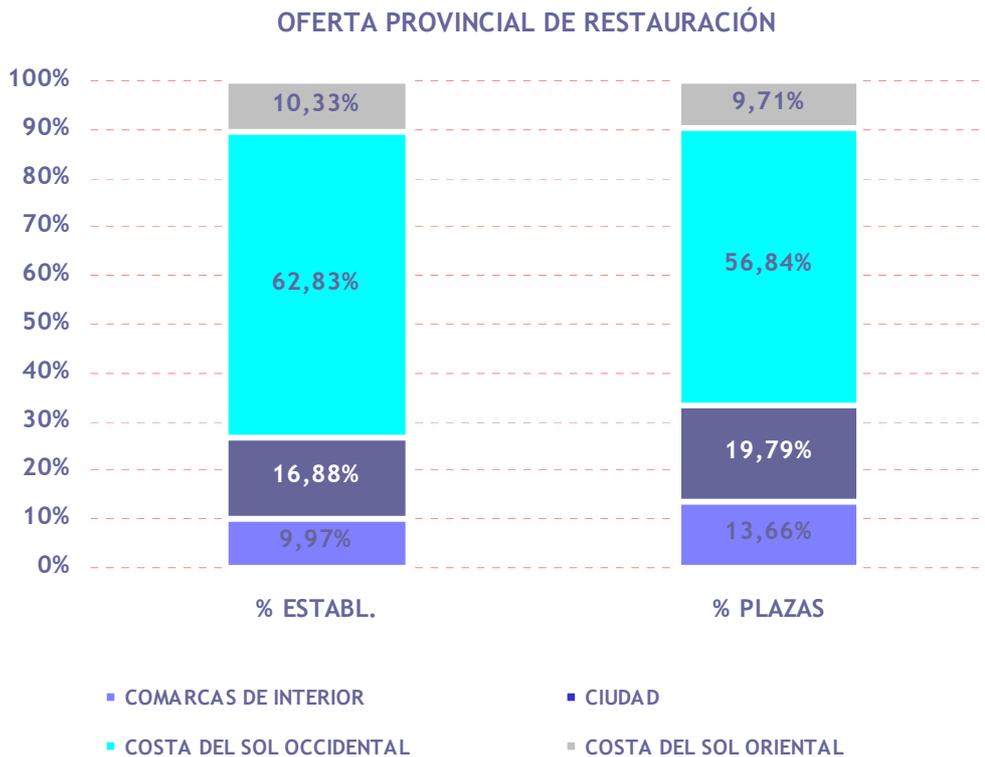
Respecto a las cafeterías, esta comarca oferta el 25% provincial de la máxima categoría de 3 tazas.

COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
<b>COSTA DEL SOL OCCIDENTAL</b>						
	<b>CAFETERÍA</b>					
		CAFETERIA ESPECIAL (3 TAZAS)	1	0,05%	155	0,14%
		CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	28	1,47%	1.634	1,44%
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	346	18,12%	15.441	13,61%
	<b>Total CAFETERÍA</b>		<b>375</b>	<b>19,63%</b>	<b>17.230</b>	<b>15,19%</b>
	<b>RESTAURANTE</b>					
		RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	681	35,65%	36.151	31,86%
		RESTAURANTE LUJO (5 TENEDORES)	1	0,05%	133	0,12%
		RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	7	0,37%	1.397	1,23%
		RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	148	7,75%	10.701	9,43%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	698	36,54%	47.855	42,18%
	<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>1.535</b>	<b>80,37%</b>	<b>96.237</b>	<b>84,81%</b>
<b>Total COSTA DEL SOL OCCIDENTAL</b>			<b>1.910</b>	<b>100,00%</b>	<b>113.467</b>	<b>100,00%</b>

A pesar de concentrar parte de la oferta de restauración de mayor calidad que presenta la provincia de Málaga, eso no le exime de que el mayor peso de la oferta del litoral occidental lo tengan las categorías más bajas. Los restaurantes de Cuarta y Tercera (1 y 2 Tenedores), aglutinan cerca del 90% de la oferta. Y respecto a las cafeterías, las de categorías de segunda o de 1 taza, representan el 92% de los establecimientos y el 90% de las plazas.

### 3.2.2. Málaga-Ciudad

Málaga - Ciudad es la segunda zona de mayor importancia en oferta de restauración en la provincia de Málaga, concentrando mas del 16% de los establecimientos, y cerca del 20% de las plazas.



Según tipo de actividad, los restaurantes representan el 81,5% de la oferta de la comarca y el 18,5% restante son cafeterías. En el contexto provincial, los restaurantes suponen aproximadamente el 14% de la oferta en establecimiento, aunque en plazas se incrementa hasta el 17,5%; y los cafeterías, representan el 3,1% de los locales y el 2,3% de las plazas de la provincia.

Por categoría, la oferta de restauración más representativa es la menor categoría, así los restaurante de 1 Tenedor tienen un cuota superior al 60% de la oferta de las Ciudad, seguido de la de 2 Tenedores con un 26% de la oferta. Las categorías superiores de 3 y 4 tenedores apenas superan conjuntamente el 4%, repartido entre un 3,31% y el 0,39% respectivamente. Sin embargo, la oferta de esta categoría en el contexto provincial, representa el 7,3% de los restaurantes de 3 Tenedores y el 8,3% de la oferta de 4 Tenedores.

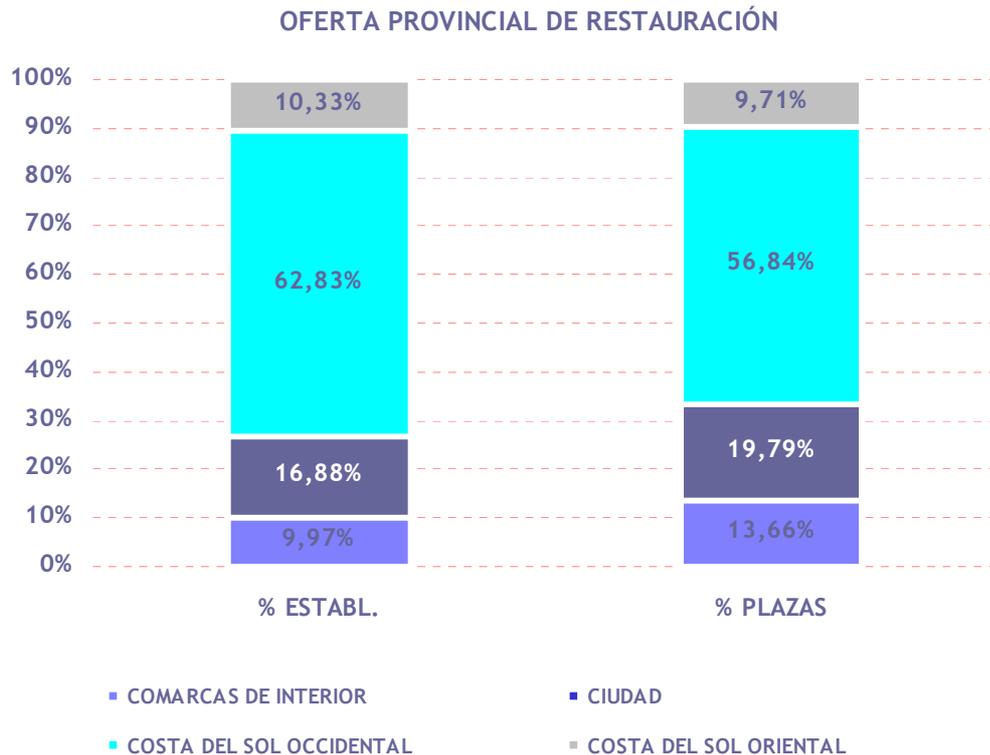
Respecto a las cafeterías, la ciudad de Málaga oferta el 75% provincial de la máxima categoría de 3 tazas.

COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
<b>CIUDAD</b>	<b>CAFETERIA</b>					
		CAFETERIA ESPECIAL (3 TAZAS)	3	0,58%	261	0,66%
		CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	8	1,56%	462	1,17%
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	84	16,37%	3956	10,02%
	<b>Total CAFETERIA</b>		<b>95</b>	<b>18,52%</b>	<b>4679</b>	<b>11,85%</b>
	<b>RESTAURANTE</b>					
		RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	270	52,63%	20496	51,89%
		RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	2	0,39%	491	1,24%
		RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	17	3,31%	1601	4,05%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	129	25,15%	12233	30,97%
	<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>418</b>	<b>81,48%</b>	<b>34821</b>	<b>88,15%</b>
<b>Total CIUDAD</b>			<b>513</b>	<b>100,00%</b>	<b>39500</b>	<b>100,00%</b>

A pesar de concentrar parte de la oferta de restauración de mayor calidad que presenta la provincia de Málaga, eso no le exime de que el mayor peso de la oferta de la ciudad de Málaga lo tengan las categorías más bajas. Los restaurantes de Cuarta y Tercera (1 y 2 Tenedores), aglutinan cerca del 96% de la oferta. Y respecto a las cafeterías, las de categorías de segunda o de 1 taza, representan el 88% de los establecimientos y el 85% de las plazas.

### 3.2.3. Costa del Sol Oriental

La Costa del Sol Oriental es la tercera comarca líder de la provincia de Málaga en la oferta de restauración, concentrando alrededor del 10% de los establecimientos y plazas de la provincia.



Según tipo de actividad, los restaurantes representan el 85% de la oferta de la comarca y el 15% restante son cafeterías. En el contexto provincial, los restaurantes suponen aproximadamente el 9% de la oferta tanto en establecimiento como en plazas; y los cafeterías, representan el 1,48% de los locales y el escaso 1% de las plazas de la provincia.

Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo); siendo las categorías más representativas en ambas actividades las más bajas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores (50% y 34%, respectivamente); y entre las cafeterías las de Segunda (91%). Los restaurantes de 3 Tenedores representan el 11% de la oferta de esta actividad en este litoral, y el de 4 Tenedores un escaso 6%.

COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
<b>COSTA DEL SOL ORIENTAL</b>						
	<b>CAFETERÍA</b>					
		CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	4	1,27%	400	2,06%
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	41	13,06%	1.558	8,04%
	<b>Total CAFETERÍA</b>		<b>45</b>	<b>14,33%</b>	<b>1.958</b>	<b>10,10%</b>
	<b>RESTAURANTE</b>					
		RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	133	42,36%	9.620	49,64%
		RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	15	4,78%	1.028	5,30%
		RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	30	9,55%	1.670	8,62%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	91	28,98%	5.104	26,34%
	<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>269</b>	<b>85,67%</b>	<b>17.422</b>	<b>89,90%</b>
<b>Total COSTA DEL SOL ORIENTAL</b>			<b>314</b>	<b>100,00%</b>	<b>19.380</b>	<b>100,00%</b>
<b>Total general</b>			<b>314</b>	<b>100,00%</b>	<b>19.380</b>	<b>100,00%</b>

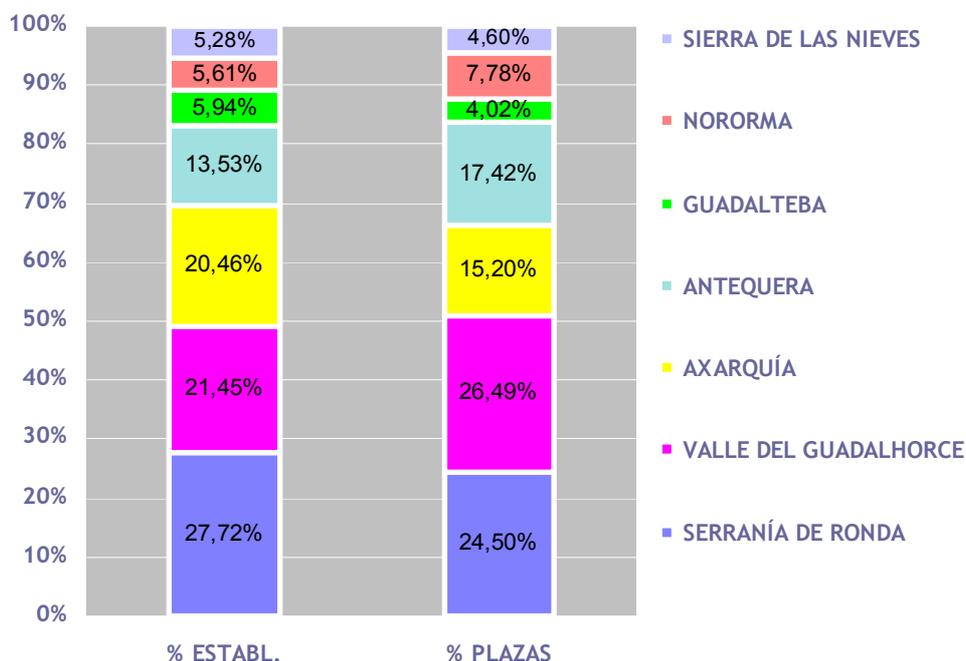
Es importante destacar que la oferta de restaurantes de 4 y 3 Tenedores (Primera y Segunda) del litoral oriental, aglutinan cerca del 57,7% y el 14,6% respectivamente de la oferta de establecimientos de esta categoría en el contexto provincial. Y respecto a las cafeterías, las de categorías de segunda y primera, representan el 10% y 8% de los establecimientos provinciales en cada de esta categorías.

### 3.2.4 . Comarcas de Interior

El análisis de cada una de las comarca de interior las realizamos en función de la oferta de interior, que seria su contexto más lógico. Aún así, es importante destacar que la oferta de restauración de todo el interior de la provincia representa conjuntamente el 9,97% de los establecimientos y el 13,16% de las plazas de restauración de Málaga.

#### 3.2.4.1. Serranía de Ronda

La Serranía de Ronda es la comarca de interior líder, concentrando cerca del 28% de los establecimientos (84) y el 25% de las plazas de restaurantes (cerca de 6.679 plazas).



Según tipo de actividad, los restaurantes representan el 96% de la oferta de la comarca y el 4% restante son cafeterías. En el contexto global del interior provincial, los restaurantes suponen alrededor de una cuarta parte de la oferta tanto en establecimiento como en plazas; y los cafeterías, representan el 1% de los locales y el 0,6% de las plazas del interior de la provincia.

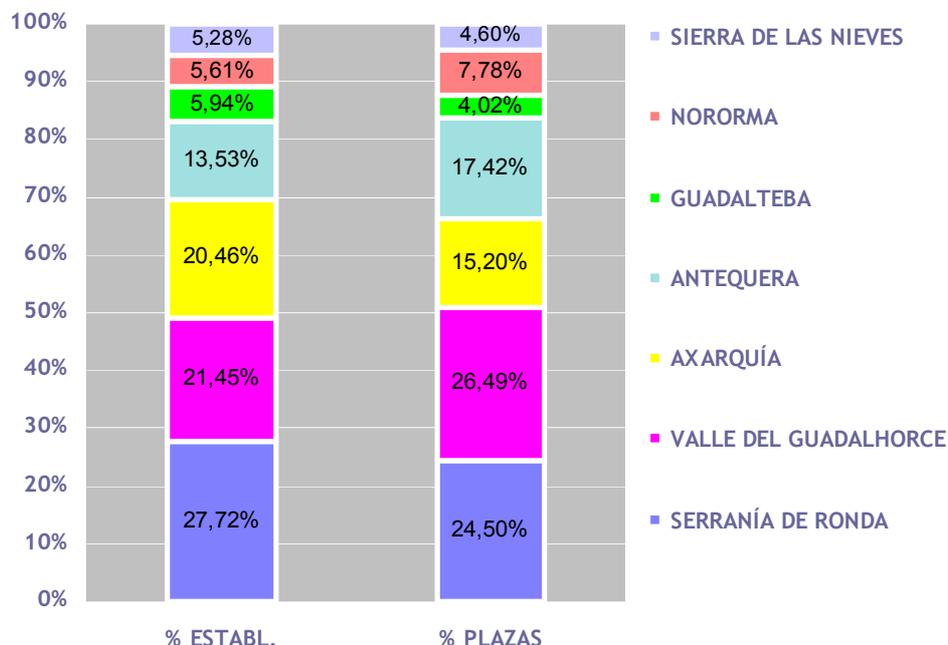
Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.

COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
<b>SERRANÍA DE RONDA</b>						
	<b>CAFETERÍA</b>					
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	3	3,57%	164	2,46%
	<b>Total CAFETERÍA</b>		3	3,57%	164	2,46%
	<b>RESTAURANTE</b>					
		RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	50	59,52%	3286	49,20%
		RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	1	1,19%	105	1,57%
		RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	4	4,76%	449	6,72%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	26	30,95%	2675	40,05%
	<b>Total RESTAURANTE</b>		81	96,43%	6515	97,54%
<b>Total SERRANÍA DE RONDA</b>			84	100,00%	6679	100,00%
<b>Total general</b>			84	100,00%	6679	100,00%

Las categorías más representativas en ambas actividades son las más bajas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores (62% y 32%, respectivamente); y entre las cafeterías las de Segunda, con 3 establecimientos, representan la totalidad de esta actividad (100%). Los restaurantes de 3 Tenedores representan el 5% de la oferta de esta comarca, y el de 4 Tenedores un escaso 1%.

### 3.2.4.2. Valle del Guadalhorce

El Valle del Guadalhorce, con 65 establecimientos con capacidad de 7.226 plazas, es la segunda comarca de interior en volumen de oferta de restauración, entre cafeterías y restaurantes. Esta oferta le otorga al Guadalhorce más de un 20% de la oferta de establecimientos del interior de la provincia, y más de un 25% de las plazas de restauración.



Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.

Tanto en el contexto de interior como en el del Guadalhorce, las categorías más representativas en ambas actividades son las más bajas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores (62% y 37%, respectivamente); y entre las cafeterías las de Segunda, con 4 establecimientos, representan la mayoría de esta actividad (80%).

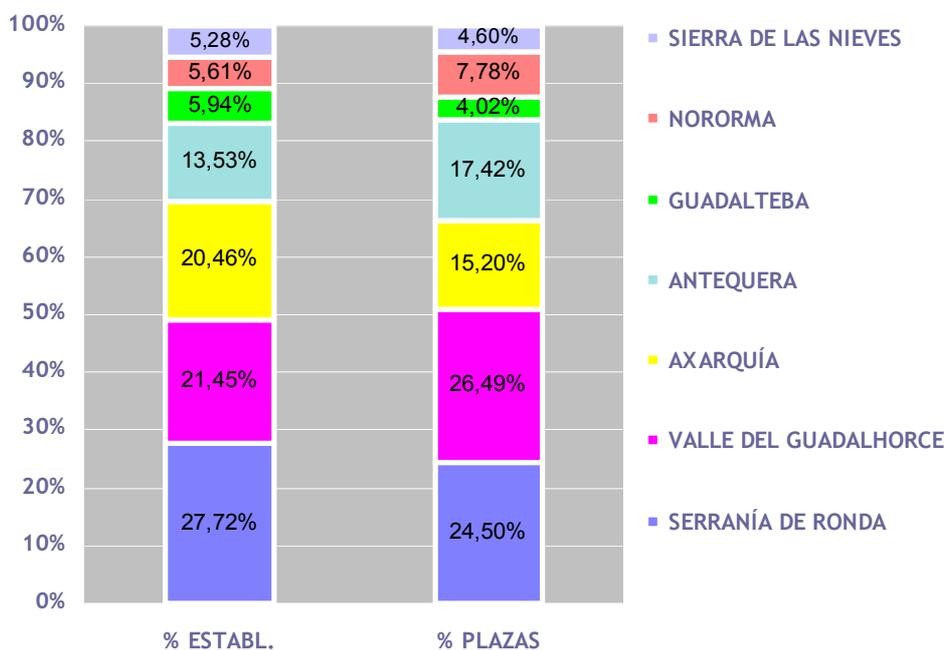
COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS	
VALLE DEL GUADALHORCE	CAFETERÍA	CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	1	1,54%	0	0,00%	
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	4	6,15%	311	4,31%	
		<b>Total CAFETERÍA</b>	<b>5</b>	<b>7,69%</b>	<b>311</b>	<b>4,31%</b>	
		RESTAURANTE	RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	37	56,92%	2636	36,50%
			RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	1	1,54%	150	2,08%
	RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)		22	33,85%	4124	57,11%	
	<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>60</b>	<b>92,31%</b>	<b>6910</b>	<b>95,69%</b>	
	<b>Total VALLE DEL GUADALHORCE</b>		<b>65</b>	<b>100,00%</b>	<b>7221</b>	<b>100,00%</b>	
	<b>Total general</b>		<b>65</b>	<b>100,00%</b>	<b>7221</b>	<b>100,00%</b>	

Es importante destacar que la oferta de restaurantes de 1 y 2 Tenedores (Cuarta y Tercera) del Valle del Guadalhorce, aglutinan el 20% y el 26% respectivamente de la oferta de establecimientos de esta categoría en el contexto de interior de la provincia. Y respecto a las cafeterías, las de categorías de segunda o de 1 taza, representan el 28,57% de los establecimientos de interior de la provincia en esta categoría, primera comarca en oferta de esta categoría junto con la Axarquía

### 3.2.4.3. Axarquía

La Axarquía, con 62 establecimientos con capacidad de 4.144 plazas, es la tercera comarca de interior en volumen de oferta de restauración, entre cafeterías y restaurantes. Esta oferta le otorga a la Axarquía más de un 20% de la oferta de establecimientos del interior de la provincia, y más de un 15% de la oferta en plazas de restauración.

Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.



En la Axarquía, tal y como sucede en el resto de comarcas de interior analizadas, las categorías más representativas en ambas actividades son las más bajas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores (67% y 22%, respectivamente); y entre las cafeterías las de Segunda, con 4 establecimientos, representan la totalidad de esta actividad (100%). Las categorías de primera y segunda de la oferta de restauración de la Axarquía representa el 2% y 9% respectivamente.

COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
AXARQUÍA	CAFETERÍA	CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	4	6,45%	278	6,71%
		<b>Total CAFETERIA</b>	<b>4</b>	<b>6,45%</b>	<b>278</b>	<b>6,71%</b>
	RESTAURANTE	RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	39	62,90%	2957	71,36%
		RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	1	1,61%	16	0,39%
		RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	5	8,06%	265	6,39%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	13	20,97%	628	15,15%
		<b>Total RESTAURANTE</b>	<b>58</b>	<b>93,55%</b>	<b>3866</b>	<b>93,29%</b>
	<b>Total AXARQUÍA</b>		<b>62</b>	<b>100,00%</b>	<b>4144</b>	<b>100,00%</b>
	<b>Total general</b>		<b>62</b>	<b>100,00%</b>	<b>4144</b>	<b>100,00%</b>

Es importante destacar que la oferta de restaurantes de 3 y 4 Tenedores (Segunda y Primera) de la Axarquía, con 5 y 1 establecimiento

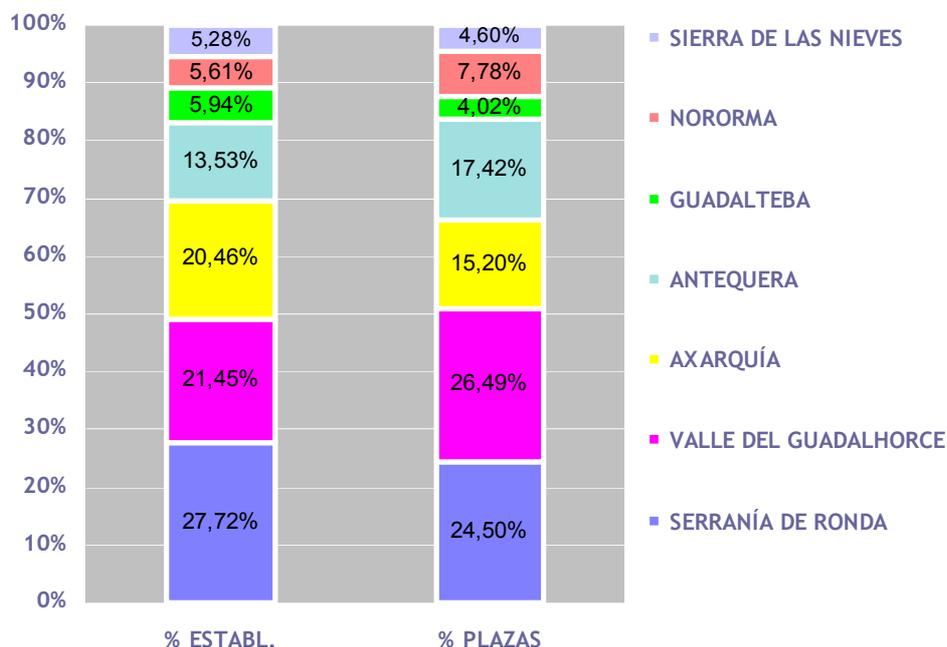
respectivamente, aglutinan el 50% cada uno de ellos de la oferta de establecimientos de esta categoría en el contexto de interior de la provincia. Y respecto a las cafeterías, las de categorías de segunda o de 1 taza, representan el 28,57% de los establecimientos de interior de la provincia en esta categoría, primera comarca en oferta de esta categoría junto con el Valle del Guadalhorce.

### 3.2.4.4. Antequera

Antequera, con 41 establecimientos con capacidad de 4.748 plazas, es la cuarta comarca de interior en volumen de oferta de restauración, en términos de establecimientos, entre cafeterías y restaurantes. Esta oferta le otorga a Antequera aproximadamente un 14% de la oferta de establecimientos del interior de la provincia, y más de un 17% de las plazas de restauración, superior a la Axarquía.

En Antequera, tal y como sucede en el resto de comarcas de interior analizadas, las categorías más representativas en ambas actividades son las más bajas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores (62% y 38%, respectivamente); y entre las cafeterías las de Segunda, con 2 establecimientos, representan la totalidad de esta actividad (100%).

Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.



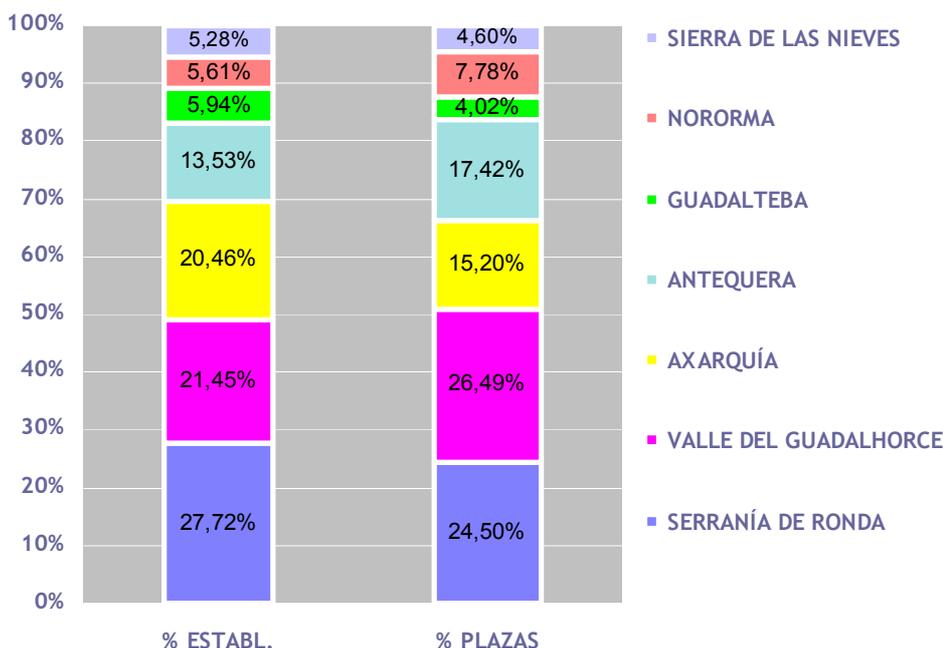
COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
ANTEQUERA	<b>CAFETERÍA</b>					
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	2	4,88%	115	2,42%
	<b>Total CAFETERÍA</b>		<b>2</b>	<b>4,88%</b>	<b>115</b>	<b>2,42%</b>
	<b>RESTAURANTE</b>					
		RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	24	58,54%	2255	47,49%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	15	36,59%	2378	50,08%
<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>39</b>	<b>95,12%</b>	<b>4633</b>	<b>97,58%</b>	
<b>Total ANTEQUERA</b>			<b>41</b>	<b>100,00%</b>	<b>4748</b>	<b>100,00%</b>
<b>Total general</b>			<b>41</b>	<b>100,00%</b>	<b>4748</b>	<b>100,00%</b>

Es importante señalar que la oferta de restaurantes de 1 y 2 Tenedores (Tercera y Cuarta) de la Antequera, con 24 y 15 establecimiento respectivamente, aglutinan el 12,4% y el 18,07% respectivamente de la oferta de establecimientos de estas categorías en el contexto de interior de la provincia. Y respecto a las cafeterías, las de categorías de segunda o de 1 taza, representan el 14,29% de los establecimientos de interior de la provincia en esta categoría.

### 3.2.4.5. Gualdateba

Guadalteba, con 18 establecimientos y capacidad de 1.095 plazas, es la quinta comarca de interior en volumen de oferta de restauración, en términos de establecimientos, en su totalidad restaurantes. Esta oferta le otorga a Gualdateba aproximadamente un 6% de la oferta de establecimientos del interior de la provincia, y más de un 4% de la oferta en plazas de restauración.

Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.



La comarca de Guadalteba no dispone en la actualidad de oferta alguna de cafeterías; y respecto a los restaurantes, los existentes son de las categorías mas bajas, tal y como sucede en el resto de comarcas de interior analizadas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores, se reparten en un 83% y 17%, respectivamente en términos de establecimiento, y similares cuotas en términos de plazas.

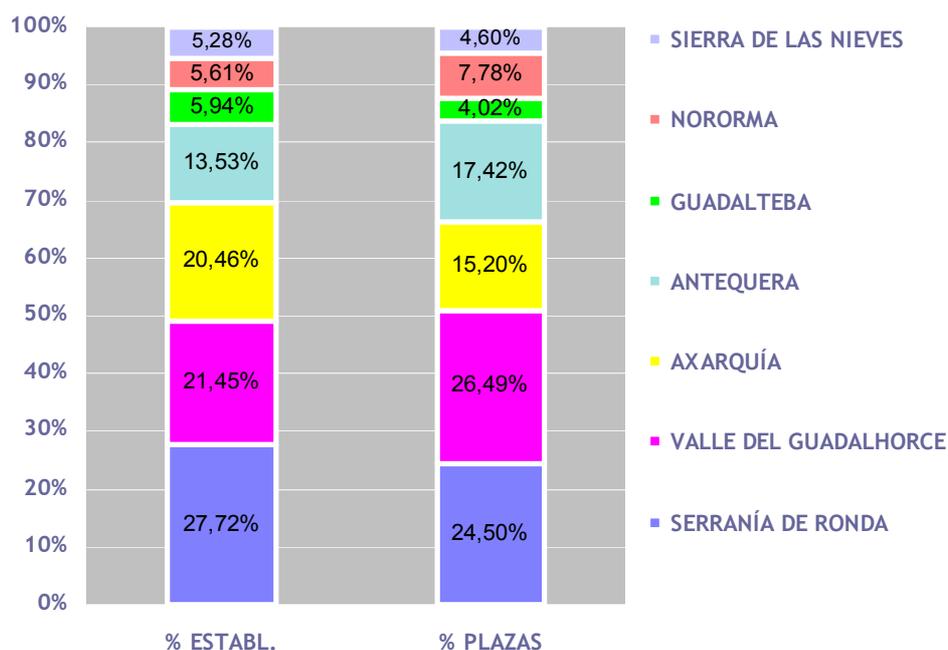
COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
GUADALTEBA	RESTAURANTE	RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	15	83,33%	897	81,92%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	3	16,67%	198	18,08%
		<b>Total RESTAURANTE</b>	<b>18</b>	<b>100,00%</b>	<b>1095</b>	<b>100,00%</b>
	<b>Total GUADALTEBA</b>		<b>18</b>	<b>100,00%</b>	<b>1095</b>	<b>100,00%</b>

Es importante destacar que la oferta de restaurantes de 1 y 2 Tenedores (Tercera y Cuarta) de la Axarquía, con 15 y 3 establecimiento respectivamente, aglutinan el 8% y el 3,6% respectivamente de la oferta de establecimientos de estas categorías en el contexto de interior de la provincia.

### 3.2.4.6. Nororma

Nororma, con 17 establecimientos y capacidad de 2.122 plazas, es la sexta comarca de interior en volumen de oferta de restauración, en términos de establecimientos, en su totalidad restaurantes. Esta oferta le otorga a Gualdateba aproximadamente un 5,61% de la oferta de establecimientos del interior de la provincia, y incrementándose en más de un 7% en términos de plazas de restauración.

Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.



La comarca de Nororma no dispone en la actualidad de oferta alguna de cafeterías; y respecto a los restaurantes, los existentes son de las categorías mas bajas, tal y como sucede en el resto de comarcas de interior analizadas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores, se reparten en un 82% y 18%, respectivamente en términos de establecimiento, que se distribuyen en un 74% y un 26% en términos de plazas.

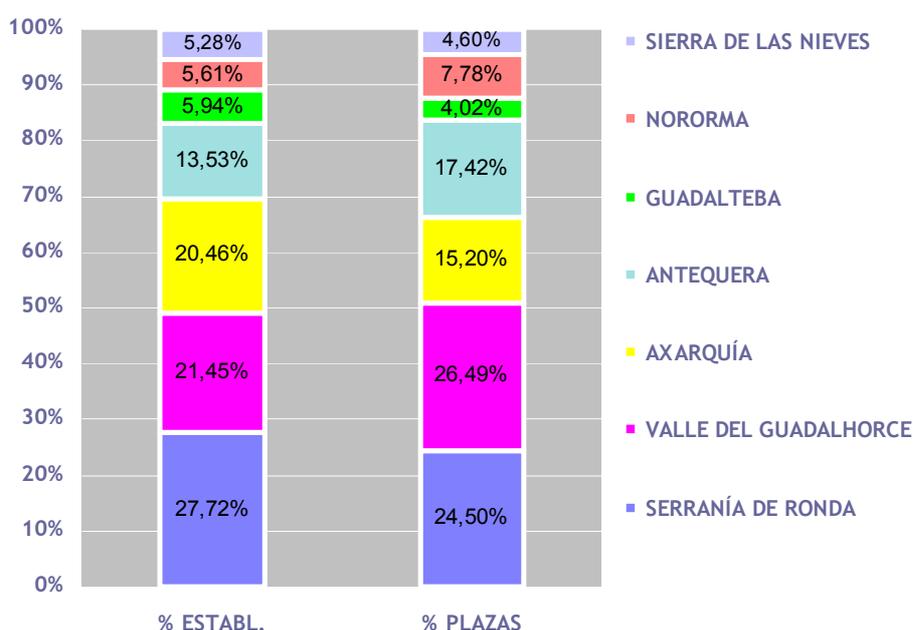
COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
NORORMA	RESTAURANTE	RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	14	82,35%	1578	74,36%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	3	17,65%	544	25,64%
		<b>Total RESTAURANTE</b>	<b>17</b>	<b>100,00%</b>	<b>2122</b>	<b>100,00%</b>
		<b>Total NORORMA</b>	<b>17</b>	<b>100,00%</b>	<b>2122</b>	<b>100,00%</b>

Es importante destacar que la oferta de restaurantes de 1 y 2 Tenedores (Tercera y Cuarta) de la Nororma, con 14 y 3 establecimiento respectivamente, aglutinan el 7,25% y el 3,6% respectivamente de la oferta de establecimientos de estas categorías en el contexto de interior de la provincia.

### 3.2.4.7. Sierra de las Nieves

Sierra de las Nieves, con 16 establecimientos y capacidad de 1.254 plazas, es la última comarca de interior en volumen de oferta de restauración, en términos de establecimientos. Esta oferta le otorga a Sierra de las Nieves aproximadamente un 5,28% de la oferta de establecimientos del interior de la provincia, y más de un 4% de la oferta en plazas de restauración.

Destacar la ausencia de oferta de máxima categoría tanto de cafeterías (Especial) como de Restaurantes (Lujo) en todo el interior de la provincia.



En Sierra de las Nieves, tal y como sucede en el resto de comarcas de interior analizadas, las categorías más representativas en ambas actividades son las más bajas, Restaurantes de 1 y 2 Tenedores, se reparten en un 93% y 7%, respectivamente en términos de establecimiento, y 95% y 5% en términos de plazas. La oferta de cafetería de esta comarca se limita a un establecimiento de segunda, que le otorga un peso dentro de la comarca del 6,25% y un 2,63% en términos de establecimiento y plazas respectivamente.

COMARCA	ACTIVIDAD	CATEGORIA	Nº ESTABL.	% ESTABL.	Nº PLAZAS	% PLAZAS
<b>SIERRA DE LAS NIEVES</b>						
	<b>CAFETERÍA</b>					
		CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	1	6,25%	33	2,63%
	<b>Total CAFETERÍA</b>		<b>1</b>	<b>6,25%</b>	<b>33</b>	<b>2,63%</b>
	<b>RESTAURANTE</b>					
		RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	14	87,50%	1161	92,58%
		RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	1	6,25%	60	4,78%
	<b>Total RESTAURANTE</b>		<b>15</b>	<b>93,75%</b>	<b>1221</b>	<b>97,37%</b>
<b>Total SIERRA DE LAS NIEVES</b>			<b>16</b>	<b>100,00%</b>	<b>1254</b>	<b>100,00%</b>

Es importante destacar que la oferta de restaurantes de 1 y 2 Tenedores (Tercera y Cuarta) de la Sierra de las Nieves, con 14 y 1 establecimiento respectivamente, aglutinan el 7,25% y el 1,2% respectivamente de la oferta de establecimientos de estas categorías en el contexto de interior de la provincia.

### 3.3. Análisis de la Oferta de Restauración de la Axarquía

Es importante recordar que tal y como ya se ha expuesto en el primer apartado del capítulo, la Axarquía es la tercera comarca de las siete del interior en número de establecimientos de restauración, y la cuarta en número de plazas.

Otro dato relevante que presenta la oferta de restauración de la Axarquía, es la importante cuota de la oferta de las categorías primera, segunda y cuarta en relación con el resto de comarcas de interior. De hecho, la Axarquía lidera junto con la Serranía de Ronda, la oferta de restaurantes de Primera, cada una con la representación mínima; lidera la categoría de Segunda con 5 establecimientos; y por último, respecto a los restaurantes de cuarta con 39, ocupa la segunda posición tras la Serranía de Ronda.

La comarca de la Axarquía presenta 62 establecimientos de restauración con capacidad para 4.144 personas. Según actividad, los registrados en el RAT como restaurantes representan el 93,55% de la oferta de establecimientos (58) y el 6,45% son cafeterías (4).

Los restaurantes de máxima categoría establecidos en la Axarquía son de 4 y 3 Tenedores, y representan respectivamente el 1,61% y 8,06% de la oferta de establecimientos de la comarca; cuota que desciende en términos de plazas, alcanzando conjuntamente una participación del 6,78%. La categoría más representativa es la de 1 Tenedor, representando el 62,9% de la oferta de restauración comarcal y el 71% de las plazas. Esto es indicativo de que a mayor categoría menos capacidad en número de plazas y viceversa.

Las 4 cafeterías registradas como tales en el RAT y ubicadas en la Axarquía son de la categoría mínima de 1 taza, y están distribuidas en 4 municipios, Competa, Algarrobo, Frigiliana e Iznate.

Respecto a la distribución municipal de la oferta de restaurantes, nos encontramos que la oferta registrada de máxima categoría (Primera y Segunda) están concentrados en dos municipios; Colmenar con el único restaurante de Primera de la Axarquía con capacidad para 16 personas, y

Algarrobo que oferta los únicos 5 restaurantes de Segunda con capacidad conjunta para 265 personas.

Del resto de categorías, vuelve a ser Algarrobo el municipio que lidera la oferta, concentrando más del 50% de los 13 restaurantes de Tercera y el 28,2% de la oferta de restaurantes de Cuarta.

MUNICIPIO	NUMERO DE ESTABL.	NUMERO DE PLAZAS
ALGARROBO	24	1095
COLMENAR	7	856
COMPETA	6	464
FRIGILIANA	5	228
ALFARNATE	3	170
SAYALONGA	2	129
PERIANA	2	234
ALMACHAR	2	190
ALCAUCIN	2	202
CANILLAS DE ALBAIDA	2	125
ARCHEZ	2	100
BENAMARGOSA	1	96
COMARES	1	30
BORGE (EL)	1	70
IZNATE	1	60
BENAMOCARRA	1	95
<b>Total general</b>	<b>62</b>	<b>4144</b>

Todo ello hace que Algarrobo sea el municipio líder en restauración en cualquiera de sus actividades y categorías; ofertando cerca del 40% de los establecimientos. Le sigue Colmenar con más del 10% y Competa con aproximadamente el 10%. El resto de municipios no superan los 5 establecimientos.

Destacar que en el 60% de los municipios (16 sobre un total de 27) presentan oferta de restauración de las actividades registradas en el RAT; y el 40% restante no presenta oferta alguna.

ACTIVIDAD	CATEGORIA	MUNICIPIO	NUMERO DE ESTABL.	% ESTABL.	NUMERO DE PLAZAS	% PLAZAS	
<b>RESTAURANTE</b>	<b>RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)</b>						
		ALCAUCIN	1	1,61%	124	2,99%	
		ALFARNATE	2	3,23%	120	2,90%	
		ALGARROBO	11	17,74%	446	10,76%	
		ALMACHAR	2	3,23%	190	4,58%	
		ARCHEZ	1	1,61%	52	1,25%	
		BENAMARGOSA	1	1,61%	96	2,32%	
		BENAMOCARRA	1	1,61%	95	2,29%	
		BORGE (EL)	1	1,61%	70	1,69%	
		CANILLAS DE ALBAIDA	2	3,23%	125	3,02%	
		COLMENAR	6	9,68%	840	20,27%	
		COMARES	1	1,61%	30	0,72%	
		COMPETA	4	6,45%	326	7,87%	
		FRIGILIANA	2	3,23%	80	1,93%	
		PERIANA	2	3,23%	234	5,65%	
		SAYALONGA	2	3,23%	129	3,11%	
		<b>Total RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)</b>		<b>39</b>	<b>62,90%</b>	<b>2957</b>	<b>71,36%</b>
		<b>RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)</b>					
			COLMENAR	1	1,61%	16	0,39%
		<b>Total RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)</b>		<b>1</b>	<b>1,61%</b>	<b>16</b>	<b>0,39%</b>
	<b>RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)</b>						
		ALGARROBO	5	8,06%	265	6,39%	
	<b>Total RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)</b>		<b>5</b>	<b>8,06%</b>	<b>265</b>	<b>6,39%</b>	
	<b>RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)</b>						
		ALCAUCIN	1	1,61%	78	1,88%	
		ALFARNATE	1	1,61%	50	1,21%	
		ALGARROBO	7	11,29%	320	7,72%	
		ARCHEZ	1	1,61%	48	1,16%	
		COMPETA	1	1,61%	50	1,21%	
		FRIGILIANA	2	3,23%	82	1,98%	
	<b>Total RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)</b>		<b>13</b>	<b>20,97%</b>	<b>628</b>	<b>15,15%</b>	
<b>CAFETERÍA</b>	<b>CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)</b>						
		ALGARROBO	1	1,61%	64	1,54%	
		COMPETA	1	1,61%	88	2,12%	
		FRIGILIANA	1	1,61%	66	1,59%	
		IZNATE	1	1,61%	60	1,45%	
	<b>Total CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)</b>		<b>4</b>	<b>6,45%</b>	<b>278</b>	<b>6,71%</b>	
<b>Total general</b>			<b>62</b>	<b>100,00%</b>	<b>4144</b>	<b>100,00%</b>	

## Capítulo 4.

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

## 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El conocimiento de la actividad turística de un destino pasa, en su sentido más amplio, por el análisis de los diferentes componentes que interactúan en la misma, debido a la actividad económica que encierra. Entre estos componentes se encuentra la demanda, compuesta en este caso por aquellos turistas (en el supuesto de la demanda real) que visitan la zona turística en cuestión en un momento determinado.

### **4.1. Evolución de la demanda de interior de la Provincia de Málaga en el período 2000-2004.**

El objetivo de este epígrafe no es realizar un análisis exhaustivo de las características de la demanda de los turistas que visitan el interior de la Provincia de Málaga, sino intentar detectar los cambios experimentados en el perfil de los mismos. Para ello se van a comparar los datos obtenidos en el presente estudio con los derivados del trabajo realizado en 2000 denominado “Estudio de Interior de la Provincia de Málaga”.

Se trata, por tanto, de dar una visión global del turista de interior, estudiando las modificaciones que experimentan las principales variables que determinan el perfil del mismo, y por tanto, condicionan los aspectos de la demanda.

El turista que llegaba a los municipios de interior de Málaga en el año 2000, se podía definir como un trabajador cualificado o profesional liberal con una edad media de 41,49 años, que, residiendo en la provincia de Málaga, viajaba por motivo de ocio y descanso, organizando por su cuenta su viaje con una estancia media de 3,9 días de duración en un municipio, que visitaba por

primera o segunda vez, atraído por la tranquilidad y el paisaje de la zona. Gustaba de informarse del destino antes del viaje y para ello recurría a la opinión de amigos, utilizando para su traslado su propio vehículo y prefiriendo para su alojamiento los campings y vivienda propia.

En su viaje turístico realizaba un gasto diario medio en torno a las 33 € por persona, dentro del cual incluía la intención de aplicar parte para el desarrollo de actividades como excursiones, senderismo o paseos, que le permitiera un mayor conocimiento del entorno natural.

Finalmente, el grado de satisfacción demostrado durante su estancia denotaba una opinión positiva en lo que respecta a aspectos tales como los alojamientos y la restauración. No obstante, cuando se pasaba a valorar otros aspectos, como el precio, la opinión baja a la categoría de normal. El estado de las carreteras de acceso a las zonas de interior es el factor negativo más valorado cara a un futuro desarrollo del producto turístico de interior, convirtiéndose éste en uno de los aspectos peor valorados junto a la falta de limpieza, el ruido y el tráfico.

Básicamente, se ha esbozado el perfil del turista que visitaba el interior de Málaga en el año 2000, y ahora lo que interesa saber es su evolución hasta la actualidad. Para ello se verán una a una las características y las modificaciones sufridas.

En primer lugar, el turista que visita la Provincia de Málaga es algo más maduro y la edad media se sitúa en 44,48 años. Sin embargo, en lo referente a la cualificación profesional, su perfil profesional continua manteniendo una estructura parecida, predominando los trabajadores cualificados, mientras que se puede apreciar, por un lado, un incremento de las personas que tienen

una situación de retirados, y por otro, un descenso en el número de turistas que son estudiantes.

Sigue siendo un turista fundamentalmente español, procedente mayoritariamente de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y básicamente de la Provincia de Málaga. El resto de las nacionalidades de los visitantes continúa manteniendo su composición, destacando por importancia los turistas británicos, alemanes y de los países del BENELUX.

El entorno natural y la curiosidad por conocer la zona continúan conformando la principal motivación para desplazarse a visitar los municipios del interior de la Provincia, aunque se experimenta un aumento en el número de personas que lo hacen por la existencia de amigos o familiares que residen en los diferentes puntos visitados y que, mediante su recomendación, han dado a conocer el destino al turista, junto con la experiencia propia.

En cierto modo este dato justifica el incremento que se experimenta en el uso de las casas de amigos o familiares como lugar donde realizan su alojamiento los visitantes, si bien el más utilizado pasa a ser el apartamento o casa rural en alquiler. Del resto de oferta, destaca el incremento de personas que disfrutan de su estancia alojadas en hoteles y mediante la vivienda en propiedad.

La duración de la estancia es ligeramente más elevada (obteniéndose una estancia media de 5,4 días), aunque se debe mencionar que dos de cada tres personas manifiestan que su visita queda limitada sólo a ese mismo día.

En cuanto al gasto diario medio, éste se sitúa en torno a las 53,41 euros por persona, y también se mantiene la partida destinada al desarrollo de actividades complementarias, aunque la predilección en cuanto a las mismas se mantiene hacia la realización de excursiones.

Para finalizar, el turista del año 2004 alcanza un grado de satisfacción positivo que supera las expectativas previas que tenía prefijadas. No obstante, los aspectos negativos continúan centrándose en el nivel de precios, la limpieza y la seguridad ciudadana. La opinión manifestada sobre el precio ha empeorado, mientras se mantienen en un nivel bueno las apreciaciones sobre alojamiento y la red de carreteras.

A continuación, una vez revisada la evolución sufrida por el visitante, se describen más profundamente los aspectos que caracterizan al turista del año 2004 que visita los municipios del interior de la Provincia de Málaga.

## **4.2. Análisis Provincial.**

### **4.2.1. Características de la Demanda**

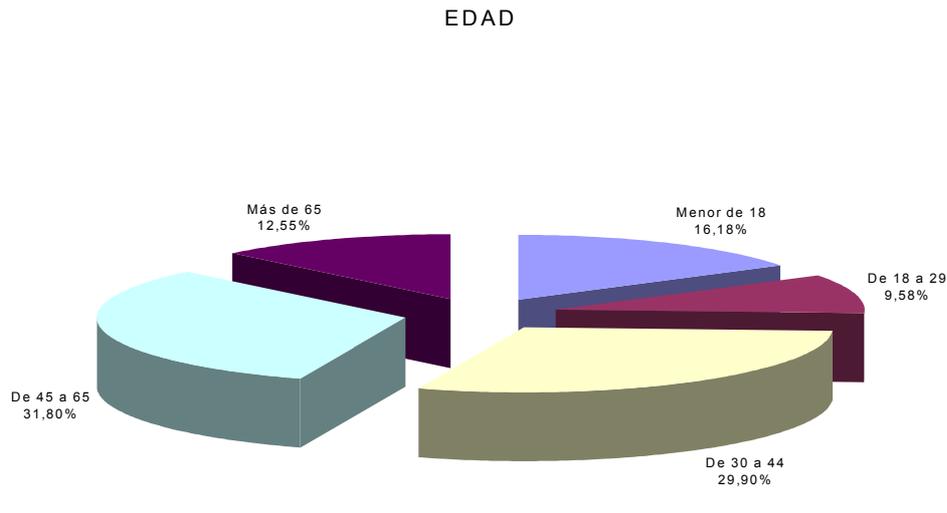
Si bien ya se avanzaban a modo de resumen en el anterior epígrafe ciertos detalles del perfil del turista del año 2004, a continuación se analizan con mayor profundidad todas y cada una de las variables incluidas en el estudio.

#### *Edad*

---

El turista que visita el interior de la Provincia de Málaga tiene una edad media de 44,48 años. La distribución por intervalos de edad se concentra entre las

edades maduras que suponen el 66,26% (de 45 a 65 años concentran el 36% de los turistas encuestados y de 30 a 44 años el 29%). Cabe añadir que los mayores de 65 años suponen el 13,54%, mientras que los jóvenes (menores de 18 años) representan el 10,3%.

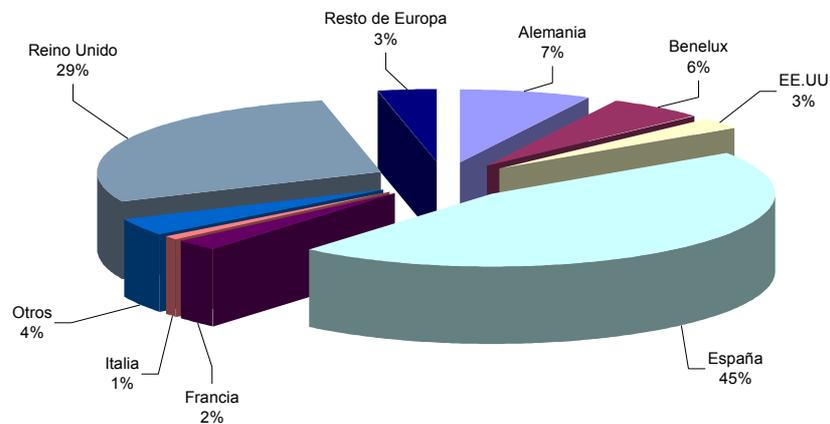


Fuente: OPTIMA 2004

### *Nacionalidad*

La nacionalidad predominante es la de los turistas que proceden del mercado nacional, con el 45,4% de los encuestados. En cuanto a la demanda extranjera, destaca sobre los demás el turismo británico, el cual supone algo más de la mitad de la demanda extranjera, le siguen a gran distancia los turistas procedentes de Alemania, del BENELUX y del resto de Europa.

NACIONALIDADES



Fuente: OPTIMA 2004

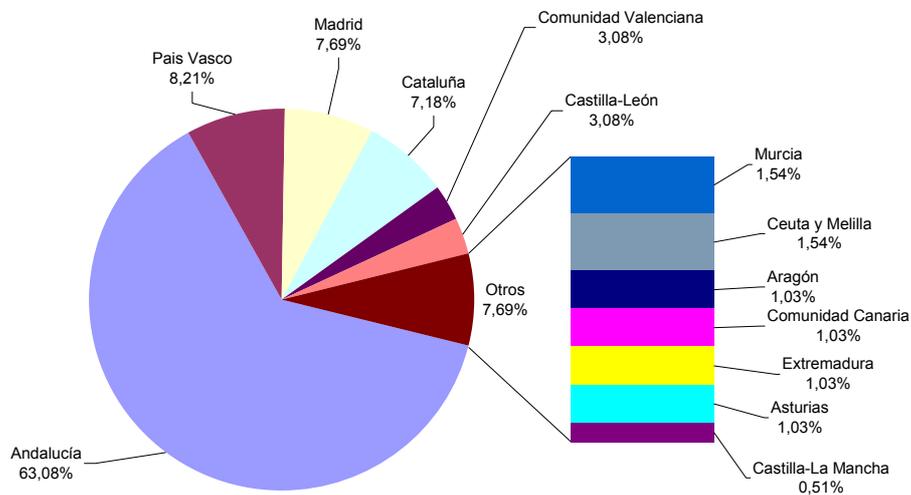
### *Tipo de Visitante*

Las dos terceras parte de los visitantes, afirman no pernoctar en el interior de la Provincia, lo que significa que el 65,75% de los visitantes son excursionistas, y el restante 33% son turistas

### *Procedencia de los viajeros nacionales*

En el caso de la demanda turística nacional, se avanza un paso más en su conocimiento y se analiza la comunidad de procedencia del visitante. Así, es la Comunidad Autónoma de Andalucía la que con un 63,08% de los encuestados, predomina sobre las demás comunidades registradas, circunstancia que parece lógica debido a que el turista rural es, en su mayoría, cercano a la zona visitada.

Autonomía de Residencia



Fuente: OPTIMA 2004

Dentro de los turistas procedentes de Andalucía, destacan los provenientes de Sevilla, Granada y Málaga. En el resto de turistas nacionales, son los procedentes de las comunidades con grandes áreas metropolitanas (País Vasco, Madrid y Cataluña) las que mantienen cuotas significativas, así como los procedentes de la Comunidad Valenciana y de Castilla -León.

### *Tipo de Transporte*

La mitad de los turistas utilizan el avión para llegar desde su punto de origen al destino principal (coincidiendo prácticamente con el porcentaje de turistas extranjeros), en segundo lugar es el vehículo propio el elemento de transporte utilizado (casi con un 30%).

TIPO DE TRANSPORTE DESTINO PRINCIPAL	DISTRIBUCIÓN
Avión	57,66%
Turismo	28,97%
Otros	3,92%
Autocar	1,21%
Tren	1,21%
No sabe / No contesta	7,03%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OBTIMA 2004

TIPO DE TRANSPORTE DESTINO ENTREVISTA	DISTRIBUCIÓN
Coche de alquiler	58,75%
Turismo	24,42%
Autocar	9,02%
Otros	4,73%
Taxi	1,32%
Moto	0,99%
Tren	0,77%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OBTIMA 2004

Sin embargo, para desplazarse al destino de interior el medio de transporte que se utiliza de manera preferentemente es el coche de alquiler y turismo principalmente.

### *Forma de Viajar*

Casi la mitad de los turistas que deciden visitar el interior de nuestra Provincia, lo hacen en pareja, seguido de los que lo hacen acompañados por la familia (31,3%).

El viaje en compañía de amigos, supone la tercera modalidad de viaje con un 14,6% de los casos.

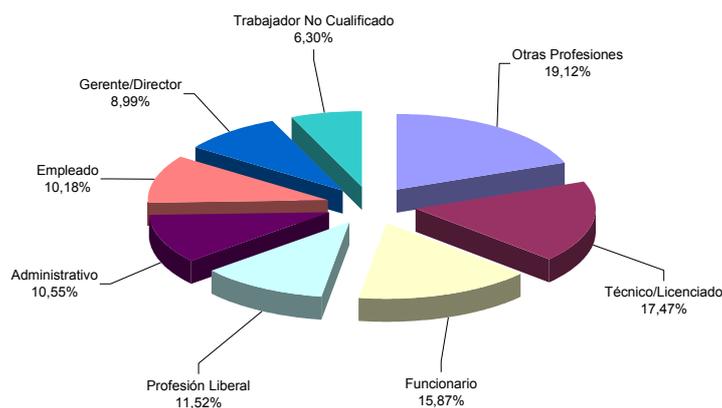
FORMA DE VIAJAR	DISTRIBUCIÓN
Pareja	46,17%
Familia	31,29%
Amigos/as	14,66%
Solo/a	6,46%
Otros	1,42%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OBTIMA 2004

### Categoría profesional

El técnico o licenciado superior es la profesión que muestra mayor representatividad con un 17,47%, le siguen el funcionario cualificado con un 15,87%, la profesión liberal (con un 11,52%), y el administrativo y empleado con algo más del 10% cada uno. Para finalizar aparece con un 9% escueto el gerente o director y con algo más del 6% el trabajador no cualificado. El restante 19,12% aglutina las actividades no incluidas en las categorías anteriores como estudiantes, amas de casa y resto de ocupaciones.

CATEGORIA PROFESIONAL



Fuente: OBTIMA 2004

### Gasto diario medio “de bolsillo”

El gasto diario medio “de bolsillo” de los turistas (en concreto al que responden con la pregunta “¿cuánto dinero gastó usted ayer?”) se sitúa en el total provincial en 53,41 € por persona y día.

Gasto Medio Diario Turista	DISTRIBUCIÓN
Menos de 25 Euros Día	42,24%
De 26 a 50 Euros Día	33,23%
De 51 a 100 Euros Día	15,84%
De 101 a 200 Euros Día	6,83%
Más de 200 Euros Día	1,86%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OPTIMA 2004

La distribución de los turistas según el intervalo de gastos, nos muestra que el 42,2% de los mismos presentan un gasto inferior a 25 euros/día. El siguiente intervalo más frecuente lo conforman los turistas que contestan que gastan entre 25 y 50 euros, que suponen uno de cada tres. Sólo un 1,86% declara gastar más de 200€ al día.

Cuando nos referimos a la tipología de “excursionista del interior” el gasto diario alcanzado se sitúa en los 36,24€ por persona y día.

En cuanto a la distribución del gasto en categorías, la encuesta de turismo interior diferenciaba cinco componentes: alojamiento, restauración, compras, actividades de ocio y varios.

Composición del gasto diario Turista	DISTRIBUCIÓN
Alojamiento	10,59%
Restaurante / Alimentación	59,51%
Compras	17,63%
Ocio	6,60%
Otros	5,67%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OBTIMA 2004

Como se observa en el cuadro anterior más de la mitad del gasto promedio diario se destina a la manutención. Como segundo concepto, aparece el gasto efectuado en compras, seguido del gasto en alojamiento, para finalizar con el gasto en ocio y varios.

El **gasto diario en alojamiento** tiene un nivel bajo debido a que la mayor parte de los turistas lo realizan en origen, o bien, incluido en los gastos genéricos del viaje, destinando en consecuencia una menor proporción del gasto diario a este concepto.

El valor promedio calculado del gasto diario en alojamiento, asciende en el total provincial a 8,45 euros, señalando que se trata del *gasto en destino*, o sea, de aquellos que pagaron su alojamiento en el lugar de disfrute de sus vacaciones.

El **gasto diario en restauración**, tal y como se ha comentado anteriormente, es el que mayor proporción ha obtenido dentro de la cinco categorías señaladas. El promedio provincial asciende a 25,59 euros, representando un 59,51% del total de gasto diario.

El **gasto diario en compras**, representa un 17,63% de la composición del gasto suponiendo una gasto medio de 11,03 euros por turista.

En cuanto al **gasto diario en actividades de ocio**, las respuestas disminuyen hasta representar un 6,60% de la composición del gasto alcanzando la cifra de 5,38 Euros.

Por último, el **gasto diario en varios**, en el que se incluyen los pagos de transportes y alquileres, etc., alcanza el valor medio de 2,95 euros y supone un 5,67% del total promedio.

### *Presupuesto del viaje*

El presupuesto medio se ha considerado teniendo en cuenta, por una parte el gasto que realiza el turista en su lugar de Origen, donde se analiza la composición del mismo según se realice el gasto en transporte, alojamiento, manutención y otras partidas y, por otra parte el gasto que realiza en Destino referente al alojamiento, manutención y transporte.

Presupuesto Medio Turista	DISTRIBUCIÓN
Menos de 300 Euros	50,83%
De 301 a 600 Euros	27,50%
De 601 a 1.000 Euros	11,67%
De 1.001 a 2.000 Euros	8,06%
Más de 2.000 Euros	1,94%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OPTIMA 2004

El presupuesto medio del turista de interior de la provincia de Málaga supone un importe de 512,85 euros. El análisis de esta variable arroja algunas conclusiones destacadas que corroboran los resultados obtenidos en otros puntos de este epígrafe.

En este sentido, su distribución ofrece un comportamiento desigual según el intervalo. Así, entre los turistas que presentan el intervalo de gasto más bajo, menos de 300 Euros, suponen el 50,83% de los turistas. Le siguen con un 27,50% los que se sitúan en el intervalo inmediatamente superior (entre 301 y 600 euros). Esto representa que más de tres cuartos de los turistas tienen un presupuesto de viaje inferior a 600 euros. Con casi la mitad del porcentaje del intervalo anterior se sitúan los que tienen un presupuesto de 601 a 1.000 Euros, con un 11,67% y con un 8,06% los que establecen un intervalo de gasto entre 1.001 a 2.000 euros, quedando poco menos del 2% los que realizan un gasto superior a 2.000 euros.

Del presupuesto medio del turista de interior, que asciende a 512,85€, el 62,63% se realiza en origen. La distribución de este gasto en el país de salida del turista nos muestra que casi el 70% se dedica al transporte, seguido del alojamiento que sólo supone un 17%.

Composición del Presupuesto del Turista en Origen	DISTRIBUCIÓN
Transporte	68,91%
Alojamiento	17,10%
Desayuno	3,89%
Almuerzo	1,04%
Cena	2,07%
Otros	6,99%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OBTIMA 2004

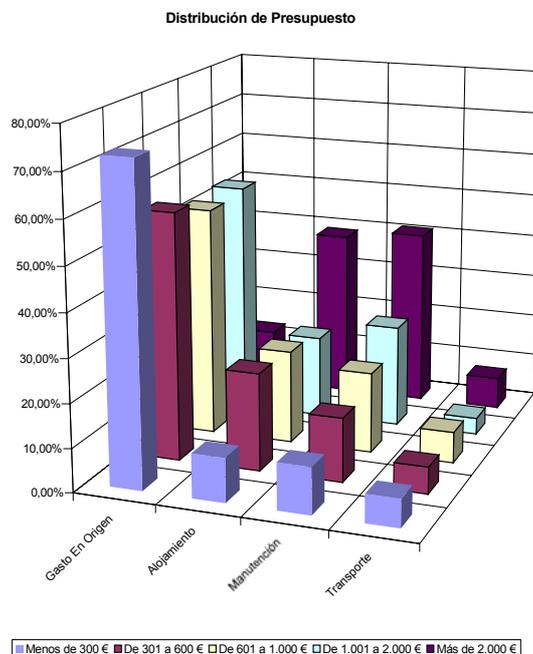
Por otro lado, el 37,37% restante del presupuesto medio del turista se realiza en el destino. Analizando su distribución según conceptos el alojamiento seguido de cerca por la manutención son las partidas más significativas del presupuesto del turista de interior que efectúan en el destino, mientras que el transporte disminuye sustancialmente.

Composición del Presupuesto del Turista	DISTRIBUCIÓN
Presupuesto en Origen	62,63%
Presupuesto en Destino	37,37%
Alojamiento en Destino	43,31%
Manutención en Destino	40,06%
Transporte en Destino	16,64%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OPTIMA 2004

Analizando por volumen de presupuesto y según el tipo de gasto nos encontramos que el gasto realizado en origen, tiene mayor significación en los intervalos de presupuesto menor, y dicha partida de gasto va disminuyendo según se incrementan el importe del presupuesto.

En relación con el gasto presupuestario realizado en destino, cabe indicar que las partidas dedicadas al gasto en alojamiento y en restauración y/o alimentación, tienen en general, un efecto contrario al anterior, ya que van aumentando su proporción según se incrementa el volumen presupuestario.



Fuente: OPTIMA 2004

Como colofón para el análisis de las partidas de gasto el cruce de las variables

de gasto diario y del presupuesto de viaje, podemos observar que según el gasto diario está en los intervalos inferiores se destina mayor proporción del presupuesto al gasto en origen y este va disminuyendo a medida que aumenta el gasto diario. En relación con las partidas recogidas en el presupuesto en destino, con el alojamiento el efecto es el contrario, ya que es menos significativo para los intervalos inferiores del gasto diario y aumenta con el incremento del gasto diario la proporción destinada al presupuesto en destino. Sin embargo, esta distribución es muy similar para todos los intervalos de gasto diario en cuanto a la distribución sobre la alimentación del presupuesto en destino y del gasto dedicado al transporte.

Variando el orden de las variables en su cruce, nos encontramos que para los intervalos presupuestarios más bajos, la distribución del gasto diario es similar a los presupuestos más altos de tal manera que son los que menos destinan en el gasto diario al alojamiento y más a la restauración. Los niveles de presupuestos intermedios dedican más al alojamiento y algo menos a la restauración, que los niveles anteriores. Para el gasto diario dedicado a las compras se mantienen proporciones similares para todos los intervalos presupuestarios, así como para el ocio y otros gastos.

Por último, relacionar que la evolución del gasto previsto para el viaje (incluido el presupuesto en origen, el presupuesto en destino y el gasto diario), nos muestra que en los niveles más bajos es menor la duración de la estancia y el promedio de personas que viajan juntas. Estas variables se van incrementando a medida que aumentan el importe del gasto del viaje, para a continuación volver a descender y finalizar con un importante incremento en los niveles más altos en relación con la estancia, aunque disminuye en cuanto al promedio de personas que viajan juntas.

## 4.2.2. Aspectos cualitativos de la estancia

### *Tipo de viaje*

---

El viaje por motivos de ocio y descanso, que identifica al turista de interior, representa en este análisis el 76,44% de las respuestas, que por otro lado, es una proporción acorde con otras investigaciones similares. La motivación de visita a familiares representa la siguiente categoría en orden de relevancia (6,85%).

### *Duración de la estancia*

---

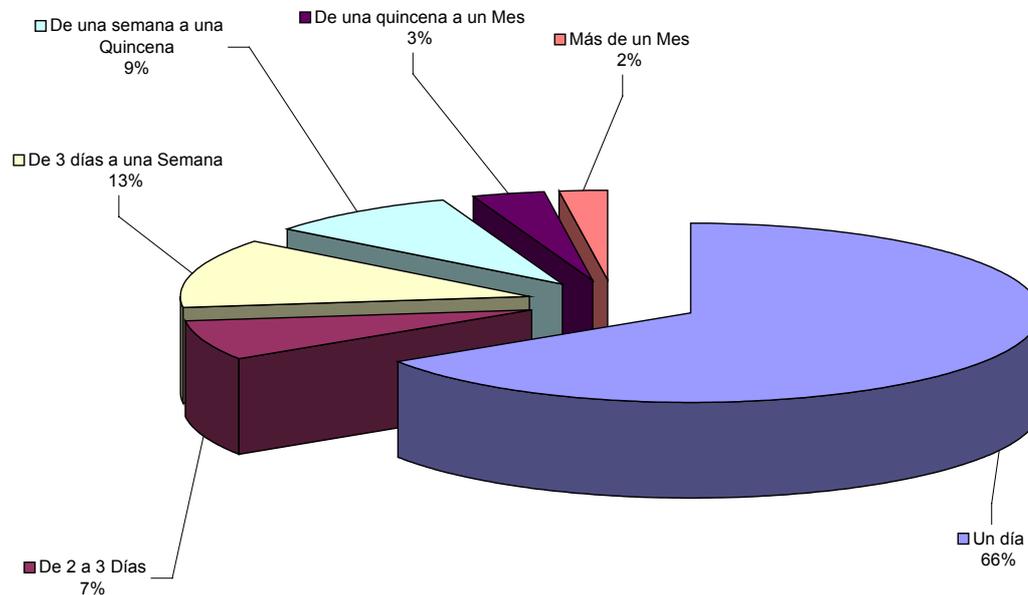
La estancia del turista de interior se concentra en los intervalos más bajos. De hecho, el 65,75% de los mismos realizaron su visita a la zona en el mismo día, es decir, son excursionistas. Esto viene provocado en parte por el efecto de la afluencia de visitantes provenientes de la zona del litoral malagueño, unido a la *movilidad* que presentan los turistas de interior, que si bien se alojan en una zona determinada, visitan lugares de interés de otras dentro de la misma o diferentes Comarcas<sup>1</sup>.

Así, la estancia media es de 5,4 días, concentrando las visitas de entre uno y siete días más del 85% de las respuestas dadas por los encuestados.

---

<sup>1</sup> Esto provocará, como se apreciará posteriormente, que aparezcan como zonas competitivas las propias Comarcas de la Provincia de Málaga.

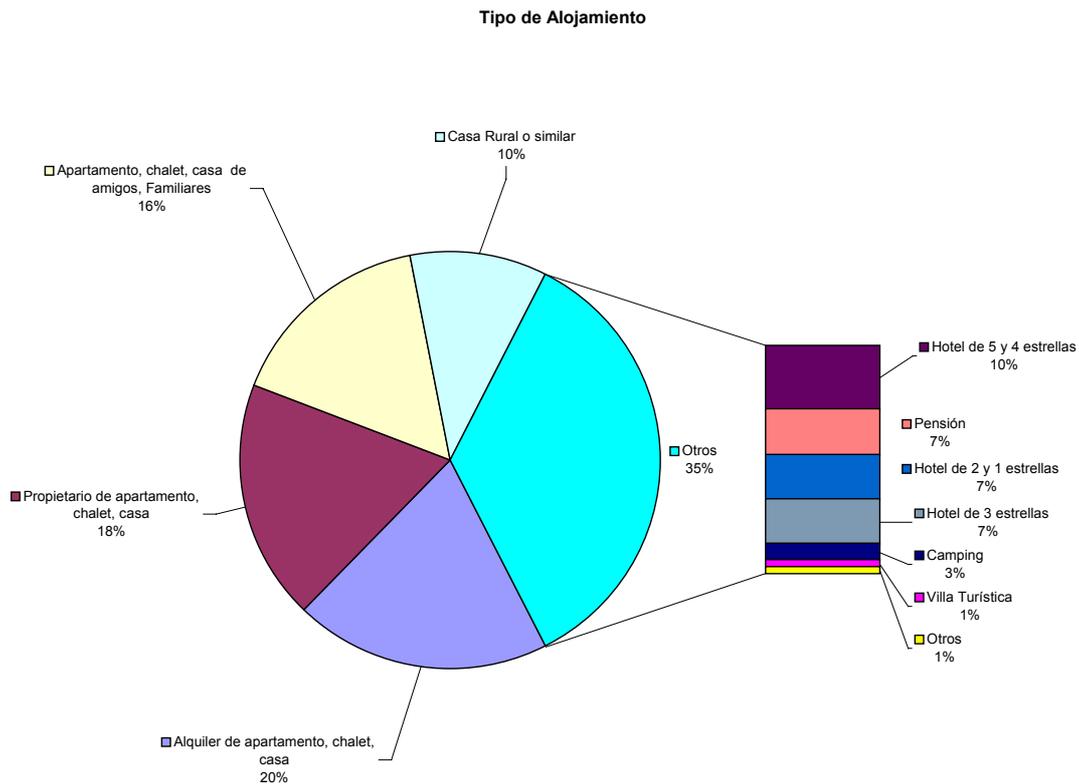
Duración de la Estancia



Fuente: OPTIMA 2004

### Tipo de alojamiento

En cuanto al tipo de alojamiento utilizado durante su estancia vacacional, el capítulo de utilización de apartamento en sus modalidades de alquiler, casa de amigos o de propiedad es el que obtiene el mayor número de respuestas, con más del 50% del total. Como cuarta tipología más usada se encuentran las casas rurales señaladas por un 10,48% de los turistas.



Fuente: OBTIMA 2004

Los alojamientos hoteleros recogen el 23,51% de las respuestas, si bien ninguna categoría supera el 10%, quedando la pensión con un 7% y el resto de alojamientos con proporciones inferiores al 3%.

A los turistas que han contestado que se alojan en apartamentos o casas alquiladas, se les ha preguntado cual ha sido la forma de realizar el alquiler, resultando que el 60,56% lo hace directamente con el particular, mientras que los que responden que a través de agencia y otros intermediarios suponen un 15% cada uno, quedando en último lugar los anuncios (6%) y tour operadores (el restante 3%).

### 4.2.3. Opinión sobre el destino

#### *Grado de satisfacción*

---

Más del 75% de los preguntados manifiestan un grado de satisfacción positivo (muy satisfactorio para el 30% y de satisfactorio para cerca del 45%), lo que unido a la calificación de normal de algo más de 20%, nos deja con un grado de insatisfacción por debajo del 3% y, tan sólo un 1% califica de muy insatisfactoria su visita.

GRADO DE SATISFACCIÓN	DISTRIBUCIÓN
Muy Satisfactorio	30,79%
Satisfactorio	43,56%
Normal	21,95%
Insatisfactorio	2,73%
Muy Insatisfactorio	0,98%
<b>Total general</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: OBTIMA 2004

#### *Calificación del Viaje*

---

La valoración de los diferentes aspectos que conforman el destino es de notable, con una calificación media de 7,88 puntos sobre 10.

CALIFICACIÓN DEL VIAJE	Puntuación (0-10 puntos)
Alojamiento	8,17
Restauración	7,68
Ocio	7,31
Autobuses	7,16
Trenes	7,01
Taxis	6,55
alquiler de coches	8,48
Calidad de las playas y de los servicios	7,88
Paisajes	8,95
Parques Naturales	8,95
Entornos Urbanos	7,97
Seguridad ciudadana	8,46
Asistencia Sanitaria	7,57
Atención y trato recibido	8,33
Relación calidad/precio	7,74
<b>Calificación Media Destino</b>	<b>7,88</b>

Fuente: OPTIMA 2004

Los aspectos mejor valorados en la visita son los relacionados con el paisaje, naturaleza y entorno, que como puede observarse en la tabla anterior obtienen las máximas puntuaciones de calificación con 8,95. Con valores por encima de 8 puntos, aparte de los anteriormente citados, se encuentran el alquiler de coches, la seguridad ciudadana, la atención y el trato recibido y el alojamiento. Cabe mencionar que el valor relación calidad precio obtiene una buena puntuación cercana a la calificación media con 7,74 puntos.

En cuanto a los aspectos menos calificados durante la estancia en el interior de la Provincia de Málaga, es necesario mencionar que la puntuación más baja obtenida se encuentra próxima al notable que es la calificación obtenida por el servicio de Taxis (6,55).

Le siguen con valores por debajo de la calificación media trenes, autobuses, ocio y asistencia sanitaria.

## *Motivaciones*

---

La principal motivación de los turistas que visita el interior de la Provincia de Málaga es disfrutar del clima como lo demuestran la quinta parte de los turistas. El turismo de naturaleza y rural, así como las visitas a monumentos y la calidad de vida y hospitalidad son los siguientes en orden de importancia, con más del 10% de las respuestas.

Las opciones de precios y la recomendación de familiares o amigos conforman, junto a las anteriores, las principales motivaciones a la hora de acudir a las zonas de interior de la Provincia de Málaga.

## *Opinión*

---

Dentro de la encuesta se les ha pedido a los turistas que ya conocían el destino, opinión acerca de once aspectos, para que manifestarán su percepción sobre la evolución de los mismos, en comparación con su anterior visita realizada a la provincia de Málaga.

En este sentido, la variación percibida que denotan mayor mejora se refieren a la red de comunicaciones y al alojamiento. Entre los aspectos que se mantienen en mayor proporción nos encontramos con el trato recibido, la seguridad ciudadana, las actividades de ocio, los trasportes públicos y los monumentos y oferta cultural.

VARIACIÓN PERCIBIDA	MEJORA	MANTIENE	EMPEORA
Alojamiento	40,63%	53,13%	6,25%
Comida	28,07%	61,40%	10,53%
Transportes públicos	25,00%	67,86%	7,14%
Red de comunicaciones	46,94%	42,86%	10,20%
Actividades de Ocio	27,08%	68,75%	4,17%
Limpieza y conservación del medio ambiente	28,33%	51,67%	20,00%
Trato recibido	18,33%	73,33%	8,33%
Nivel de precios	39,34%	4,92%	55,74%
Seguridad ciudadana	8,00%	72,00%	20,00%
Monumentos y oferta cultural	31,37%	66,67%	1,96%

Fuente: OBTIMA 2004

Por último cabe señalar, que el nivel de precios es la variable que denota mayor percepción de empeoramiento para el 55,74% de las respuestas.

### *Forma de conocer el destino*

La fórmula habitual de conocimiento del destino turístico de interior en la Provincia de Málaga es la recomendación de familiares y amigos, como lo refleja el 43,2% de los turistas. Además, la experiencia propia es también altamente valorada (18,34%), lo que ayuda a argumentar la hipótesis de la existencia de un importante grado de “fidelidad” al destino.

FORMA DE CONOCER EL DESTINO	DISTRIBUCIÓN
Recomendación de agencias de viajes	5,92%
Recomendación de amigos o familiares	43,20%
Experiencia propia	18,34%
Folletos turísticos	9,47%
Anuncios publicitarios en prensa	2,37%
Anuncios publicitarios en radio	0,00%
Anuncios publicitarios en TV	3,55%
Internet	9,47%
Otros	7,69%
<b>100%</b>	

Fuente: OBTIMA 2004

Destacar el auge o incremento de Internet como forma de conocer el destino con un 9,47%.

En otro orden de importancia quedan los canales puramente “comerciales”: folletos turísticos (9,47%) y recomendación de las Agencias de Viajes (5,92%).

A modo de conclusión se presenta de manera esquematizada las principales características que presenta el turista que visita el interior de la Provincia de Málaga, y que hemos ido analizando y comentado en las páginas anteriores.

## PERFIL DEL TURISTA DE INTERIOR 2004



CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	EDAD	44,5 AÑOS
	NACIONALIDAD	ESPAÑOLA BRITÁNICA
	SITUACIÓN LABORAL	TRABAJO REMUNERADO JUBILADO
	CATEGORÍA PROFESIONAL	TRABAJADOR CUALIFICADO TÉCNICO/LICENCIADO
ASPECTOS CUALITATIVOS DE LA ESTANCIA	TIPO DE VIAJE	VACACIONES/OCIO/TURISMO VISITA A FAMILIARES Y AMIGOS
	TIPO DE ALOJAMIENTO	APARTAMENTO O CASA ALQUILER/PROPIEDAD CASA DE AMIGOS O FAMILIARES
	DURACIÓN DE LA ESTANCIA	5,4 DÍAS
	MOTIVACIONES	CLIMA TURISMO DE NATURALEZA Y RURAL
	FORMA DE CONOCER	RECOMENDACIÓN AMIGOS O FAMILIARES EXPERIENCIA PROPIA
OPINIÓN SOBRE EL DESTINO	ASPECTOS MEJOR VALORADOS	PAISAJES (8,95) PARQUES NATURALES (8,95)
	ASPECTOS PEOR VALORADOS	TRANSPORTES PÚBLICO (6,7)
	CALIFICACIÓN MEDIA DEL VIAJE	7,88
	GRADO DE SATISFACCIÓN	MUY SATISFACTORIO 30,79% SATISFACTORIO 43,56%
VARIACIÓN PERCIBIDA	MEJORAN	ALOJAMIENTO RED DE COMUNICACIONES
	EMPEORAN	NIVEL DE PRECIOS
PRESUPUESTO /GASTO	GASTO DIARIO	53,41 EUROS
	PRESUPUESTO VIAJE	512,85 EUROS

### 4.3. Análisis de la Demanda de la Axarquía

Una vez realizado el estudio global de las características de la demanda real de turistas que visita el interior de la Provincia de Málaga, en este apartado se extraen las principales conclusiones del análisis de la comarca de la Axarquía.

Para ello, y siguiendo la misma estructura que en el análisis provincial, se presentarán los principales resultados de la demanda turística que vista la Axarquía.

Asimismo, a la finalización se incluirá una ficha en la que, a modo gráfico, se presentará el perfil del turista.

#### *Características de la demanda*

---

El turista que visita la Axarquía tiene una **EDAD MEDIA** de 44,4 años, similar a la media provincial. Encontrándose el 38,7% de los entrevistados entre el tramo de edad de 45 a 65 años, seguidos de los que tienen una edad entre 30 y 44 años (32,4%)

En cuanto al **LUGAR DE ORIGEN**, los turistas extranjeros superan a los turistas procedentes de España, destacando principalmente los turistas del Reino Unido, seguidos de los procedentes de Alemania. En los visitantes de nuestro país, cuatro de cada cinco turistas proceden de Andalucía, destacando mayoritariamente los turistas de nuestra provincia.

La **FORMA DE VIAJAR** de los turistas que visitan la comarca de Axarquía, es mayoritariamente en pareja, con cerca de la mitad de estos turistas (47,55%), seguidos de los que viajan con la familia (24,02%) y con amigos (19,61%)

Respecto a la **SITUACIÓN LABORAL**, el 56,5% se encuentra en activo, mientras que el 21,2% está retirado o jubilado. En la **CATEGORÍA PROFESIONAL** destacan los técnicos o licenciados, seguidos en orden de importancia por profesionales liberales.

El **GASTO DIARIO MEDIO** se sitúa en 52,7 euros, ligeramente inferior a la media provincial, de hecho el intervalo más representativo lo ostentan los turistas que gastaron menos de 25 euros al día (41,86%), seguido del intervalo de 26 a 50 euros al día (39,53%).

Por otro lado, el **PRESUPUESTO TOTAL DEL VIAJE** se sitúa es de 555,4 euros, superior al presupuesto medio provincial.

### *Aspectos cualitativos de la estancia*

---

El 78,7% de los turistas que visitan la Comarca de Axarquía lo hacen por **MOTIVOS** de ocio/turismo, mientras que el 5,56% viajan por razones familiares.

El **TIPO DE ALOJAMIENTO** mayoritario ha sido el apartamento o casa en propiedad, con más de la tercera parte de los entrevistados; seguido muy de cerca por la casa alquilado, que representa una cuarta parte de los turistas de la comarca de la Axarquía. Le siguen en orden de importancia las casa rurales y las casas de amigos y familiares, con un 19,3% y 11,5% respectivamente.

### *Opinión sobre el destino*

---

Cerca del 80% de los turistas que han visitado la comarca de Axarquía tienen una opinión muy satisfactoria o satisfactoria en relación al precio pagado por su viaje, un 17,3% la califica como normal, mientras que un 3,8% tiene una opinión negativa de su estancia.

Entre los aspectos mejor calificados por los turistas de la Comarca, resaltan los Parques Naturales, los Paisajes y entornos urbanos de la zona con la máxima calificación superior al 8,5 sobre 10. Otros de los aspectos más valorados son el alojamiento y la atención y trato recibido. En cuanto a la relación calidad / precio los turistas le otorgan una puntuación de 7,56 muy similar a la calificación provincial (7,74). La calificación media del destino teniendo en cuenta todos los conceptos valorados es de 7,39.

En cuanto a las principales motivaciones de los turistas a la hora de visitar la Comarca Axarquía, se encuentran la calidad de vida y hospitalidad de la zona, con el 30,6%, el clima con el 21,18% y la visita a monumentos con el 18,8%.

La recomendación de familiares y amigos es la fórmula mayoritaria por la que los turistas conocen la Axarquía, con el 53,5% de las respuestas, seguida en orden de importancia por la experiencia propia con el 20,93%.



## PERFIL DEL TURISTA COMARCA DE LA AXARQUÍA

EDAD	44,4 AÑOS
NACIONALIDAD	BRITANICA ALEMANA
SITUACIÓN LABORAL	TRABAJO REMUNERADO RETIRADO
CATEGORIA PROFESIONAL	TÉCNICO/LICENCIADO PROFESIONAL LIBERAL
TIPO DE ALOJAMIENTO	APARTAMENTO Y CASA EN PROPIEDAD APARTAMENTO Y CASA EN ALQUILER
MOTIVACIONES	CALIDAD DE VIDA / HOSPITALIDAD VISITA A MONUMENTOS
FORMA DE CONOCER	RECOMENDACIÓN AMIGOS O FAMILIARES EXPERIENCIA PROPIA
GASTO DIARIO	52,7 EUROS
PRESUPUESTO VIAJE	555,4 EUROS

## Capítulo 5.

# ANÁLISIS CUALITATIVO DE CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA

## **5.1. Análisis Cualitativo de Calidad**

Este capítulo se aborda con la finalidad de obtener una valoración cualitativa de la calidad de los establecimientos turísticos localizados en la Axarquía y que en definitiva integran el producto turístico.

Con esta finalidad última el objetivo concreto de esta apartado es definir y establecer parámetros de calidad con estándares homogéneos, que nos permitan evaluar la calidad de los establecimientos así como poder clasificar la oferta según cumplimiento de dichos parámetros.

Para ello, en primer lugar, ha sido necesario estudiar y analizar los distintos sistemas y parámetros de calidad que en la actualidad se aplican para evaluar el equipamiento y servicios prestados por los establecimientos de alojamiento turístico y de restauración, ello incluye los establecidos por la Junta de Andalucía en la legislación actual sobre categorías de establecimientos de alojamientos turísticos y de restauración, así como el de Parque Natural, por considerarse necesario dada las condiciones geográficas de la Comarca de la Axarquía.

Partiendo de los parámetros de calidad existentes y teniendo en cuenta el diagnóstico de la oferta de alojamiento y restauración levantada en el apartado anterior, se han definido unos indicadores de calidad, objetivos, cuantificables y aplicables, de manera que se adecuaran y fueran indicativos de la calidad que presenta la realidad existente en la comarca, y nos permitiera la clasificación posterior en función del cumplimiento de dichos indicadores.

El conjunto de indicadores se han agrupado en función de temáticas en los siguientes bloques que a continuación se detallan, según el tipo de actividad turística que desarrollen, alojamiento o de restauración :

#### **A. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS (Hotel, Pensiones y Hostales)**

- A1. SERVICIOS
- A2. E-COMERCIALIZACION
- A3. TELECOMUNICACIÓN
- A4. ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES
- A5. ASPECTO EXTERIOR
- A6. ASPECTO INTERIOR. ZONAS COMUNES
- A7. ASPECTO INTERIOR. HABITACIONES

*A1. SERVICIOS* - En este bloque se han incluidos aspectos indicativos de la percepción de calidad que el cliente puede tener al visitar el establecimiento.

Concretamente los aspectos que los componen son la accesibilidad a minusválidos que presenta en sus infraestructuras, las facilidades de pago que permiten (efectivo, variedad de tarjetas, bonos), la variedad de idiomas que dominan las personas que trabajan en contacto con el cliente, la disponibilidad de prensa diaria actualizada a los clientes, el porcentaje de suite que oferta; y por último la posición que ocupan respecto a la media comarcal referente a la tasa de plazas por personal empleado en el establecimiento.

*A2. E-COMERCIALIZACION* - En este bloque se han incluidos aspectos indicativos de los esfuerzos por conseguir una adecuada comercialización mediante soporte web.

Concretamente los aspectos que los componen son el hecho de disponer de pagina web del establecimiento, en caso afirmativo del tipo de web de que se trate, según sea propia, de una asociación o gratuita; si su pagina web permite realizar reservar, y por último el hecho de estar conectado a una central de reserva telemáticas.

*A3. TELECOMUNICACIÓN* - En este caso los aspectos incluidos y valorados son indicativos de los esfuerzos realizados por el establecimiento en la incorporación de las nuevas tecnologías desde el punto de vista de uso del cliente.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque son la existencia de un fax, la disposición de una ordenador con conexión a Internet en zonas comunes de los establecimientos y/o en las propias habitaciones.

*A4. ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES* - Para el análisis de este apartado los aspectos valorados son demostrativos de la conciencia ecológica y esfuerzos realizados desde el empresariado para establecer procedimientos y actuaciones de gestión de calidad medioambiental, básica en una comarca donde se encuentran espacios calificados como Parque Natural.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque se basan en el tipo de energía utilizada para el funcionamiento de sus servicios y equipamientos, el tratamiento de aguas residuales e igualmente de los residuos sólidos derivados de la actividad. De la misma manera se valora el uso de productos de limpieza ecológicos o convencionales.

**A5. ASPECTO EXTERIOR** - En este caso los aspectos incluidos y valorados son indicativos de la calidad y adecuación al entorno de la construcción, diseño y decoración así como el equipamiento exterior del establecimiento.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque son la integración del inmueble a la arquitectura local, la utilización de elementos y materiales de construcción tradicionales, el uso de elementos de decoración tradicionales, la integración con el entorno del rotulo del establecimiento, el hecho de disponer de plazas de aparcamientos, abiertos o cerrados, y por último el nivel de limpieza exterior percibido y el grado de tranquilidad que presenta.

**A6. ASPECTO INTERIOR. ZONAS COMUNES** - En este caso los aspectos incluidos y valorados son indicativos de la calidad y adecuación al entorno de la construcción, diseño y decoración así como el equipamiento de las zonas comunes del interior del establecimiento.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque son el uso de elementos de decoración tradicionales, la existencia de recepción, así como el nivel de limpieza y el ambiente acogedor que se percibe.

**A7. ASPECTO INTERIOR. HABITACIONES.** - En este caso los aspectos incluidos y valorados son indicativos de la calidad y adecuación de la decoración así como el equipamiento de las zonas comunes del interior del establecimiento.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque son el uso de elementos de decoración tradicionales, la existencia de mecanismos de oscurecimiento, la insonorización de las habitaciones, así como el nivel de amplitud y confort que se percibe.

## **B. ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN HOTELEROS (Restaurantes y Hoteles con restaurantes abiertos al público)**

### **B1. SERVICIOS**

### **B2. ASPECTO DEL ESTABLECIMIENTO**

### **B3. EQUIPAMIENTO**

### **B4. ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES**

*B1. SERVICIOS* - En este bloque se han incluidos aspectos indicativos de la percepción de calidad que el cliente puede tener al visitar el establecimiento.

Concretamente los aspectos valorados son la accesibilidad a minusválidos que presenta en sus infraestructuras, las facilidades de pago que ofrecen al cliente (efectivo, variedad de tarjetas, bonos), la variedad de idiomas que dominan las personas que trabajan en contacto con el cliente, la disponibilidad de prensa diaria actualizada a los clientes, la disposición de maitre así como el hecho de disponer de carta tradicional.

*B2. ASPECTO DEL ESTABLECIMIENTO* - En este caso los aspectos incluidos y valorados son indicativos de la calidad y adecuación al entorno de la construcción, diseño y decoración así como el equipamiento, tanto exterior como interior del establecimiento.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque son la integración del inmueble a la arquitectura local, la utilización de elementos y materiales de construcción tradicionales, el uso de elementos de decoración tradicionales, la integración del rotulo del establecimiento con el entorno, el hecho de disponer plazas de aparcamientos, abiertos o cerrados, y por último

el nivel de limpieza exterior percibido y el grado de tranquilidad que presenta.

**B3. EQUIPAMIENTO** - En este caso los aspectos incluidos y valorados son indicativos del equipamiento adecuado para ofrecer un servicio de restauración de calidad.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque son el nivel de separación de alimentos en cámaras frigoríficas, según sea única, carne y pescado, carnes y verduras,... etc.; el hecho de ofrecer una bodega adecuada para la conservación de los vinos así como el disponer de mecanismos de climatización (calefacción y refrigeración) en sus instalaciones.

**B4. ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES** - Para el análisis de este apartado los aspectos valorados son demostrativos de la conciencia ecológica y esfuerzos realizados por parte del empresario para establecer procedimientos y actuaciones de gestión de calidad medioambiental, básica en una comarca donde se encuentran espacios calificados como Parque Natural.

Los aspectos validados y considerados para la valoración de este bloque se basan en la separación de residuos sólidos derivados de la actividad, el uso de consumibles reciclados, el uso de productos de limpieza ecológicos o convencionales, la utilización de mecanismo de ahorro de agua, el reciclado de aceites, el disponer de extractor de filtros de aceites y el uso de productos alimenticios ecológicos.

La agregación del nivel alcanzado en cada uno de los aspectos que integran cada uno de los bloques descritos concede al establecimiento una valoración descriptiva de la calidad obtenida: Deficiente, Básica, Óptima y Excelente.

Una adecuada ponderación de cada uno de los bloques definidos nos permite dar una valoración descriptiva global a cada uno de los establecimientos similar al de los bloques: Deficiente, Básica, Óptima y Excelente.

Tras definir los parámetros o indicadores de calidad, se ha realizado una auditoría de calidad a una muestra representativa de la totalidad de la oferta turística de la comarca de la Axarquía.

Para ello se diseñó una ficha de auditoría de calidad de alojamiento y de restauración en función del análisis realizado, para conocer los valores alcanzados por esta oferta en los parámetros, que será cumplimentada al mismo tiempo que se realiza la visita personalizada.

El resultado final es una radiografía de la calidad de la infraestructura turística de alojamientos y restauración, que nos permite describir la calidad que presenta en cada uno de las temáticas la oferta turística de la Axarquía así como una valoración individualizada de cada uno de los establecimientos visitados y auditados que componían la muestra.

A continuación se desarrollo el análisis comarcal de la calidad de las infraestructuras turísticas de alojamientos y restauración en cada uno de las áreas definidas de manera que nos permite mostrar un diagnóstico cualitativo de calidad de los mismos. Es importante señalar que dentro de la restauración se han incluido los restaurantes de los hoteles que permiten la entrada de personas no alojadas en su establecimiento.

## 5.2. Análisis Cualitativo de Calidad de la Oferta de Alojamiento de la Axarquía.

Tal y como hemos expuesto en este apartado trataremos de establecer el nivel de calidad encontrado en los distintos alojamientos de la Axarquía Interior. Para ello se ha seleccionado una muestra representativa, tomando como fuente el R.A.T (Registro de Actividades Turísticas) y unificándola con los datos aportados por Ceder, Apta y Aehcos .

En la muestra seleccionada se han analizado el 80% de Alojamientos registrados como Establecimientos Hoteleros, un 33,33% del total de Alojamientos registrados como Apartamentos y una representación del 11% registrados como Casas Rurales.

A continuación se detalla la muestra seleccionada para su posterior análisis.

MUESTRA REPRESENTATIVA EN LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURISTICO DE LA AXARQUIA INTERIOR	
<b>ALCAUCIN</b>	
* SIERRA TEJEDA	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>ARCHEZ</b>	
POSADA MESON MUDEJAR	PENSION 1 ESTRELLA
<b>BENAMOCARRA</b>	
CERRO LA JAULA	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>BORGE (EL)</b>	
POSADA DEL BANDOLERO	HOTEL 1 ESTRELLA

<b>COLMENAR</b>	
<b>ARCO DEL SOL</b>	PENSION 1 ESTRELLA
<b>BELEN</b>	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>VENTA LOS ARRIEROS</b>	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>COMPETA</b>	
* <b>ALBERDINI</b>	PENSION 1 ESTRELLA APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)
<b>BALCON DE COMPETA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)
<b>COMARES</b>	
<b>EL MOLINO DE LOS ABUELOS</b>	CASA RURAL
<b>CANILLAS DE ALBAIDA</b>	
<b>POSADA LA PLAZA</b>	PENSION 2 ESTRELLAS
<b>FRIGILIANA</b>	
<b>ALMAZARA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>FRIGILIANA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>IZNATE</b>	
* <b>HOSTAL PUERTA LA MARTINA</b>	PENSION 1 ESTRELLA
<b>MACHARAVIAYA</b>	
<b>MOLINO DE SANTILLAN</b>	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>MALAGA</b>	
<b>HUMAINA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>PERIANA</b>	
* <b>VILLA TURISTICA DE LA AXARQUIA</b>	HOTEL-APARTAMENTO 3 ESTRELLAS
<b>COMPLEJO RURAL CANTUESO</b>	CASA RURAL (10 CASAS)
<b>RIOGORDO</b>	
<b>HOSPEDERIA EL RETAMAR</b>	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>VINUELA</b>	
<b>LA VINUELA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>HUETOR</b>	APARTAMENTOS SEGUNDA (2 LLAVES)

\* Establecimientos visitados y en situación cerrado

Fuente: Conserjería de Turismo- R.A.T. Registro de Actividades Turísticas

En el Análisis Cualitativo se han establecido cuatro niveles de calidad, de menor a mayor exigibilidad en los condicionantes que distinguimos como Deficiente, Básico, Optimo y Excelente. A su vez, se han identificado distintos apartados para medir la calidad y que adecuadamente ponderado nos permitirán obtener una calificación promedio de la calidad apreciada en el conjunto de los alojamientos.

Como ya se ha descrito en el apartado anterior los diferentes aspectos considerados son la prestación de servicios, la e-comercialización del producto, el nivel de las telecomunicaciones, la capacitación de las instalaciones y la utilización de productos ante la preservación del medio ambiente, el aspecto exterior de las instalaciones, el aspecto de las zonas comunes del establecimiento, para finalizar con la calificación de las habitaciones.

Cada uno de estos aspectos se ha analizado pormenorizadamente en diferentes y diversas variables que se conforman para obtener una apreciación del nivel de calidad que se presenta en cada uno de ellos.

Seleccionadas las diferentes variables que se conforman en cada uno de los aspectos y ponderando el resultado de cada una de ellas obtenemos la valoración cualitativa de cada aspecto, así como la valoración global de la calidad percibida en los establecimientos de la Axarquía.

A continuación pasamos a comentar la valoración media obtenida por cada uno de los aspectos y finalizaremos con una evaluación global cualitativa de los establecimientos de alojamiento que presenta la Axarquía.

### 5.2.1. Servicios

Como ya se ha mencionado en este ámbito analizamos la prestación de diferentes servicios entre los que se incluyen la accesibilidad de minusválidos, las formas de pago admitidas en el establecimiento, los idiomas que habitualmente se emplean para atender a los clientes, la disponibilidad de la prensa diaria, la cobertura de plazas por personal empleado y el porcentaje de suites disponibles sobre el total de habitaciones.

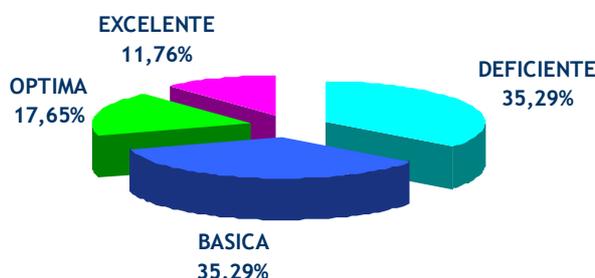
Respecto a la ausencia de barreras arquitectónicas en los establecimientos hoteleros de la Axarquía para permitir a las personas con alguna discapacidad física o de movilidad el acceso a sus instalaciones, destaca que sólo uno de cada cuatro establecimientos están habilitados para esa demanda turística (25%). Es importante destacar que un tercio del resto se ven imposibilitados a su adecuación debido a la propia estructura arquitectónica del edificio donde se ubica el establecimiento.

La práctica totalidad de los establecimientos hoteleros ofertan la posibilidad del uso de tarjetas de crédito como formas de pago.

En cuanto al dominio de idiomas del personal, es relevante el hecho de que más de la tercera parte de los establecimientos (35%) no pueden atender a sus clientes en otro idioma que no sea español. En contrapartida nos encontramos que más de la quinta parte de los establecimientos dominan tres idiomas. Cerca del 50% restante dispone de persona con dominio de uno o dos idiomas (inglés y alemán mayoritariamente).

La prensa diaria no está disponible en casi la mitad de los establecimientos, en la mayoría debido a la inexistencia de la misma en los municipios y alrededores.

### CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA



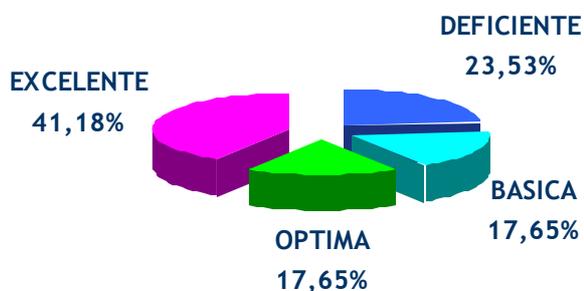
En el conjunto de los alojamientos de la Axarquía, se aprecia que cerca del 12% presentan un nivel de servicios excelente y un 17,65% un nivel óptimo. Mientras que los establecimientos que obtienen un nivel de calificación de sus servicios básico y deficiente, es de 35,29% cada uno. Esto supone que cerca de 3 de cada 4 de los establecimientos hoteleros analizados obtienen un valoración de los servicios insuficiente (52,94%).

### 5.2.2. E-Comercialización

Para considerar el nivel de calidad de la e-comercialización del producto turístico se han tenido en cuenta los siguientes aspectos. La existencia de una página Web y el tipo de la misma, según sea propia o perteneciente alguna asociación. También se ha valorado la posibilidad de realizar reservas y si estas se realizan a través de alguna central de reservas o no.

Más del 75% de los establecimientos disponen de pagina Web, de ellos un 88% son propias y el resto pertenece a algún tipo de organización u organismo. Sólo la mitad de ellos, concretamente un 47,06%, permite realizar reservas en su Web. Aún así, es importante destacar que el 60% de la totalidad de los establecimientos trabajan con alguna central de reservas.

### CALIDAD SOBRE LA E-COMERCIALIZACION QUE PRESENTAN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA



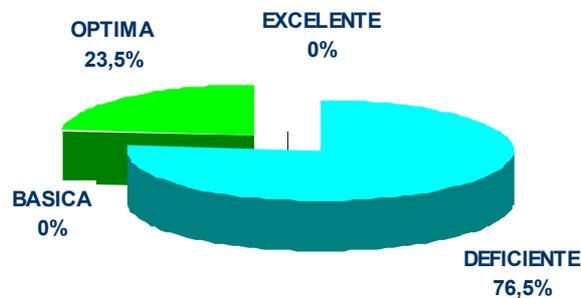
Este apartado, la mayoría de los establecimientos hoteleros analizados alcanza una valoración de sus medios de comercialización telemática aceptable. Prueba de ello, es que cerca del 60% de los mismos alcanzan el nivel excelente (41,18%) u Optimo (17,65%). El resto de la oferta se distribuye en un 23% deficiente y un 17,65% básica.

#### 5.2.3. Telecomunicaciones

En este ámbito se han contemplado las posibilidades de utilización de los medios de telecomunicaciones como el uso del Fax, Internet en las zonas comunes e Internet en las habitaciones.

La disponibilidad de Fax, de conexión a Internet en las zonas comunes y en las habitaciones, presenta unos valores relativamente bajos, pero consecuentes por la tipología de los establecimientos dedicados en su mayor parte al ocio y disfrute de la naturaleza y no se orientan para cubrir las necesidades de los clientes de negocio, aunque hay una clara precariedad en los sistemas de telecomunicaciones, más del 40% tiene algún tipo de problemática al respecto.

**CALIDAD SOBRE LAS TELECOMUNICACIONES DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA**



Es el aspecto que obtiene una peor calificación, ya que el 76,47% de los establecimientos obtienen una puntuación de deficiente y el resto un 23,53% obtiene la puntuación de optima. No se presenta ningún caso de excelente y básica.

#### **5.2.4. Medio Ambiente.**

Los aspectos que se han contemplado para la calificación del medio ambiente van desde el tipo de sistema eléctrico utilizado, el empleo de energías renovables, el tratamiento de las aguas residuales y de los residuos sólidos, el tipo de energía empleado para el agua caliente y para la climatización, para finalizar con los productos de limpieza empleados según sean o no ecológicos.

Más del 70% de los establecimientos utilizan la red general o generadores como fuentes de suministro eléctrico para el funcionamiento de sus instalaciones; el 17,65% utilizan bombillas de bajo consumo; y por último tan sólo un 11% placas solares.

En la evacuación de aguas residuales, cerca del 60% de los establecimientos utilizan el alcantarillado y el 23,53% utiliza depuradora. Otros medios utilizados son la instalación de una fosa aséptica e incluso decantación y recogida por cubas.

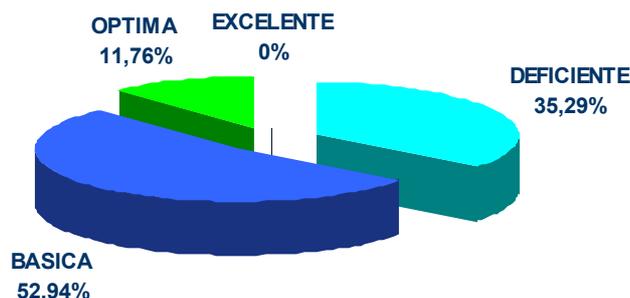
El agua caliente sanitaria predominantemente se consigue a través de Gas como principal fuente energética, aunque hay que destacar que el 40% restante utilizan o se ayudan de placas solares.

El tratamiento de los residuos sólidos se hace básicamente a través de los servicios municipales pero es importante señalar que cerca de la mitad de los establecimientos utilizan sus propios vehículos para transportarlos al punto limpio. En el aspecto de clasificación y reciclaje hay poca participación debida en gran medida a la poca sensibilización e inexistencia de puntos limpios.

La climatización que presenta la mayoría de los establecimientos utiliza como fuente de energía la eléctrica. Un 17% es ayudado por el gas y placas solares.

La utilización de productos químicos convencionales para la limpieza es casi generalizado existiendo algún caso de utilización de productos ecológicos.

**CALIDAD SOBRE LOS ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA**



En este apartado la calificación global de los alojamientos obtiene una puntuación baja. Nos encontramos que algo más de la mitad obtiene una calificación de básica, en concreto el 52,94%, seguido por el 35,29% que obtiene una calificación de deficiente. No aparece ningún establecimiento que alcance la puntuación de excelente, quedando tan solo el 11,76% que obtiene la puntuación de optima.

### **5.2.5. Aspecto Externo del Establecimiento**

Otro de los aspectos que se han contemplado para la valoración del nivel de calidad de los establecimientos es el aspecto exterior del establecimiento.

Para ello se han tenido en cuenta aspectos como la integración del edificio con la arquitectura local, el empleo de elementos de construcción y decorativos tradicionales de la comarca, la rotulación comercial integrada en el entorno, los aparcamientos disponibles, el nivel de limpieza observado en el exterior y la sensación de tranquilidad que se muestra en el entorno.

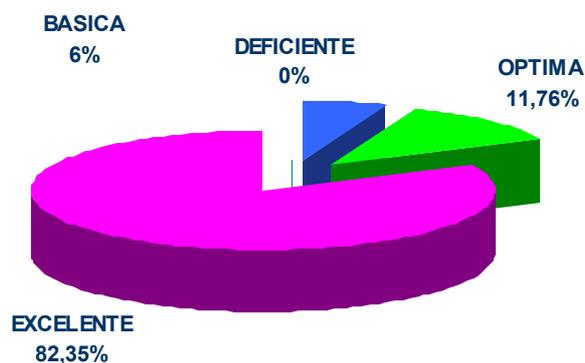
Con relación a los elementos que se utilizan en la construcción y en la decoración y su integración con la arquitectura tradicional, la mayoría de los establecimientos lo emplean.

La integración de los rótulos, así como la sensación de limpieza del entorno y la apreciación de tranquilidad son aspectos que se valoran positivamente en todos los establecimientos.

Todo este hace que en esta temática ningún establecimiento obtenga una puntuación deficiente, lo cual nos muestra que es de los aspectos más cuidado

de todos los analizados. En este sentido, el 11,76% obtiene una calificación de optima, el 82,35% lo hace con una puntuación de excelente y sólo el 5,88% alcanza el nivel básico. Es el grupo de variables con la valoración más alta.

#### CALIDAD SOBRE LOS ASPECTOS EXTERNOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA



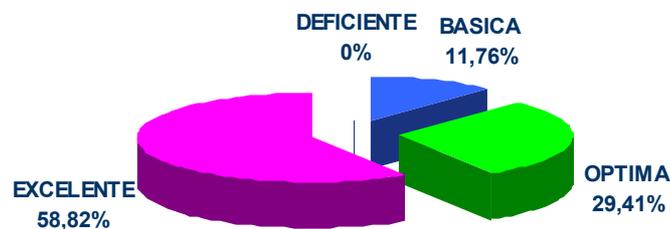
#### 5.2.6. Aspecto de las Zonas Comunes.

En este bloque se analiza la parte del interior del establecimiento de uso común para los clientes y en la cual se contempla la utilización y el estado de conservación de los elementos decorativos tradicionales, el hecho de conseguir un ambiente acogedor del local, el nivel de limpieza observada y la situación del área de recepción.

Destaca el buen nivel de limpieza y el ambiente acogedor de la mayoría de los establecimientos. El 82,35% de los establecimientos emplean elementos decorativos tradicionales, y el 76,47% poseen recepción.

Todo estas circunstancias logran que ningún establecimiento sea calificado como deficiente, apareciendo tan solo un 11,76% con una puntuación básica.

**CALIDAD SOBRE EL ASPECTO DE LAS ZONAS COMUNES DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA**



De esta manera, 9 de cada 10 establecimientos obtienen una valoración alta, concretamente un 29,41% obtiene una puntuación de optima y el 58,82% lo hace con una puntuación de excelente.

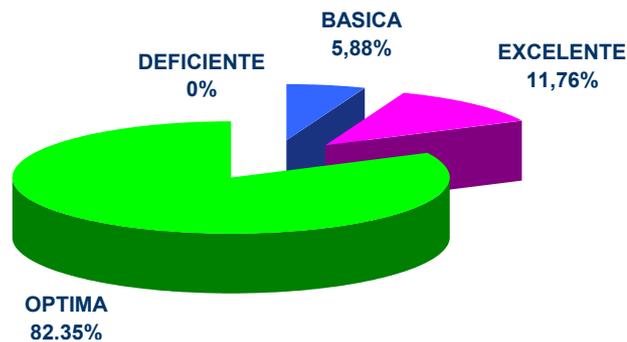
### **5.2.7. Aspecto de las habitaciones.**

Para finalizar la valoración cualitativa de los establecimientos de alojamiento, se han contemplado el estado de las habitaciones para lo cual se ha analizado el empleo de elementos decorativos tradicionales, la amplitud y el grado de confort percibido de las mismas, el nivel de insonorización y los mecanismos de oscurecimientos disponibles.

Los mecanismos de oscurecimiento de las habitaciones y la amplitud presentan una valoración positiva en todos los establecimientos. En el 76,47% se percibe un buen grado de confort y la existencia de elementos decorativos tradicionales en las habitaciones.

El aspecto peor valorado es la insonorización, de hecho sólo el 11,76% de los establecimientos analizados presentan algún tipo de mecanismo de insonorización que garantice el descanso de los clientes. Es importante señalar que un 30% de los establecimientos restantes han sido construidos recuperando edificios antiguos, dotados de muros de piedra lo suficientemente gruesos como para actuar de aislantes.

**CALIDAD SOBRE EL ASPECTO DE LAS HABITACIONES DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA**



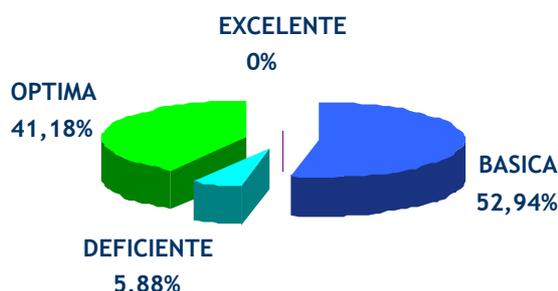
Todo esto hace que ningún establecimiento obtenga una calificación de deficiente y tan solo el 5,88% lo hace con una calificación básica. Con una puntuación de óptima aparecen el 82,35%, mientras que con una puntuación de excelente aparece el 11,76% de los establecimientos analizados.

### 5.2.8. Calificación Global.

Analizados cada uno de los bloques contemplados para obtener la apreciación del nivel de calidad de los establecimientos de la Axarquía, y ponderados según la importancia indicada de los mismos obtenemos los siguientes resultados.

La calificación global obtiene una puntuación de deficiente en el 5,88% de los establecimientos. Esto significa que aproximadamente uno de cada veinte establecimientos tiene una percepción baja de la calidad.

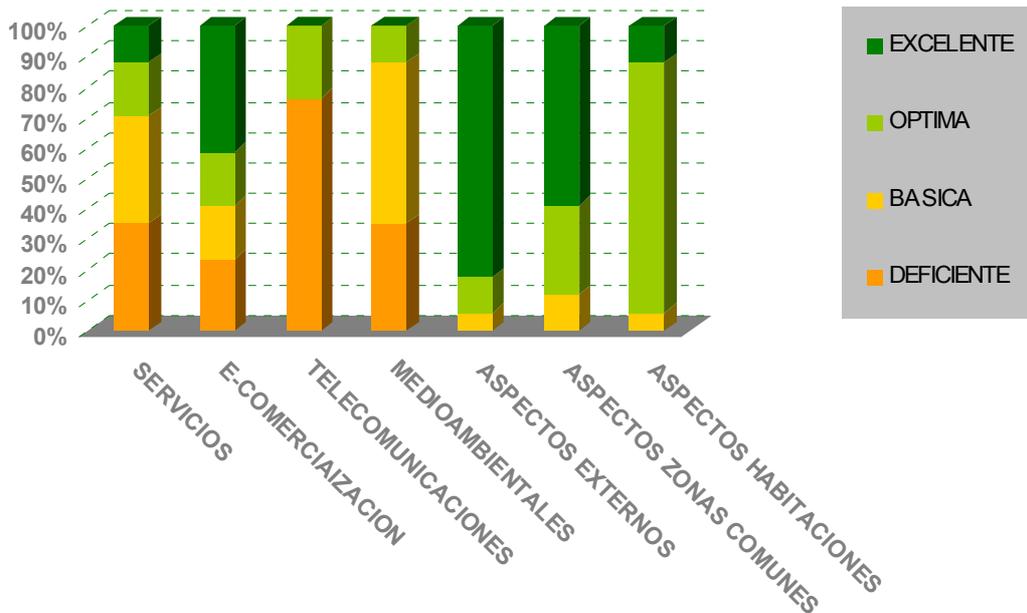
CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA AXARQUIA



Más de la mitad de los establecimientos analizados (52,94%) tienen la puntuación de básica, lo que nos traslada la idea de la percepción aceptable en más de 1 de cada 2 establecimientos.

La calificación que obtiene la segunda puntuación más alta es la de optima con el 41,18% que unido al hecho de que la calificación de excelente sea nula, significa que aproximadamente tan sólo 2 de cada 5 establecimientos analizados presentan un nivel alto de calidad.

Observamos en el grafico siguiente, que la calificación externa del establecimiento, la calificación de zonas comunes y de las habitaciones obtienen las mejores puntuaciones.



Por el contrario las calificaciones de telecomunicaciones y de Medio Ambiente son las que obtienen niveles más bajos de puntuación.

En una zona intermedia a los anteriores se situarían las calificaciones de comercialización electrónica y de prestación de servicios, por lo que todo ello ponderado nos lleva a obtener una calificación de calidad global básica.

### **5.3. Análisis Cualitativo de Calidad de la Oferta de Restauración en la Axarquía**

Como continuación en este capítulo, pasamos a analizar la calidad que presenta la restauración de la Axarquía. Para ello hemos analizado cuatro diferentes bloques en el sector de la restauración entre los que destacamos el aspecto que presenta el establecimiento, tanto en el interior como en el exterior, los equipamientos disponibles e instalados, los servicios prestados, y los mecanismos empleados como elementos de apreciación de buena gestión de calidad medioambiental.

Estos Bloques genéricos se han detallado en distintas variables que nos permiten cuantificar los niveles de calidad. Para ello se ha establecido cuatro niveles de puntuación de la calidad como son: Deficiente, Básica, Óptima y Excelente.

Para concluir sobre la valoración global del servicio de restauración, en principio se valoran las diferentes variables analizadas y que se agrupan ponderadamente para conformar la valoración por bloque. Obtenida la valoración cualitativa de los aspectos considerados estándares, mediante la correspondiente ponderación en función de la importancia asignada a cada aspecto se conforma la valoración global del servicio de restauración.

La muestra tomada en este apartado han sido restaurantes representativos y conocidos por su gastronomía en cada municipio siendo parte de ellos Establecimientos hoteleros que ofrecen un servicio público de restauración y Restaurantes dedicados exclusivamente a la restauración.

A continuación se detalla la muestra escogida para su posterior análisis.

## MUESTRA REPRESENTATIVA EN LA OFERTA DE RESTAURACIÓN DE LA AXARQUIA INTERIOR

### ALCAUCIN

**VENTA LA PARRA** RESTAURANTE CUARTA( 1 TENEDOR)

### ARCHEZ

**POSADA MESON MUDEJAR** RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)

### BENAMOCARRA

**CERRO LA JAULA** HOTEL-RESTAURANTE

### BORGE (EL)

**POSADA DEL BANDOLERO** RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)

### COLMENAR

**ARCO DEL SOL** RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)

**BELEN** RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)

**VENTA LOS ARRIEROS** HOTEL-RESTAURANTE

### COMPETA

**BALCON DE COMPETA** HOTEL-RESTAURANTE

**MUSEO DEL VINO** MUSEO-RESTAURANTE

### COMARES

**EL MOLINO DE LOS ABUELC** RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)

**LOS MOLINOS** BAR-RESTAURANTE

**MIRADOR AXARQUIA** BAR-RESTAURANTE

### CANILLAS DE ALBAIDA

**POSADA LA PLAZA** PENSION 2 ESTRELLAS

### FRIGILIANA

**ALMAZARA** HOTEL-RESTAURANTE

**FRIGILIANA** HOTEL-RESTAURANTE

<b>ALFARNATE</b>	
<b>ANTIGUA VENTA ALFARANT</b>	RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)
<b>MACHARAVIAYA</b>	
<b>MOLINO DE SANTILLAN</b>	HOTEL-RESTAURANTE
<b>MALAGA</b>	
<b>HUMAINA</b>	HOTEL-RESTAURANTE
<b>PERIANA</b>	
<b>COMPLEJO CANTUESO</b>	COMPLEJO RURAL-RESTAURANTE
<b>RIOGORDO</b>	
<b>HOSPEDERIA EL RETAMAR</b>	HOTEL-RESTAURANTE
<b>VIÑUELA</b>	
<b>LA VIÑUELA</b>	HOTEL-RESTAURANTE

Fuente: Establecimientos hoteleros y Restaurantes registrados en el R.A.T)

Pasamos a continuación a describir las puntuaciones genéricas obtenidas por cada uno de los bloques dentro del sector de la restauración y que incluye en su valoración la restauración ofrecida por los establecimientos de alojamientos junto a los propios dedicados exclusivamente a la restauración.

### **5.3.1.Aspecto del Establecimiento.**

Como elementos analizados se han tenido en cuenta la utilización de elementos de construcción y de decoración exterior e interior tradicionales, la integración en la arquitectura local, los aparcamientos disponibles, la limpieza observada en los alrededores del local, el grado de tranquilidad de entorno y la integración de los rótulos comerciales del establecimiento.

La mayor parte de los establecimientos, concretamente más del 85% utilizan elementos de construcción y de decoración tradicionales, tanto en el exterior como en el interior; y también presentan los rótulos integrados en el diseño del local.

La totalidad de los establecimientos presentan un aspecto de limpieza muy aceptable y transmiten sensación de tranquilidad. Un 60% dispone de aparcamientos, mientras que el 40% restante, al hallarse ubicado en su mayoría en el casco urbano, no disponen de zona de aparcamiento propio.

#### CALIDAD SOBRE EL ASPECTO DE LA OFERTA DE RESTAURACION DE LA AXARQUIA



No se ha detectado ningún establecimiento que obtenga una calificación de deficiente y como básica solo lo hace un 5% de los mismos. La calificación de optima lo obtienen también el 20%, lo que hace que la puntuación de excelente lo obtengan el 75% de los establecimientos.

### **5.3.2. Servicios de Restauración.**

Para medir la calidad de los servicios prestado en la restauración se han considerado las variables que hacen referencia a aspectos que van desde el acceso de minusválidos, las formas de pago utilizadas habitualmente, el uso de idiomas, la disponibilidad de la prensa diaria para consulta de los clientes, la disposición de maitre así como el ofertar carta tradicional.

El 50% de los establecimientos están adecuados para permitir el acceso al mismo por minusválidos, mientras que la forma de pago mediante tarjeta y efectivo conjuntamente lo aceptan en casi la totalidad de los establecimientos.

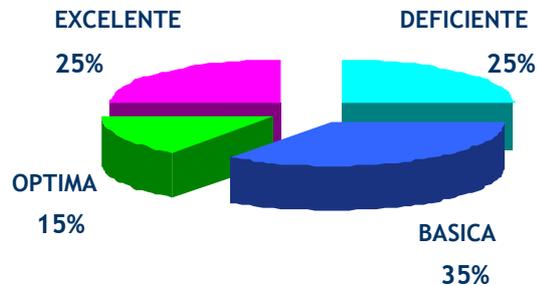
Solo el 55% de los establecimientos dominan algún idioma siendo el Inglés y Alemán los más utilizados.

La oferta de prensa diaria nos es una práctica común de los establecimientos, solo uno de cada tres disponen de este servicio, aunque los motivos en la mayoría de los casos es la no-disponibilidad de prensa diaria en el municipio en cuestión e imposibilidad de obtenerla por otros medios.

Es importante señalar la ausencia de la figura del maitre en su mayoría, próximo al 80% de los establecimientos.

La carta tradicional en los restaurantes es habitual y aunque algunos han introducido una cocina innovadora, no han perdido las raíces y la utilización de ingredientes autóctonos de la zona, en este aspecto todos intentan cuidar la gastronomía popular.

### CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA OFERTA DE RESTAURACION DE LA AXARQUIA



La calificación en este apartado esta muy diseminada, obteniendo la valoración de excelente un 25% de los establecimientos analizados y optima un 15%. Por otro lado, básica un 35% y deficiente otro 25%, lo que nos indica que el servicio prestado no es del todo satisfactorio en más de la mitad de los establecimientos, concretamente en 3 de cada 5 restaurantes.

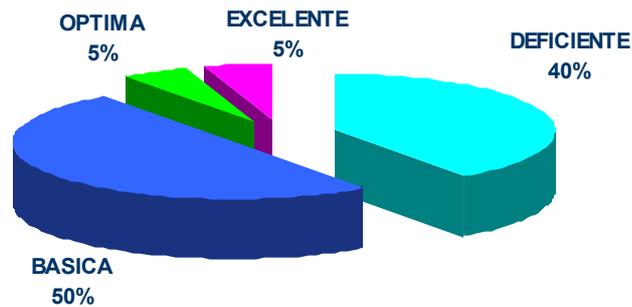
### 5.3.3. Equipamientos

En este apartado se han considerado las variables relacionadas con la disponibilidad de las cámaras frigoríficas separadas según tipo de alimentos, de bodega y el equipamiento de climatización del establecimiento.

La adecuación de cámaras frigoríficas para cada producto básico es utilizada en casi la totalidad de los establecimientos; por el contrario la disponibilidad de un recinto equipado como bodega es muy reducida dado la escasa demanda y el alto coste de la misma. El 80% disponen de aire acondicionado frio/calor y radiadores, el resto dispone de mecanismos de calor o frío.

En este apartado solo el 10% se reparte una valoración de excelente y optima, el 50% obtiene una calificación de básica y el resto es deficiente (40%).

#### CALIDAD DE LOS EQUIPAMIENTOS DE LA OFERTA DE RESTAURACION DE LA AXARQUIA



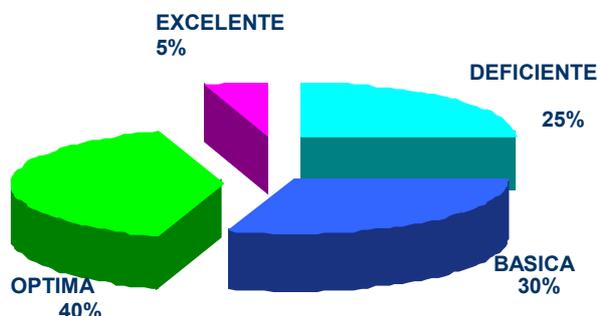
#### 5.3.4. Aspectos Medio Ambientales

Este apartado ha considerado el tratamiento de los residuos tanto líquidos como sólidos, el proceso de reciclaje de los productos consumibles, la utilización de productos ecológicos en la limpieza, así como las medidas de ahorro de agua y el empleo y confección del menú con productos ecológicos.

El porcentaje de establecimientos que realizan el tratamiento de separación de residuos resulta bajo; aunque, por otro lado, el reciclado de aceites y el uso de extractor de aceites lo emplean la mayoría. También se denota la utilización de mecanismo de ahorro de agua en el 75% de los establecimientos, y el 30% introduce algunos productos alimenticios de gama ecológica.

La utilización de consumibles reciclados y productos de limpieza ecológicos no esta introducido en la mayoría de los establecimientos.

### CALIDAD SOBRE LOS ASPECTOS OFERTA DE RESTAURACION DE LA AXARQUIA



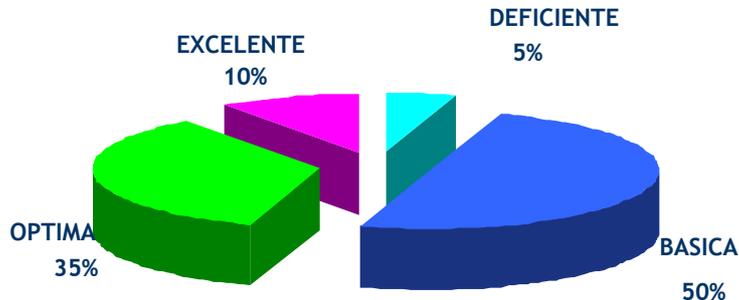
La valoración global obtenida para los establecimientos de restauración ha sido pareja similar en los dos niveles más bajos. Así se obtiene para el nivel de deficiente y básica una puntuación del 25% y 30% respectivamente, mientras que para el nivel de optima la puntuación conseguida es la máxima, concretamente un 40% y solo el 5% obtiene la valoración máxima de excelente.

#### 5.3.6. Calificación global del servicio de restauración.

Analizados anteriormente todos los aspectos contemplados en la ponderación para la calificación global, los resultados obtenidos nos muestran que hay oferta para todas las calificaciones, siendo la más minoritaria entre la oferta analizada la de menor calidad Deficiente, que es alcanzada por el 5% de la oferta de restauración.

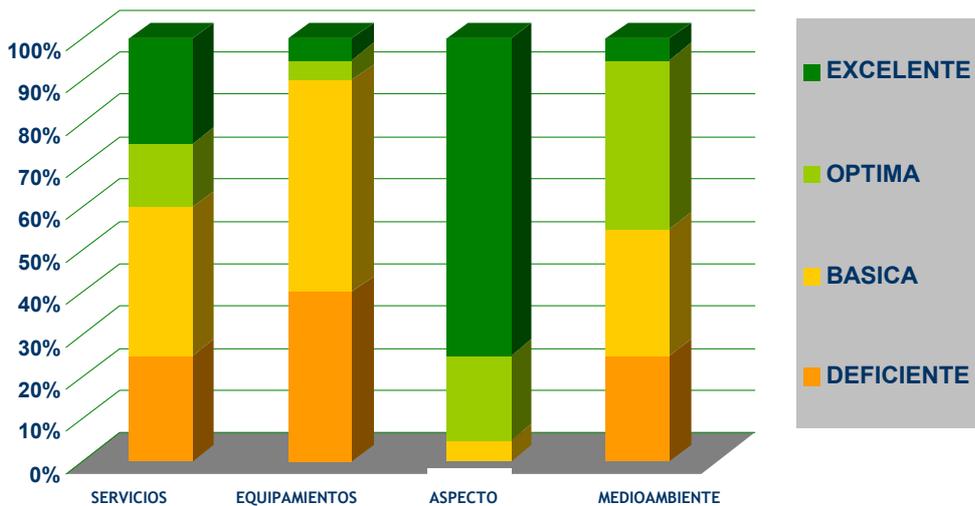
La valoración de Básica es alcanzada por la mitad de la oferta (50%), seguida de Optima con un 35% y por último se sitúa la calificación de Excelente, alcanzada por el 10% de los establecimientos analizados.

**CALIFICACION DE LA OFERTA DE RESTAURACION DE LA AXARQUIA**



Se puede observar que las calificaciones mejor valoradas las encontramos en las variables que conforman los aspectos tanto del interior como del exterior, seguidos por los servicios y los medioambientales. Son los equipamientos de restauración los que obtienen la menor puntuación.

**CALIFICACION GLOBAL DE RESTAURACION**



#### **5.4. Diagnostico Cualitativo Individualizado de cada Establecimiento Turístico**

A continuación se muestran las fichas por cada establecimiento integrado en la muestra con los valores alcanzados en cada uno de los parámetros o aspecto valorados así como la calificación obtenida en cada temática o área y valoración global obtenida por el establecimiento.

Es importante señalar que en el levantamiento de campo mediante entrevistas de estos parámetros de calidad, se ha recogido también el hecho de disponer y presentar una marca o distintivo de calidad. Este aspecto, tal y como ya se ha explicado en la metodología no es computable en la calificación ni por áreas ni global, tan sólo se reflejará en las fichas que a continuación se detallan.

### **5.4.1. Diagnóstico de Calidad de los Establecimientos Hoteleros**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *POSADA MESON MUDEJAR*

**Pension  
1 Estrella  
ARCHEZ**



**DIRECCIÓN - Álamo, 6  
29753 ARCHEZ  
TELEFONO - 952 553106**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2000</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>5</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>10</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>55%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	3,3
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION OPTIMA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.posadamesonmudejar.com">www.posadamesonmudejar.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Axartur/RuralAndalus/Transvacaciones/

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	NO

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**BASICA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL CERRO LA JAULA*

#### Hotel 3 Estrella BENAMOCARRA



**DIRECCIÓN - C/Cerro la jaula nº1  
29719 BENAMOCARRA  
TELEFONO –952 535748**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -Comisionista  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

#### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1996</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>10</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>18</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>40%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

#### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

### BÁSICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	4,5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION

### EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotelcerrolajaula.com">www.hotelcerrolajaula.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Malaga rural/Refector/ Toprural

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES

### OPTIMA

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL

### BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Transp.propio/S.municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

**VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR**

**EXCELENTE**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

**VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES**

**EXCELENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

**VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES**

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Regular
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *POSADA DEL BANDOLERO*

#### Hotel 1 Estrella BORGE (EL)



**DIRECCIÓN - C/ La Peseta  
29718 BORGE (EL)  
TELEFONO - 952519450**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -Comisionista  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2003</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>6</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>12</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>40%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	3,0
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION BASICA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.posadadelbandolero.com">www.posadadelbandolero.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General / Bombillas b consumo
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Propano
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	NO

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

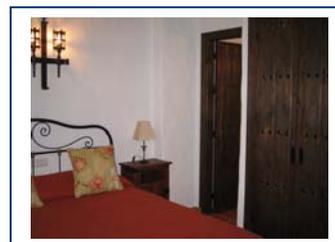
## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**BASICA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### **POSADA LA PLAZA**

**Pension (\*)  
2 Estrella  
CANILLAS DE ALBAIDA**



(\*) Actualmente se encuentra en tramitación

**DIRECCIÓN- Plaza Mayor  
29755 CANILLAS DE ALBAIDA  
TELEFONO – 952 554807**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2004</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>9</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>22</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>45%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	3,1
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	-

### VALORACION DE COMERCIALIZACION

**OPTIMA**

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.posada-laplaza.com">www.posada-laplaza.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES

**DEFICIENTE**

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL

**BASICA**

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General/Bombillas b.consumo
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>No dispone</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Buena</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

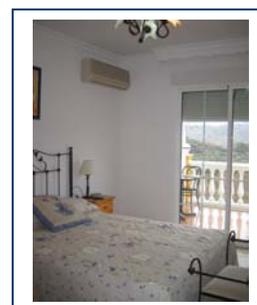
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL-RESTAURANTE ARCO DEL SOL*

**Pension  
1 Estrella  
COLMENAR**



**DIRECCIÓN - Carretera de Arco km 8,2  
29170 COLMENAR  
TELEFONO – 952 730198**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. Carretera**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2001</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>13</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>27</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>40%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	4,5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION DEFICIENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	NO
TIPO DE PAGINA WEB	Ninguna
DIRECCIÓN DE WEB	Ninguna
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	NO
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Transp.propio/S.municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

**VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR**

**BÁSICA**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>NO</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Regular</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

**VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES**

**BASICA**

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>NO</b>

**VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES**

**OPTIMA**

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Regular</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIZACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

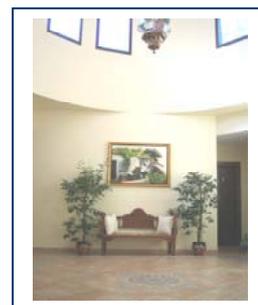
***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***DEFICIENTE***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL CASA BELEN*

#### Hotel 2 Estrella COLMENAR



**DIRECCIÓN - Camino de Málaga. 105  
29170 COLMENAR  
TELEFONO – 952 730031**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2001</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>11</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>22</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>55%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	3,7
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION

**DEFICIENTE**

DISPONE DE PAGINA WEB	NO
TIPO DE PAGINA WEB	Ninguna
DIRECCIÓN DE WEB	Ninguna
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES

**DEFICIENTE**

DISPONE DE FAX	NO
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL

**BASICA**

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificación, Servicios Municipales, reciclaje y reutilizacion
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Cerrados</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>NO</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Regular</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Regular</b>
<b>INSONORIZACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL HUMAINA*

### Hotel 3 Estrella COLMENAR



**DIRECCIÓN - Ctra-Colmenar "Paraje el Cerrado". 29013 COLMENAR  
TELEFONO – 952 641025**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -Comisionista  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1999</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>14</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>28</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>75%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Parque Natural/El Pais/ Michelin / Establecimiento con singularidad/Destinosnaturales</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS OPTIMA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	2,8
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	7%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotelhumaina.es">www.hotelhumaina.es</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Rural andalus/Minotel/C.Rva.com/sol.com Destinosnaturales/Rusticblue

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES OPTIMA

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL OPTIMA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General/ Bombillas b. consumo
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Depuradora
AGUA CALIENTE SANITARIA	Propano
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificación, Servicios Municipales , reciclaje y reutilizacion
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Ecológicos

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Buena</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIZACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *EL MOLINO DE LOS ABUELOS*

#### CASA RURAL (\*) COMARES



(\*) Registrada en el RAT como casa rural aunque en la actualidad se comercializa como Establecimiento Hotelero.

**DIRECCIÓN-** Balcón de la axarquía nº2  
29195 COMARES  
**TELEFONO –** 952 509309

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -** En Propiedad  
**SITUACIÓN –** Estab. De Ciudad

#### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1998</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>6</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>14</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>65 %</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

#### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	2,8
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	7%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION

**DEFICIENTE**

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Asociación/Organismo
DIRECCIÓN DE WEB	-
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES

**DEFICIENTE**

DISPONE DE FAX	NO
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL

**DEFICIENTE**

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>No dispone</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Buena</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Regular</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

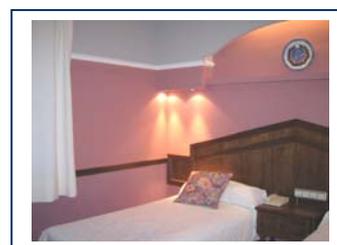
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL-APARTAMENTO BALCON DE COMPETA*

#### Hotel 3 Estrella COMPETA



**DIRECCIÓN- C/ San Antonio 75  
29754 COMPETA  
TELEFONO – 952 553535**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1996</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>34</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>88</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>60%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 DÍAS</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>El Pais/Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5,2
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotel-competa.com">www.hotel-competa.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	<a href="http://Pulmantur/booking.net/viajesalmeria">Pulmantur/booking.net/viajesalmeria</a> <a href="http://Halconviajes/lastime.com">Halconviajes/lastime.com</a>

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Generador/Placas solares
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica/Solar
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**EXCELENTE**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos/Cerrados
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	NO
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Regular
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Regular
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

**VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO**

**OPTIMA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL VILLA FRIGILIANA*

#### Hotel 3 Estrella FRIGILIANA



**DIRECCIÓN - C/San Sebastian s/n  
29788 FRIGILIANA  
TELEFONO – 952 533393**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2002</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>35</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>80</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>65%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía El Pais-Aguilar</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Todo
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	8,0
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.villafrigiliana.com">www.villafrigiliana.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Toi/Aldaltour/Uniplaya

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad y Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

OPTIMA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	NO
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Regular
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	SI
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**BASICA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL ALMAZARA*

### Hotel 3 Estrella FRIGILIANA



**DIRECCIÓN - Ctra Nerja-Frigiliana.  
Los Tablazos, 197 .29788 FRIGILIANA  
TELEFONO – 952 534200**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2002</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>22</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>45</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>65%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin/Specialplacetostate</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todo
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	4,1
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	2%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotelruralalmazara.com">www.hotelruralalmazara.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	<a href="http://Centralreserva.com/Welcomespain/Hotellink">Centralreserva.com/Welcomespain/Hotellink</a> <a href="#">Toprural/Virginiatour</a>

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Fosa séptica
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad y Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

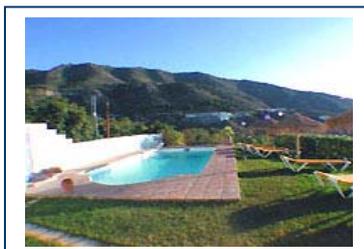
## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**OPTIMA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *POSADA MORISCA*

#### Hotel 3 Estrella FRIGILIANA



**DIRECCIÓN - Loma de la Cruz s/n  
29788 FRIGILIANA  
TELÉFONO – 952 534151**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2001</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>12</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>24</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>NO</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>75%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Rusticae/ Charming /Geoguide/ Specialplacestate/ Lugaresdivinos</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS OPTIMA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	4,8
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.laposadamorisca.com">www.laposadamorisca.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Toi/ Rustica/Magic/Toprural Virginiatour/Rural-andalus/Rusticae

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES OPTIMA

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Generador
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Depuradora
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>EXCELENTE</b>
---------------------------------------	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Buena</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIZACION</b>	<b>SI</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL MACHARAVIAYA*

**Hotel  
2 Estrella  
MACHARAVIAYA**



**DIRECCIÓN -** Lagar del Rio  
29791 MACHARAVIAYA  
TELEFONO – 952 110399

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**En Propiedad  
**SITUACIÓN –**Establ. Rural

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2001</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>7</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>14</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>NO</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>40%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Niguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	7,0
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION DEFICIENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	NO
TIPO DE PAGINA WEB	Ninguna
DIRECCIÓN DE WEB	Ninguna
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	NO
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Depuradora
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Transp.propio/S.municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

OPTIMA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Regular
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

**VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO**

**BASICA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOSPEDERÍA RETAMAR*

#### Hotel 2 Estrella RIOGORDO



**DIRECCIÓN - Camino del Bujeo  
20180 RIOGORDO  
TELEFONO – 952 031225**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1998</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>11</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>23</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>50%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin/El Pais</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Niguno
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	5,8
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION BASICA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Asociación/Organismo
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.andalucia.com/retamar">www.andalucia.com/retamar</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Rustiblus/Crossels/Olymar/ Tierrarural

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Fosa séptica
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Transp.propio/S.municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**BASICA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *MOLINO DE SANTILLAN*

**Hotel  
2 Estrella  
RINCON DE LA VICTORIA**



**DIRECCIÓN - Ctra.Macharraviaya  
29730 RINCON DE LA VICTORIA  
TELEFONO – 902 120240**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1997</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>20</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>45</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>70%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin/El pais/Estancias de españa/ Specialplacestostate/Rusticae/Charming/Caractere</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Todo
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	3,8
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	4%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION

**EXCELENTE**

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.molinodesantillan.es">www.molinodesantillan.es</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Transeurope/Rusticae/Jumbotour/ Minotel/Notodohotel/Toprural/Virginiatour

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES

**OPTIMA**

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL

**OPTIMA**

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General/Solar
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Depuradora/Fosa séptica
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad y Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Transp.propio/S.municipales
CLIMATIZACION	Electrica/Gas
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**OPTIMA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL LA VIÑUELA*

#### Hotel 3 Estrella VIÑUELA



**DIRECCIÓN - Ctra Veléz-Málaga-Alhama**  
**s/n 29712 VIÑUELA**  
**TELEFONO - 952519193**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -Comisionista**  
**SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1998</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>15</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>32</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>70%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>"Michelin/Gourmentun</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	1,3
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	3%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION OPTIMA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotelvinuela.com">www.hotelvinuela.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Virginiatur/Destinosnaturales/ Rural-andalus

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General/Generador
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Decantacion y camiones cubas
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas y Electricidad
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificacion y Transporte Propio
CLIMATIZACION	Electrica/Gas
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

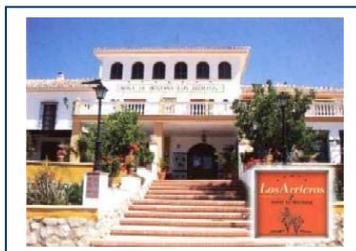
## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**OPTIMA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL LOS ARRIEROS*

**Hotel  
2 Estrella  
COLMENAR**



**DIRECCIÓN - Ctra Casabermeja-Colmenar  
29320 COLMENAR  
TELEFONO – 952 730037**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -En Propiedad  
SITUACIÓN –Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1986</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>14</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>28</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>45%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>2 dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	4,0
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION BASICA

DISPONE DE PAGINA WEB	NO
TIPO DE PAGINA WEB	Ninguna
DIRECCIÓN DE WEB	Ninguna
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	hotelkey.com/ Globalreserva

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Generador
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Transp.propio/S.municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

EXCELENTE

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

OPTIMA

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Regular
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIZACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO

**BASICA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### ALOJAMIENTOS HUETOR

#### APARTAMENTO I 2 LLaves VIÑUELA



**DIRECCIÓN-** Paraje la Rotura  
29712 VIÑUELA  
**TELEFONO –** 659 58 95 62

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -** En Propiedad  
**SITUACIÓN –** Estab. Rural

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2004</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>8</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>40</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>NO</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>40%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>5 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%

### VALORACION DE COMERCIALIZACION OPTIMA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.alojamientoshuetor.com">www.alojamientoshuetor.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	ruralalndalus/tierrarural virginiatour

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	NO
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Transporte propio/Servicios
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**EXCELENTE**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	NO

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	Buena
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### COMPLEJO CANTUESO



### CASA RURAL (\*) PERIANA



(\*) Complejo Rural compuesto por 10 casas independientes.

**DIRECCIÓN-** Finca Cantueso  
29710 PERIANA  
**TELEFONO –** 699 946213

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -** En Propiedad  
**SITUACIÓN –** Estab. De Ciudad

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2002</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>10</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>40</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>40%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>5 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Dos Aceitunas</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	NO

### PLAZAS POR PERSONAL

5

PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	0%
--	----

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	www.cantueso.net
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Tierrarural/ Rural-andaluz Virginiatour/Destinosnaturales

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	NO
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Decantación y Cubas
AGUA CALIENTE SANITARIA	Gas
RESIDUOS SÓLIDOS	Transporte propio/Servicios Municipales/Clasiicación
CLIMATIZACION	Municipales/Clasiicación
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>EXCELENTE</b>
--	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>Buena</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## **5.4.2. Diagnóstico de Calidad de los Establecimientos de Restauración**

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *VENTA LA PARRA*

**Restaurantes  
ALCAUCIN  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**

**DIRECCIÓN - Cruz de Gitano nº1  
29711-ALCAUCIN  
TELEFONO – 952 15813**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>1998</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>13</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>90</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>16 €</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**OPTIMA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>SI</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Efectivo y Tarjeta</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Inglés y Frances</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>NO</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**BASICA**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Todo</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>NO</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores/ Aire acondicionado</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>SI</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *POSADA MESON MUDEJAR*

**Pension  
1 Estrella  
ARCHEZ**

**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Álamo, 6  
29753-ARCHEZ  
TELEFONO - 952553106**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN - Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2000</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>10</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>50</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>25 €</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO DEFICIENTE

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Carnes y Pescado
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**DEFICIENTE**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>NO</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL CERRO LA JAULA*

**Hotel**  
**3 Estrella**  
**BENAMOCARRA**  
**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - C/Cerro la jaula nº1**  
**29719-BENAMOCARRA**  
**TELEFONO -**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal**  
**SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>1996</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>12</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>80</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>30 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *POSADA DEL BANDOLERO*

**Hotel**  
**1 Estrella**  
**BORGE (EL)**  
**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - C/ La Peseta**  
**29718-BORGE (EL)**  
**TELEFONO - 952519450**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal**  
**SITUACIÓN - Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2003</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>14</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>50</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>22 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>SI</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *POSADA LA PLAZA*

Hostal  
2 Estrella  
CANILLAS DE ALBAIDA  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO

DIRECCIÓN - Plaza Mayor  
29755-CANILLAS DE ALBAIDA  
TELEFONO – 95 554807

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	2004
Nº MESAS	9
Nº PLAZAS	36
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	22 € Euros

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	NO
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	NO
MARCA DE CALIDAD	Ninguna

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>NO</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Efectivo y Tarjeta</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Inglés</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>NO</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>No dispone</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**DEFICIENTE**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Carnes y Pescado</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>NO</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores/ Aire acondicionado</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**DEFICIENTE**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>NO</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL-RESTAURANTE ARCO DEL SOL*

**Pension  
1 Estrella  
COLMENAR**

**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Carretera de Arco km 8,2  
29170-COLMENAR  
TELEFONO – 952 730198**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. Carretera**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2001</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>40</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>200</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>12 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Niguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO BASICA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	NO
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Regular
GRADO DE TRANQUILIDAD	Regular
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	NO

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO DEFICIENTE

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Carnes y Pescado
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**BASICA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL CASA BELEN*

**Hotel**  
**2 Estrella**  
**COLMENAR**  
**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Camino de Málaga. 105**  
**29170-COLMENAR**  
**TELEFONO – 952 730031**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal**  
**SITUACIÓN – Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2001</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>25</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>150</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>12 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Niguno
PRENSA DIARIA	SI
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO OPTIMA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Cerrados
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>SI</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL HUMAINA*

**Hotel**  
**3 Estrella**  
**COLMENAR**  
**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Ctra-Colmenar "Paraje el Cerrado" 29013-COLMENAR**  
**TELEFONO – 952 641025**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal**  
**SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>1999</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>10</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>40</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>25 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Parque Natural / El pais/Michelin/ Establecimiento con singularidad</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**OPTIMA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>SI</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Efectivo y Tarjeta</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Todos</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>NO</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**DEFICIENTE**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Todo</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>NO</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**EXCELENTE**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>SI</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *EL MOLINO DE LOS ABUELOS*

Hotel  
1 Estrella  
COMARES

OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO



DIRECCIÓN - Balcon de la Axarquia nº2  
29195-COMARES  
TELEFONO – 952 509309

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	1998
Nº MESAS	18
Nº PLAZAS	70
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	30 € Euros

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	NO
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	NO
MARCA DE CALIDAD	Ninguna

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>NO</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Efectivo y Tarjeta</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Inglés</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>NO</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>No dispone</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**DEFICIENTE**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Unica</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>NO</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores/ Aire acondicionado</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**DEFICIENTE**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>NO</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *RESTAURANTE MIRADOR DE LA AXARQUIA*

Apartamento  
COMARES  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO

DIRECCIÓN - La encinilla s/n  
29195-COMARES  
TELEFONO – 952 509209

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad

#### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	1995
Nº MESAS	8
Nº PLAZAS	30
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	12 € Euros

#### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	NO
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	NO
MARCA DE CALIDAD	Ninguna

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo
IDIOMAS	Ninguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	NO
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO BASICA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	NO
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Regular
GRADO DE TRANQUILIDAD	Regular
ELEMENTOS DE DECARACION TRADICIONAL	NO

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO DEFICIENTE

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Carnes y Pescado
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**DEFICIENTE**

SEPARACIÓN DE RESIDUOS	NO
CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)	NO
PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS	NO
MECANISMO DE AHORRO DE AGUA	SI
RECICLADO DE ACEITES	NO
EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA	SI
PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS	NO

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
DEFICIENTE***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL BALCON DE COMPETA*

Hotel  
3 Estrella  
COMPETA

OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO



DIRECCIÓN - C/San Antonio 75  
29754-COMPETA  
TELEFONO – 952 553535

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	1996
Nº MESAS	15
Nº PLAZAS	50
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	20 € Euros

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	SI
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	SI
MARCA DE CALIDAD	El Pais/Michelin

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	SI
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO OPTIMA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos/Cerrados
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	NO

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**BASICA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *RESTAURANTE ASADOR MUSEO DEL VINO*

Restaurantes  
COMPETA  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO



DIRECCIÓN –Avda,Constitución.  
29754-COMPETA  
TELEFONO - 952553314

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	1995
Nº MESAS	20
Nº PLAZAS	150
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	20 € Euros

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	NO
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	SI
MARCA DE CALIDAD	El Pais/Michelin

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>NO</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Efectivo y Tarjeta</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Niguno</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>NO</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>No dispone</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**DEFICIENTE**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Carnes y Pescado</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>NO</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Aire acondicionado</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**DEFICIENTE**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>NO</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL VILLA FRIGILIANA*

**Hotel  
3 Estrella  
FRIGILIANA  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - C/San Sebastian s/n  
29788-FRIGILIANA  
TELEFONO – 952 533393**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2002</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>21</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>80</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>25 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía El Pais-Aguilar</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todo
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	SI
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	SI

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO BASICA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	NO
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	NO

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**BASICA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL ALMAZARA*

**Hotel  
3 Estrella  
FRIGILIANA  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Ctra Nerja-Frigiliana. Los  
Tablazos,197. 29788-FRIGILIANA  
TELEFONO – 952 534200**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2002</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>8</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>32</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>30 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin/Specialplacetostate</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>SI</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Todo</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Inglés y Aleman</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Todo</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>NO</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores/ Aire acondicionado</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**BASICA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOSPEDERÍA RETAMAR*

**Hotel  
2 Estrella  
RIOGORDO  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Camino del Bujeo  
20180-RIOGORDO  
TELEFONO – 952 031225**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN Personal  
SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>1998</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>25</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>150</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>35 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Niguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

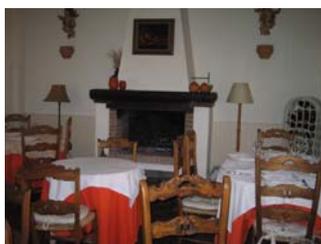
<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *MOLINO DE SANTILLAN*

**Hotel**  
**2 Estrella**  
**RINCON DE LA VICTORIA**  
**OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Ctra.Macharraviaya**  
**29730-RINCON DE LA VICTORIA**  
**TELEFONO – 902 120240**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal**  
**SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>1997</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>14</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>65</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>35 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin/El pais/Estancias de españa / Specialplacestostate/Rusticae/Charming/Caractere</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**BASICA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>NO</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Todo</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Todos</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>NO</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**OPTIMA**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Carnes y Pescado</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>SI</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores/ Aire acondicionado</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**BASICA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>NO</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL LA VIÑUELA*

**Hotel  
3 Estrella  
VIÑUELA  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO**



**DIRECCIÓN - Ctra Veléz-Málaga-Alhama  
s/n. 29712-VIÑUELA  
TELEFONO – 952 519193**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>1998</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>20</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>100</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>35 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Michelin/Gourmentun</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	SI

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECARACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO EXCELENTE

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	SI
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>SI</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
EXCELENTE***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### COMPLEJO RURAL CANTUESO

#### Casa Rural PERIANA OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO

TopRural.com



TopRural.com



TopRural.com



**DIRECCIÓN - Finca Cantueso**  
**29710-PERIANA**  
**TELEFONO – 699 946213**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal**  
**SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2002</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>17</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>70</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>20 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Dos aceitunas</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

### BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Inglés y Aleman
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	NO
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

### EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

### DEFICIENTE

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Carnes y Pescado
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>SI</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *RESTAURANTE LOS MOLINOS*

Restaurantes  
COMARES  
OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO

DIRECCIÓN - Barriada los ventorros  
29195-COMARES  
TELEFONO - 952330012

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Establ. Rural

#### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	1996
Nº MESAS	18
Nº PLAZAS	50
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	12 € Euros

#### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	NO
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	NO
MARCA DE CALIDAD	Ninguna

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo
IDIOMAS	Niguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO OPTIMA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	No dispone
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL	NO

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO DEFICIENTE

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Carnes y Pescado
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**DEFICIENTE**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>NO</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>NO</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
DEFICIENTE***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL LO ARRIEROS*

Hotel  
2 Estrella  
COLMENAR

OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO



DIRECCIÓN - Ctra Casabermeja-Colmenar  
29320-COLMENAR  
TELEFONO – 952 730037

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Establ. Rural

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA -	1986
Nº MESAS	45
Nº PLAZAS	275
DISPONE DE BAR / CAFETERÍA	SI
CIERRE TEMPORAL	NO
PRECIO MEDIO DEL MENU	15 € Euros

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	SI
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	SI
MARCA DE CALIDAD	Guía Michelin

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS DEFICIENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	Niguno
PRENSA DIARIA	NO
DISPONE DE CARTA TRADICIONAL	SI
MAITRE	NO

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO EXCELENTE

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	SI
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	Abiertos
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena
ELEMENTOS DE DECARACION TRADICIONAL	SI

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO BASICA

CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS	Todo
DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS	NO
CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN	Radiadores/ Aire acondicionado

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**BASICA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
BASICA***

## RESTAURACIÓN EN LA AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *ANTIGUA VENTA ALFARNATE*

#### Restaurantes ALFARNATE OFERTA SERVICIO DE RESTAURACIÓN AL PÚBLICO



**DIRECCIÓN - Antigua Carretera Malaga  
Granada 513,8.29-ALFARNATE  
TELEFONO – 952 759388**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Personal  
SITUACIÓN – Establ. Rural**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA -</b>	<b>2001</b>
<b>Nº MESAS</b>	<b>60</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>275</b>
<b>DISPONE DE BAR / CAFETERÍA</b>	<b>SI</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>SI</b>
<b>PRECIO MEDIO DEL MENU</b>	<b>20 € Euros</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>El Pais/Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS

**OPTIMA**

<b>ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS</b>	<b>SI</b>
<b>FORMAS DE PAGO</b>	<b>Efectivo y Tarjeta</b>
<b>IDIOMAS</b>	<b>Niguno</b>
<b>PRENSA DIARIA</b>	<b>NO</b>
<b>DISPONE DE CARTA TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>MAITRE</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL ASPECTO DE ESTABLECIMIENTO

**EXCELENTE**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>SI</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>Abiertos</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>
<b>ELEMENTOS DE DECORACION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>

### VALORACION DEL EQUIPAMIENTO

**BASICA**

<b>CAMARAS SEPARADAS SEGÚN TIPO DE ALIMENTOS</b>	<b>Carnes y Verduras</b>
<b>DISPONE DE BODEGA PARA CONSERVACIÓN DE VINOS</b>	<b>SI</b>
<b>CALEFACCIÓN Y REFRIGERACIÓN</b>	<b>Radiadores</b>

**VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL**

**OPTIMA**

<b>SEPARACIÓN DE RESIDUOS</b>	<b>NO</b>
<b>CONSUMIBLES RECICLADOS (PAPEL, PAÑOS, ..ETC)</b>	<b>NO</b>
<b>PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE AHORRO DE AGUA</b>	<b>SI</b>
<b>RECICLADO DE ACEITES</b>	<b>SI</b>
<b>EXTRACTOR DE FILTROS DE GRASA</b>	<b>SI</b>
<b>PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECOLÓGICOS</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL RESTAURANTE  
OPTIMA***

**Capítulo 6.**  
**ANÁLISIS DE LOS RECURSOS**  
**TURÍSTICOS DEL DESTINO**  
**AXARQUIA**

## 6. AUDITORÍA DE CALIDAD SOBRE RECURSOS TURÍSTICOS

Además de la oferta turística, el desarrollo y la consolidación de un destino turístico, sobre todo de calidad, está estrechamente vinculado a la puesta en funcionamiento de los recursos locales (naturales, culturales, etnográficos, etc.) ubicados en su territorio. La inclusión de estos recursos, dentro de la planificación turística, se debe de plantear primero como una oportunidad para recuperarlos y, en segundo lugar, permite ponerlos en funcionamiento como elementos integrantes de un producto turístico, capaz de generar rentas y empleo en los destinos.

En el presente capítulo se pretende, precisamente, conocer cuál es la situación de los principales recursos turísticos del destino turístico de la Comarca de la Axarquía, con el fin de optimizar sus potencialidades turísticas. Así pues, este diagnóstico se plantea a través de una auditoría de calidad sobre los recursos, que ofrece una metodología de trabajo, capaz de determinar las potencialidades turísticas de la comarca, para que en el futuro se puedan efectuar actuaciones que permitan la mejora y la puesta en valor de los recursos.

Aunque el objeto del capítulo es bien distinto al puramente conceptual, y lejos de pretender determinar acepciones categóricas, al abordar este epígrafe creemos que es necesario definir el concepto de “RECURSO”. En este sentido, entendemos que “ **Recurso Turístico** “ es el conjunto de elementos disponibles, cuyos atractivos singulares permiten atraer la atención de los visitantes y turistas.

Por otra parte, cabe señalar que el objetivo planteado no es realizar un inventario técnico exhaustivo, con todos los recursos reales y potenciales de la comarca, sino que por el contrario se trata de analizar las características

esenciales de los principales recursos de la zona. Así pues, el primer epígrafe del capítulo recoge de forma sintética un inventario sobre los recursos, según municipios y según las tipologías de los elementos patrimoniales.

En el segundo epígrafe, se explican los criterios seguidos en la evaluación de cada recurso y se recoge el análisis de auditoría sobre los principales elementos patrimoniales con potencialidad turística.

Por último se desarrollan unas propuestas integrales que tienen como objetivo la mejora de la competitividad y sostenibilidad del destino en su conjunto.

La estructura desarrollada ha seguido un método en el cual se ha unido el análisis técnico de inventarización y clasificación de Recursos Turísticos, con el soporte informático para tenerlo en continua actualización, y la metodología participativa destacando la valiosísima colaboración de CEDER (Centro de Desarrollo Rural de la Axarquía), que ha participado de manera activa en el desarrollo del trabajo, aportando todo tipo ideas y de recomendaciones. También se ha contado con la participación y colaboración de APTA (Asociación para la promoción turística de la Axarquía) que ha querido también colaborar en este proyecto.

### **6.1. Inventario de recursos turísticos**

El análisis propuesto se aborda como paso posterior a la realización de un inventario municipalizado sobre los recursos turísticos de la Axarquía. En este sentido, y según puede observarse a continuación, los recursos han sido clasificados en función de la tipología de los elementos patrimoniales. Este inventario es la base para la diversificación turística de los destinos turísticos.

La estructura seguida clasifica los recursos por tipologías y subtipología, y dentro de cada tipología aparecen recogidos los elementos patrimoniales por municipios.

A continuación vamos a especificar la estructura y método seguido en el conjunto del trabajo desarrollado.

El análisis de los recursos de la comarca de la Axarquía se realizó mediante un trabajo de inventario que siguió el procedimiento que se expresa a continuación :

1. En primer lugar se partió de la base de datos de recursos turísticos de la comarca de la Axarquía que existía en Sopde (la Sociedad de Planificación y Desarrollo, S.A).
2. Para la confección y realización final de esta base de datos se contó con la colaboración de Ceder (Centro de Desarrollo Rural de la Axarquía), que desde el primer momento participó activamente en la confección de la base de datos final aportando nuevos recursos y todo tipo de ideas que resultaron de esencial importancia a lo largo de todo el desarrollo del trabajo. También se invitó a participar en esta labor a Apta (Asociación para la promoción turística de la Axarquía), que accedió encantada involucrándose desde el principio en el proyecto.
3. Con la nueva base de datos revisada y actualizada se trabajó en la confección final del inventariado de recursos turísticos contando para ello con un exhaustivo trabajo de documentación y recopilación de datos obtenidos por el técnico encargado de llevar a cabo este proyecto.

Por ultimo se obtuvo la definitiva base de datos, la cual se ha diseñado como abierta y en soporte informático para que en el futuro se pueda

realizar cualquier modificación y se mantenga así continuamente actualizada.

Del análisis del inventario dio como resultado una selección muestral de 46 recursos de una muestra de 70 recursos distribuidos en 20 municipios integrantes de la comarca de la Axarquía que enumeramos a continuación: Alcaucín, Algarrobo, Almachar, Archez, Arenas, Benamargosa, Benamocarra, El Borge, Canillas de Aceituno, Canillas de Albaida, Competa, Cútar, Iznate, Macharaviaya, Moclinejo, Salares, Sayalonga, Sedella, Totalán y La Viñuela.

Es importante señalar que la clasificación por recurso turístico ha sido la siguiente:

1. **Recurso productivo**
2. **Recurso Natural**
  - a. **Cinegético**
  - b. **Flora y fauna**
  - c. **Geográfico**
  - d. **Hidrológico**
  - e. **Climatológico**
  - f. **Playa**
3. **Infraestructura turística**
4. **Recurso Cultural**
  - a. **Construcción de interés natural**
  - b. **Elemento panorámico**
  - c. **Tejido Urbano**
  - d. **Artístico**
  - e. **Viarios**
  - f. **Gastronomía**
  - g. **Folklore**
  - h. **Artesanía**
5. **Evento Turístico**
6. **Actividad turística**

Y en ultimo lugar una vez analizados los recursos turísticos de la comarca de la Axarquía, es de esencial importancia conocer la situación de los principales recursos de cara a su visita por parte de los turistas, es decir, la realización de un Audit de Calidad. Dicho trabajo ha sido efectuado por un técnico encargado para este trabajo, que ha visitado como turista una muestra representativa de los recursos turísticos de la comarca de la Axarquía, analizando los puntos negativos que pueden tener los mismos para un visitante.

IPOLOGIA	RECURSO CULTURAL
SUBTIPOLOGIA	CONSTRUCCIÓN DE INTERES CULTURAL

#### *ALCAUCÍN*

CASTILLO ARABE DE SALIA  
 IGLESIA DE NTRA. SRA. DEL ROSARIO  
 ERMITA DE JESÚS DEL CALVARIO  
 ZONA ARQUEOLOGICA CUEVA DEL BOQUETE DE ZAFARRAYA

#### *ALFARNATE*

ERMITA DE LA VIRGEN DE MONSALUD  
 IGLESIA DE SANTA ANA

#### *ALFARNATEJO*

PARROQUIA DEL SANTO CRISTO DE CABRILLA  
 RUINAS DEL CASTILLO

#### *ALGARROBO*

ERMITA DE SAN SEBASTIAN  
 DOS TORRES ALMENARAS, TORRE DERECHA Y TORRE LADEADA.  
 IGLESIA DE SANTA ANA  
 RESTOS ARQUEOLOGICOS DE TRAYAMAR

#### *ALMACHAR*

MUSEO DE LA PASA  
 PARROQUIA DE SAN MATEO

#### *ARCHEZ*

IGLESIA DE NTRA. SRA. DE LA ENCARNACION  
 ALMINAR

*ARENAS*

CASTILLO DE BENTOMIZ  
IGLESIA DE NTRA. SRA. DE LA CONCEPCION  
IGLESIA DE SANTA CATALINA

*BENAMARGOSA*

IGLESIA PARROQUIAL DE LA ENCARNACION

*BENAMOCARRA*

IGLESIA PARROQUIAL DE SANTA ANA

*CANILLAS DE ACEITUNO*

IGLESIA PARROQUIAL DE LA VIRGEN DEL ROSARIO Y SAN LEON MAGNO  
CASA DE LA REINA MORA

*CANILLAS DE ALBAIDA*

ERMITA DE SANTA ANA  
IGLESIA PARROQUIAL DE NTRA. SRA. DE LA EXPECTACION

*COLMENAR*

IGLESIA DE LA ASUNCION  
ERMITA DE LA CANDELARIA

*COMARES*

ALJIBE DE MAZMULLAR  
ARCOS  
IGLESIA DE NTRA. SRA. DE LA ENCARNACION  
CASTILLO BALUARTE LA TAJONA  
CASTILLO DE COMARES

*COMPETA*

BODEGAS ALMIJARA  
ERMITA DE SAN ANTON  
IGLESIA PARROQUIAL DE LA ASUNCIÓN ERMITA DE SAN SEBASTIAN

*CÓMPETA*

MUSEO DEL VINO

*CUTAR*

IGLESIA PARROQUIAL DE LA ASUNCION

*EL BORGE*

IGLESIA PARROQUIAL DE NTRA. SRA. DEL ROSARIO

*FRIGILIANA*

CASTILLO DE LIZAR  
IGLESIA PARROQUIAL DE SAN ANTONIO  
EL FUERTE  
PALACIO DE LOS CONDES DE FRIGILIANA

*IZNATE*

IGLESIA PARROQUIAL DE SAN GREGORIO

*LA VIÑUELA*

IGLESIA DE SAN JOSE  
ERMITA DE LA VIRGEN DE LAS ANGUSTIAS

*MACHARAVIAYA*

IGLESIA PARROQUIAL DE SAN JACINTO  
IGLESIA DE BENAQUE  
TEMPLETE

*MOCLINEJO*

IGLESIA PARROQUIAL DE SANTA MARÍA

*PERIANA*

IGLESIA PARROQUIAL DE SAN ISIDRO

*RIOGORDO*

CASTILLO DE AUTE  
ERMITA DE JESUS NAZARENO  
IGLESIA PARROQUIAL DE NTRA. SRA. DEL ROSARIO

*SALARES*

ALMINAR DE LA IGLESIA LOCAL

*SAYALONGA*

IGLESIA DE SANTA CATALINA  
CEMENTERIO REDONDO

*SEDELLA*

CASA TORREON  
CASTILLO Y RESTO DE MUROS  
IGLESIA PARROQUIAL DE SAN ANDRES

*TOTALAN*

IGLESIA PARROQUIAL SANTA ANA

**SUBTIPOLOGIA** **TEJIDO URBANO**

---

*MACHARAVIAYA*

CONJUNTO HISTORICO ARTISTICO- VILLA

CONJUNTO HISTORICO ARTISTICO-VILLA

**TIPOLOGIA** **RECURSO NATURAL**

---

**SUBTIPOLOGIA** **CINEGÉTICO**

---

*ALCAUCÍN*

EL ALCÁZAR

**SUBTIPOLOGIA** **FLORA Y FAUNA**

---

*COLMENAR*

PARQUE NATURAL MONTES DE MALAGA

**SUBTIPOLOGIA** **GEOGRÁFICO**

---

*ALFARNATE*

CUEVA DE LA MARROQUERA

*ALMACHAR*

CUEVA DEL MORO

**SUBTIPOLOGIA** **HIDROLÓGICO**

---

*LA VIÑUELA*

EMBALSE DE LA VIÑUELA

**TIPOLOGIA** **RECURSO PRODUCTIVO**

---

*COLMENAR*

MINAS DE CARAVACA

*LA VIÑUELA*

VENTA DE LA VIÑUELA

## **6.2. Criterios de evaluación y Auditoría**

Por otra parte, con objeto de sintetizar las características esenciales analizada en los recursos, el proceso de auditoría de calidad turística se ha resumido en una ficha técnica, que recoge a su vez una serie de propuestas de actuación para mejorar la calidad. Las características esenciales han sido agrupadas en los siguientes cuatro bloques:

1. **Localización**. Se trata localizar espacialmente el recurso seleccionado.
  - 1.1. Localidad. Municipio al que pertenece el recurso.
  - 1.2. Denominación. Nombre del recurso.
  - 1.3. Ubicación. Descripción del lugar exacto donde se localiza.
  
2. **Información**. Especificar tanto los canales de información para conocer el recurso, en el origen y en el destino de la demanda turística, como la existencia de indicaciones en el destino que faciliten su localización.
  - 2.1. Material editado. Indicar si existe folletos, mapas turísticos, libretos, postales, etc.
  - 2.2. Comercialización. Forma de promoción del recurso (oficinas de información, ferias, páginas web, agencias de viaje, etc.)
  - 2.3. Señalización. Indicaciones *in situ* que faciliten el acceso al recurso turístico. Pueden diferenciarse los siguientes tipos:
    - Turísticas. Paneles de promoción -municipal y/o de productos turísticos-, puntos de información -general, monumental y natural-, monolitos y/o placas de identificación monumental, etc.

- Tráfico. Paneles de bienvenida -comarca y/o municipio-, señalización urbana, señalización direccional peatonal, etc.

3. **Accesibilidad.** Junto a la información turística, resulta indispensable para la explotación de los recursos turísticos tener una accesibilidad óptima. Entre los criterios que definen la accesibilidad cabe señalar:

3.1. Ruta/vía. Se indica tanto la infraestructura viaria utilizada para acceder (carretera, camino forestal, zona peatonal, etc.) como su estado (pavimentada, empedrada, camino terrizo, etc.).

3.2. Transporte público. Recoge la existencia de transporte público usual y/o discrecional para acceder a las inmediaciones del recurso, tales como autobuses, trenes o taxis.

3.3. Acceso a aparcamientos. Hace referencia a la existencia de zonas de estacionamiento -públicas y privadas- de vehículos, no sólo particulares sino también públicos (ej. -autocares).

3.4. Restricciones al tráfico. Indica si se trata de una zona peatonal, accesible sólo al tráfico de vehículos de residentes, restringida a vehículos pesados, restringida al tráfico de mercancías peligrosas, etc.

3.5. Oferta turística. Expresa si existe proximidad con la oferta de alojamiento (hoteles, apartamentos, hoteles-apartamento, pensiones y campamentos), oferta complementaria (restaurantes, cafeterías, etc.) y oferta de información (oficinas de información, puntos de información -incluidos los telemáticos-, etc.).

3.6. Recursos turísticos. Indica si el recurso se encuentra aislado o adscrito a una zona de interés turístico, por el elevado número y categoría de los recursos existentes en la zona.

4. **Situación.** La situación es un diagnóstico sobre el propio recurso y su entorno. En este sentido, se tiene en cuenta las siguientes variables:
  - 4.1. Explotación turística/duración de la visita. Indicar si el recurso está siendo utilizado por la demanda turística y el tiempo de duración de la visita.
  - 4.2. Estado. Considera la situación arquitectónica del recurso, teniendo en cuenta que puede conservarse en su estado original, restaurado o en vías de restauración.
  - 4.3. Ocupación/capacidad de carga. Indica tanto la concentración e intensidad de la demanda turística sobre el recurso, como si existe alguna limitación máxima a la capacidad.
  - 4.4. Precios y horarios. Considera las tarifas que se aplican por las visitas y los horarios de apertura, obviamente en caso de tratarse de establecimientos.
  - 4.5. Zonas verdes. Indica si el recurso se encuentra próximo o rodeado de parques, jardines, arboleda, espacios abiertos, etc.
  - 4.6. Iluminación. Considera la existencia de iluminación tanto en la vía principal de acceso al recurso como en la iluminación propia que tenga el mismo.
  - 4.7. Contaminación. Hace referencia a todos los elementos nocivos próximos al recurso (vertederos, aguas residuales, contaminación atmosférica, etc.).

A continuación, en las siguientes páginas, se presenta el audit realizado a los que se han considerado como recursos esenciales de la comarca de la Axarquía (46 recursos), con el objetivo de conocer su situación desde el punto de vista turístico y las actuaciones necesarias a realizar para valorizar los mismos.

## TIPOLOGIA

## RECURSO CULTURAL

## SUBTIPOLOGIA

## CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

## MUNICIPIO

## ALCAUCÍN



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Construida a mediados del S.XVII y fundada por D<sup>a</sup> Ana de Bejar. Es de planta cuadrada y portada con arco de medio punto, que descansa sobre pilastras. Es de estilo barroco con un bello artesanado.... Se trata de una imagen barroca que muestra a Jesús Camino del Calvario.

## LOCALIZACION

Se encuentra situada en la parte alta del pueblo, en la denominada Calle Calvario.

## OTROS DATOS DE INTERES

El lugar privilegiado donde se encuentra la Ermita. Desde aquí se divisa una panorámica espectacular. Se puede divisar hasta la Cueva del Boquete de Zafarraya.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de un folleto donde se menciona la Ermita, como punto de interés a visitar, aunque no existe mención descriptiva de la misma. Existen webs privadas donde se mencionan La Ermita de Jesús del Calvario como punto de interés turístico. Y el municipio también dispone de web propia. Se va a editar en breve un nuevo folleto del municipio, el actual resulta insuficiente a nivel informativo. No existe señalización turística a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Esta ubicada en la parte alta del pueblo, coronando el municipio. Hay una pequeña zona de acceso empedrada (a modo de camino) con una zona verde a su alrededor con distintas especies arbóreas, pinos, cipreses, olivos.. Se encuentra situada al lado del cementerio. Se debe acceder peatonalmente. No existe señalización direccional peatonal. Carece de placa de identificación monumental. Se haya adscrita a una zona de Interés Natural (Parque Natural Sierra Tejada). Existencia de una oferta alojativa limitada y una amplia oferta de Restauración. El municipio se encuentra perfectamente comunicado, disponiendo de una línea regular de autobuses.

## RESPECTO LA SITUACION

El recurso permanece abierto durante todo el día. Desde las 9.30 de la mañana hasta las 9 de la noche aproximadamente. Ha sido restaurada recientemente. La Ermita se haya rodeada de una zona verde donde se hayan distintas especies arbóreas, pinos, cipreses, olivos. Carece de iluminación interior, y en el exterior tan sólo dispone de un pequeño farol, pero está roto. No existen elementos nocivos próximos al recurso. Y su entorno está muy cuidado.

## PROPUESTA

**MEJORAR LA SEÑALIZACIÓN DE ACCESO A LA ERMITA. PONER PUNTO DE LUZ EXTERIOR E INTERIOR. SERÍA CONVENIENTE INCLUIRLA EN UNA RUTA DE SENDERISMO, DADA SU SITUACIÓN PRIVILEGIADA.**

## CASTILLO ARABE DE SALIA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALCAUCIN



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Durante la época de colonización fenicia se pusieron los cimientos de La Fortaleza de Sália, pero fueron los árabes los que constituyeron el actual castillo, hasta que en 1485 fue conquistado por los Reyes Católicos. Los árabes construyeron el actual castillo con su doble anillo de murallas, que dependía de Vélez- Málaga hasta que en el año 1410, tras la caída de Antequera, se reorganizó la zona de Vélez, Y el Castillo de Sália pasó a ser cabeza de un distrito formado por Canillas de Aceituno, Archez y Corumbela, hasta su conquista por Los Reyes Católicos en Septiembre de 1485. Sus vestigios pueden todavía observarse, con un doble recinto amurallado, gruesos muros de mampostería, jalonados por torres de secciones cuadradas y circulares. En su interior se puede apreciar la existencia de un gran aljibe y los restos de su puerta de ingreso, que estuvo flanqueada por dos destacadas torres de mampostería.

### LOCALIZACION

Se encuentra situado en un lugar privilegiado. Siendo visible perfectamente en la margen izquierda de la carretera en dirección a Granada.

### OTROS DATOS DE INTERES

La Fortaleza de Sália ha sido identificada por algunos estudiosos como la ciudad de Tágara y por otros como el lugar donde Odyscia encerró varios años a Ulises, rey de Itaca, en su periplo por el Mediterráneo.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

En el folleto que dispone el municipio se alude al Castillo de Sália, y también aparece señalado en Guías Histórico- Artísticas de la provincia y más concretamente de la Comarca de la Axarquía. Se alude al recurso en distintas webs particulares y también en la web de la que dispone el municipio. No existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Posee un lugar privilegiado en el paisaje, siendo perfectamente visible desde la margen izquierda de la carretera en dirección a Granada. Siguiendo la carretera comarcal hacia Ventas de Zafarraya, nos encontramos con un acceso de carril de la carretera a la cuspide del Castillo de aproximadamente unos 450m. (un carril de tierra). Pasado el carril a unos 250m. Se encuentra un panel identificativo "Castillo de Salia " con señalización en el sentido Vélez- Málaga - Ventas de Zafarraya, no existiendo esta señalización en el sentido contrario. El Castillo se haya adscrito a una zona de interés, encontrandose ubicado en la vertiente Meridional de Sierra Tejeda.

## RESPECTO LA SITUACION

Actualmente se encuentra en ruinas. Horario de visita libre. Desde el llano donde se ubica El Castillo se divisa una magnífica panorámica. En los terrenos pertenecientes al Castillo se está urbanizando una zona que parece va a destinarse a la creación de chalets.

## PROPUESTA

**SERIA CONVENIENTE RECUPERAR EL PASADO PERDIDO, NUESTROS ORIGENES, NUESTRA HISTORIA, Y LIMITAR EL USO URBANISTICO ILIMITADO, Y PROTEGER Y REUTILIZAR LA ZONA PARA USO TURÍSTICO, RESTAURAR EL MONUMENTO Y CREAR UN PUNTO DE INTERÉS TURÍSTICO CREAR EN TORNO A EL UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LA CULTURA MUSULMANA, REPRESENTACIONES TEATRALES ETC, QUE INVITEN AL VISITANTE AL CONOCIMIENTO DE SU CULTURA, QUE TAMBIÉN ES LA NUESTRA.**

## ZONA ARQUEOLOGICA CUEVA DEL BOQUETE DE ZAFARRAYA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALCAUCIN



## DATOS GENERALES

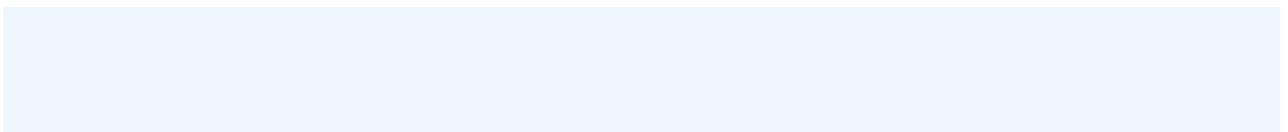
### DESCRIPCION

El término de Alcaucín es de las zonas de Málaga que podemos testificar como de las primeras en ser habitadas por el hombre, como documentan las excavaciones realizadas en el Boquete de Zafarraya en 1983 en las que aparecieron restos humanos, entre ellos una mandíbula, que perteneció a un hombre varón de Neanderthal que vivió en esta zona hace 30.000 años en el periodo conocido como Musteriense. Situada a 1.100m.

### LOCALIZACION

Se encuentra en el limite con la provincia de Granada, en Las Ventas de Zafarraya.

### OTROS DATOS DE INTERES



## RESPECTO LA INFORMACIÓN

En el folleto del que dispone el municipio se alude al recurso. Aparece mencionado en otras guías de carácter Histórico- Artístico, y en guías editadas del parque natural.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se llega por la carretera comarcal que conduce a Ventas de Zafarraya, y nada más entrar en el límite de la provincia de Granada tomamos un carril a mano izquierda para entrar por lo que era el antiguo ferrocarril y a unos 300m. Se haya el tunel por donde pasaba el antiguo , ferrocarril. A la entrada del tunel existe una pequeña zona habilitada para aparcamientos para unos 3 vehiculos, y a unos 150m. Se haya La Cueva del Boquete de Zafarraya. Se debe acceder peatonalmente. Existencia en Ventas de Zafarraya de una importante oferta gastronómica, existiendo restaurantes especializados en platos típicos del terreno tales como choto al ajillo, etc.

## RESPECTO LA SITUACION

La Cueva es pequeña y se encuentra en buen estado. Existe una pequeña zona delimitada con restos, pero no existe ningún panel identificativo. Existencia de una cueva anterior a esta, pero más pequeña y otra que se encuentra después de esta pero no se ha explorado todavía. La carretera de acceso se haya en perfectas condiciones.

## PROPUESTA

**SE DEBERIA COMERCIALIZAR EL RECURSO, Y CREAR UNA GUÍA DE GRUTAS, CUEVAS, ESPECÍFICA, Y PROMOVER EL TURISMO ACTIVO A TRAVÉS DE LA ESPELEOLOGÍA.**

## IGLESIA DE NTRA. SRA. DEL ROSARIO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALCAUCIN



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

De estilo barroco, erigida en el S.XVIII. Es de estructura sencilla. Consta de dos naves demarcadas por tres arcos de medio punto, la del evangelio destaca por su camarín con yesería Rococó toscamente labrado. La portada es muy simple, termina en una tosca espadaña donde se alojan dos campanas desiguales conectadas al reloj vecino.

### LOCALIZACION

Se encuentra ubicada en el punto referencial del núcleo urbano en la antigua Plaza de San Sebastián, hoy denominada Plaza de la Constitución, sede de la Iglesia y del Ayuntamiento.

### OTROS DATOS DE INTERES

Fue bendecida por el Obispo Don Diego González de Toro. Con un alcalde, que representaba la jurisdicción, y una Iglesia para pasto espiritual de las almas, instituciones imprescindibles para una población, había nacido la puebla de Alcaucín, adoptando como escudo un libro abierto con una espada en el centro, el libro de la ley y la espada de la justicia.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de un folleto del municipio donde tan sólo se menciona el recurso, no existiendo una descripción del mismo. Existen diversas webs privadas donde se hace referencia a la Iglesia de Ntra.Sra. Del Rosario como punto de interés. Existe señalización turística a pie de recurso. El municipio también dispone de web propia.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Ubicada en pleno casco urbano, en la Plaza del Ayuntamiento. El acceso es peatonal, a pesar de que se permite el paso de vehículos en las calles anexas. Existe una zona habilitada para aparcamientos en la parte baja del pueblo. El municipio se haya excelentemente comunicado, disponiendo de una línea regular de autobuses. Existencia de una nutrida oferta de restauración y existencia de oferta alojativa, sobre todo casas rurales. Dispone de panel de bienvenida al municipio "Alcaucín, Paraíso Natural", y señalización urbana. Se encuentra adscrita a una zona de Interés Natural, en Alcaucín, puerta de entrada del Parque Natural de Sierra Tejeda, Almijara y Alhama.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia se encuentra en perfecto estado de conservación. Ha sido restaurada recientemente. Ha sido inaugurada en Octubre por El Obispo. Dispone de iluminación exterior e interior. Permanece abierta en horario de mediodía de 11.00 a 13.00 horas aproximadamente. El 20 de Enero San Sebastián, Patrón de Alcaucín, tiene lugar la verbena popular y procesión del Santo (Fiesta Local).

## PROPUESTA

DEBERÍA SER INCLUIDA EN UNA RUTA DE SENDERISMO DADA SU PRIVILEGIADA SITUACIÓN.

## IGLESIA DE SANTA ANA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALGARROBO



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Ya se menciona en la distribución de 1505, pero el edificio es de comienzos del siguiente siglo, al que después se le harían sucesivas reformas. Está levantado sobre planta de cruz latina de tres naves que se deslindan con arcos de medio punto apoyados en pilares octogonales. Se remata en armaduras modernas de madera, siguiendo patrones clásicos de par y nudillo la central, de colgadizo los laterales, mientras que el crucero lo hace en armadura cuadrada. Exteriormente es sencilla y reformada en época reciente, se acompaña de torre campanario de cuatro cuerpos, de planta cuadrada a los pies de la Epístola.

### LOCALIZACION

Se encuentra situada en la parte central del pueblo, en el casco histórico de la villa. C/ Plaza España.

### OTROS DATOS DE INTERES

El municipio dispone de una amplia oferta de actividades culturales y deportivas.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos, mapas turísticos, trilingües (Español, Inglés, y alemán) e incluso en cuatro idiomas diferentes (Español, Inglés, alemán y Francés) en la Oficina de Información Turística- OIT, de reciente inauguración, lleva aproximadamente dos meses en funcionamiento. La comercialización institucional se realiza a través de La Oficina de Información turística y del propio Ayuntamiento. Existen diversas webs privadas que hacen alusión a la Iglesia. El municipio dispone de web propia muy completa de reciente inauguración. Dispone de panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Ubicada en el casco urbano de Algarrobo pueblo, esta situada en la Plaza España. El municipio se halla perfectamente comunicado, disponiendo de transporte público. Existencia de varias zonas de aparcamiento en el municipio, a la entrada del pueblo a la derecha existe una zona habilitada para aparcamientos, y en El Parque de la Escalerilla existe una amplia zona de aparcamientos situados alrededor del parque. A la Iglesia se puede acceder en coche, aunque es recomendable su acceso de modo peatonal. Existe una nutrida oferta de restauración en el municipio, y también existe oferta alojativa. El municipio dispone de señalización urbana y señalización direccional peatonal.

## RESPECTO LA SITUACION

El recurso permanece abierto. La Iglesia ha sido restaurada recientemente, encontrándose en bastante buen estado, sin embargo su exterior se encuentra en bastante mal estado. Dispone de iluminación externa. Los alrededores permanecen limpios.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA RESTRINGIR EL TRÁNSITO Y EL ESTACIONAMIENTO DE VEHICULOS RODADOS A LAS CALLEJUELAS DE ACCESO A LA IGLESIA.**

## ERMITA DE SAN SEBASTIAN

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALGARROBO



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es una obra de 1976, replica de la existente anteriormente que se levantaba delante de la actual, y que fue demolida por su amenaza de derrumbamiento. Esta pequeña ermita es de planta de cruz latina de una sola nave, con armadura de par e hilera en la nave y octogonal sobre trompas la del crucero que se trasdosa con una torrecilla cuadrada con remate muy apuntado. De trazado exterior simple con acceso de medio punto enmarcado en pilastras y rematado en espadaña.

### LOCALIZACION

Esta ubicada en la parte más alta del municipio, en la denominada Colina del Ejido. En Calle Gloria.

### OTROS DATOS DE INTERES

La magnífica ubicación de la Ermita, se haya ubicada en la cuspide del municipio y se haya rodeada de unos magníficos jardines conservados en muy buen estado.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos explicativos trilingües del recurso en La Oficina de Información Turística. La comercialización institucional se realiza a través de La Oficina de Información Turística y del propio Ayuntamiento. Existencia de diversas webs privadas que mencionan al recurso como punto de interés. El municipio dispone de web propia de reciente inauguración. Existe señalización turística a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se ubica en la parte más alta del pueblo en la denominada Colina del ejido. Su acceso se puede realizar de modo peatonal a través de una escalera situada en la parte trasera del Ayuntamiento situada a la izquierda, y se puede acceder en vehículo a la altura del puente de entrada al municipio dejaremos la dirección Competa y tomaremos la calle paralela al río y a través de unas indicaciones llegaremos a pie de recurso a La Plaza La gloria, es una plaza con una fuente situada en el centro, que dispone de 6 plazas de aparcamiento en sus inmediaciones. Se haya situada junto al cementerio municipal. El municipio cuenta con una amplia oferta de restauración y también dispone de oferta alojativa.

## RESPECTO LA SITUACION

Se encuentra en perfecto estado. Es una obra de reciente construcción. Se levantó el edificio que la alberga en 1976. Se encuentra rodeada de unos bellos jardines muy cuidados con fuentes. Dispone de iluminación interior y de una completa iluminación exterior de su tejado, cúpula e incluso disponía de iluminación en sus fuentes, aunque en estos momentos carece de ella. La Ermita permanece abierta hasta las 8 de la tarde, la persona responsable del cementerio es el que dispone de las llaves de entrada por motivos de seguridad. El recurso apenas recibe visitas.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA INCLUIR EN RUTAS DE CARÁCTER HISTÓRICO- ARTÍSTICO, DE SENDERISMO DADA SU PRIVILEGIADA SITUACIÓN. SE DEBERÍA RECUPERAR LA ILUMINACIÓN EXTERIOR DE LAS FUENTES.**

## RESTOS ARQUEOLOGICOS DE TRAYAMAR

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALGARROBO



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es un complejo de tumbas paleopúnicas que están consideradas como uno de los vestigios fenicios más importantes de Occidente. Data de mediados del siglo VII A.C. Se trata de un enterramiento hipogeo (es decir, subterráneo) de tipo comunal con dromos o pasillos en rampa que permitían bajar los cadáveres o restos calcinados o incinerados. En las excavaciones se han encontrado numerosos restos y ánforas de distintos tipos y adornos de gran valía artística y arqueológica. El tipo de obra, los costos que ocasionaron, los ajuares..., comparadas con las tumbas "tipo pozo " denotan la existencia de un grupo social claramente destacado, de un sector privilegiado.

### LOCALIZACION

Se extiende desde la finca de Trayamar hasta un cerro cercano, un cerro a 30m. De altura al Este de la cuenca del río Algarrobo, justo en esa misma línea pero al otro lado del río se encuentra la necrópolis de Trayamar.

### OTROS DATOS DE INTERES

Los restos encontrados durante su excavación, como joyas o utensilios, se encuentran en El Museo Arqueológico Provincial de Málaga, junto a una reconstrucción a escala de cómo debió ser la tumba en el momento de su construcción..

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos explicativos en varios idiomas en La Oficina De Información Turística. La comercialización institucional se realiza a través de la mencionada Oficina, y del propio Ayuntamiento. Existen diversas webs de carácter privado que mencionan el recurso. El municipio dispone también de web propia. No existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra situada a 1km aproximadamente de la N- 340 y a 1km de la autovía. Yendo por la N-340 dirección Almeria- Málaga tomaremos la entrada hacia la autovia por Caleta de Vélez y nos encontraremos con una indicación a la derecha que indica la necropolis, y dejando la autovía y yendo hacia Almeria a mano izquierda a 1 km aproximadamente. Se encuentra al lado de una casa diocesana, se accede a través de un carril de arena, y enfrente existe un vivero. No existe panel identificativo a pie de recurso. Se requiere vehiculo propio para acceder al recurso. Existe una pequeña explanada de arena a pie de recurso donde se puede estacionar el vehiculo.

## RESPECTO LA SITUACION

El recurso se encuentra en absoluto estado de abandono. Esta situado al lado de una casa diocesana. Permanece actualmente en propiedad del obispado. La parte oriental de la tumba fue destruida en 1930, fecha de construcción de la alberca que se encuentra junto al yacimiento arqueológico. El recurso permanece cerrado. Carece de iluminación exterior.

## PROPUESTA

RECUPERAR EL USO TURÍSTICO DEL RECURSO. HABILITAR LA ZONA DE ACCESO, PAVIMENTANDO SU ENTRADA Y ESTABLECIENDO PANELES DIRECCIONALES, Y PANEL IDENTIFICATIVO DEL RECURSO.

## DOS TORRES ALMENARAS, TORRE DERECHA Y TORRE LADEADA.

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALGARROBO



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

En el término municipal de Algarrobo Costa existen dos Torres Vigías, la denominada torre ladeada, y la denominada Torre Derecha o también denominada Torre Nueva. La Torre ladeada o "Daleá", se trata de una torre vigia o almenara construida en la época islámica, llama la atención por la inclinación que ha sufrido. La Torre Derecha o también denominada Torre Nueva se trata de una fortaleza militar del siglo XVI, torre de traza redonda con entrada elevada en medio cuerpo y que con posterioridad se le añadió una escala de obra. Estas Torres Almenaras o Vigías, cumplían el objetivo de vigilar las costas para evitar invasiones, especialmente de piratas.

### LOCALIZACION

Se encuentran situadas una frente a otra a ambos lados de la N- 340 junto a la desembocadura del río Algarrobo.

### OTROS DATOS DE INTERES

La Torre ladeada, también denominada inclinada aunque la gente la llamen "daleá" (ladeada) es digna de verse. Debido al terreno donde está construida se ha ido ladeando poco a poco.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos explicativos editados en varios idiomas en donde las torres son mencionadas. La comercialización institucional se realiza a través de La Oficina de Información turística y a través del propio Ayuntamiento. Diversas páginas webs de carácter privado hacen mención al recurso. El municipio dispone también de web propia. La Torre derecha carece de señalización a pie de recurso, la Torre ladeada dispone de una placa identificativa próxima al recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentran situadas una frente a otra a ambos lados de la N -340, junto a la desembocadura del río Algarrobo. Yendo en dirección Málaga - Almería a la izquierda quedaría situada La Torre Derecha, se encuentra en bastante buen estado de conservación. Se haya situada en un pequeño jardín de arena con una zona de columpios y bancos de madera, con una pequeña zona de flores y arbolado. Se encuentra absolutamente rodeada de edificios, a su derecha existen 4 construcciones de edificios, en la parte de enfrente lo mismo, y a su izquierda están construyendo un edificio de unas 6 plantas, esto condiciona al edificio rompiendo absolutamente la estética del monumento. No existe panel identificativo a pie de recurso. En su parte trasera la torre dispone de una puerta de acceso de unos 26 peldaños de piedra y ladrillo, la puerta de acceso se halla en muy mal estado, su interior también presenta un aspecto descuidado y sucio. La zona de su alrededores permanece también sucia y descuidada, con papeles. La Torre dispone de varias zonas de aparcamiento a pie de recurso, a excepción de los Miercoles de 8 a 2 que se instala en esta zona el mercadillo, se encuentra situada en la Avenida Torre Derecha, . En la parte derecha dirección Motril nos encontramos con la torre ladeada. Dispone de un pequeño panel identificativo en el parque en el que se encuentra instalada, también se halla en su totalidad rodeada de edificios de unas 12 plantas, se encuentra ubicada en una zona ajardinada muy cuidada que pertenece a toda la urbanización en la que se haya situada. Se encuentra enmarcada alrededor de un seto. Dispone de una limitada zona de aparcamientos a pie de recurso. No existe señalización de acceso a las torres.

## RESPECTO LA SITUACION

Las torres se conservan en bastante buen estado. La Torre Derecha no dispone de puntos de luz directa, tan solo dispone de unos faroles. La Torre ladeada si dispone de focos de luz directa, algunos se encuentran rotos. No existe explotación turística de los recursos.

## PROPUESTA

**MEJORAR LA LIMPIEZA DE LA TORRE DERECHA Y DE SUS ALREDEDORES. SERÍA RECOMENDABLE SEÑALIZAR EL CAMINO DE ACCESO HACIA LAS TORRES.**

## PARROQUIA DE SAN MATEO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALMACHAR



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es el edificio histórico más sobresaliente de la localidad. Dedicado a San Mateo, aunque su patrono fuera y es San Blas. Erigido a comienzos del S.XVI. Es una obra de estilo Gótico-renacentista, por sus arcos apuntados y bóveda de nervios. Consta de tres naves. Posee dos camarines barrocos: El del Cristo de la Misericordia de 1756 y el de la Virgen de los Dolores de 1808. En el exterior destaca la torre campanario de estilo mudéjar y su cabecera cuadrada con bóveda de crucería del tipo gótico " Reyes Católicos", verdadera rareza en la comarca.

### LOCALIZACION

Plaza de España. La plaza principal del pueblo.

### OTROS DATOS DE INTERES

La celebración religiosa denominada Fiesta del Santo Cristo de la Banda Verde. Data del 1754, a raíz de la existencia de unos terremotos que se repetían con demasiada frecuencia. Se pidió la advocación del Cristo... Y parece que salieron indemnes varias personas y casas, y se le nombró protector de la Villa, dotándolo de un camarín y pedestal desde 1797.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de folletos en la OIT, Oficina de Información Turística, en donde se menciona el recurso, aunque no existe folleto específico del recurso. Se comercializa a través de la Oficina de Turismo y el Ayuntamiento. Existencia de diversas webs turísticas. Almáchar dispone de una web específica, que se pretende ampliar. Señalización turística a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra localizada en la Plaza principal del pueblo. Está restringido el tránsito y estacionamiento de vehículos. Existencia de transporte público. Existencia de una zona dedicada a aparcamientos a la entrada del pueblo. El acceso al recurso debe efectuarse a pie, debido a la configuración de sus calles, estrechas y empinadas. Existencia de oferta turística de restauración. Dispone de un Apartahotel en este momento fuera de servicio debido al cambio de propietario.

## RESPECTO LA SITUACION

La iglesia no ha sido restaurada, tan sólo la torre ha sido rehabilitada. Necesita cambiarse la techumbre. En la actualidad existen filtraciones debido a su deterioro, que se hace visible en las paredes. Existencia de culto todos los días. Dispone de iluminación externa. Las Fiestas Patronales son varias. La del Santo Cristo; el primer fin de semana del mes de Mayo, El Corpus; en el mes de Junio; y la Feria en honor a su patrona Ntra. Sra. Del Amparo, a finales de Julio.

## PROPUESTA

**NECESITA RESTAURACIÓN. PRINCIPALMENTE EN LA TECHUMBRE. SERÍA CONVENIENTE HABILITAR NUEVAS ZONAS DE APARCAMIENTOS DE VEHICULOS, Y EDITAR FOLLETOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS, QUE HAGAN MENCIÓN AL RECURSO.**

## IGLESIA DE NTRA. SRA. DE LA ENCARNACION

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ARCHEZ



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Data del S.XV. Es un edificio de estilo mudéjar con una sola nave, sencilla y tres camarines tras la cabecera. La puerta de acceso se limita a un medio punto abierto en un rectángulo en forma de alfiz. En las paredes laterales hay varias hornacinas con imágenes diversas. Se levantó sobre una antigua mezquita de la que tan sólo queda el alminar, joya arquitectónica almohade del S.XIV. Hoy sirve de campanario adosado a la Iglesia.

## LOCALIZACION

Se encuentra situada en pleno casco urbano, C/ Iglesia..., Plaza del Alminar. Y todo el conjunto se haya enclavado en La Plazuela Mudejar.

## OTROS DATOS DE INTERES

Con la consagración en Iglesia de la antigua mezquita, en 1505, fue eliminada la terraza del último cuerpo del alminar para albergar el campanario. El nuevo templo cristiano lo quemaron los moriscos durante la rebelión de 1569, pero de inmediato fue reparado, no transformado, lo que pudo influir en mantener el estado de la primitiva mezquita.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de un folleto explicativo trilingüe (Español, Inglés, alemán) del recurso en el Ayuntamiento. La Comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento, se realizan visitas guiadas previamente concertadas a través del mismo ente. Existe placa de identificación monumental a pie de recurso. La Iglesia aparece mencionada en distintas webs privadas, el municipio no dispone de web propia.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Está restringido el tránsito y estacionamiento de vehículos. El acceso al recurso debe efectuarse a pie, debido a la configuración de sus calles estrechas. Existe una pequeña zona habilitada para aparcamientos en la Plaza del Ayuntamiento. La Iglesia se encuentra situada frente a La Posada Mudéjar (oferta alojativa y de Restauración), existiendo también otros puntos de oferta de restauración en el municipio. Se encuentra adscrita a una zona de interés Histórico- Artístico dentro de La Ruta Mudéjar. Existencia de transporte público.

## RESPECTO LA SITUACION

La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. La Iglesia se halla totalmente restaurada. Normalmente permanece cerrada. Dispone de iluminación interior y exterior. No existen elementos nocivos próximos al recurso. Su entorno permanece limpio y cuidado.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA ESTABLECER UN HORARIO DE APERTURA DEL RECURSO.**

## ALMINAR

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ARCHEZ



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Archez conserva un alminar, que formó parte de su antigua mezquita y que hoy sirve de campanario adosado a la Iglesia de Ntra. Sra. De la Encarnación. Este alminar es obra de inspiración meriní de finales del S.XIII o inicios del S.XIV. Su torre de ladrillo roja es la única joya nazarí que se conserva, es de estructura cuadrada y tiene una altura de 15 metros. En el exterior del alminar podemos observar una decoración de figuras geométricas, entre las que distinguimos rombos de líneas curvas entrelazadas entre si y recortadas sobre el ladrillo. Conserva la policromía en tonos rojizos que ocupan el frente de las cuatro fachadas, con esquinas lisas.

## LOCALIZACION

Se encuentra localizada en pleno casco urbano. C/ alminar.

## OTROS DATOS DE INTERES

Este alminar ha sido restaurado y declarado Monumento Histórico- Artístico de carácter nacional por Real Decreto de 20 de Abril de 1979, diez años después, en 1989 fue totalmente restaurado.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El alminar se comercializa institucionalmente a través del Ayuntamiento, que ofrece visitas guiadas previamente concertadas. Existe un folleto trilingüe (Español, Inglés, Alemán) del municipio en el que se menciona el recurso. Existencia de diversas webs privadas en las que se menciona el alminar. El municipio no dispone de web propia. Existe señalización turística a pie de recurso

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Partiendo del Ayuntamiento se accede a través de calles estrechas de piedra a pie de recurso. Su casco urbano ocupa una pequeña superficie. Existe una zona habilitada para aparcamientos en La Plaza del Ayuntamiento. El Alminar dispone de panel identificativo, pero carece de señalización direccional peatonal. El municipio dispone de oferta alojativa y de restauración. Existe transporte público, dos servicios, uno de mañana y otro de tarde. Se encuentra adscrito a una zona de Interés. Habiendo sido declarado monumento Histórico- Artístico en 1979 y se halla dentro de la Ruta Mudéjar.

## RESPECTO LA SITUACION

Su comercialización se realiza a través del Ayuntamiento. Ha sido restaurado recientemente, hace unos 5 o 6 años aproximadamente. Su habitáculo interior se encuentra algo descuidado en lo que respecta a su limpieza. La parte exterior y todo su entorno se encuentra muy limpio.

## PROPUESTA

NECESITARÍA MEJORARSE E INTENSIFICARSE LA LIMPIEZA DE SU HABITACULO INTERIOR. SERÍA COVENIENTE CREAR UNAS RUTAS APROVECHANDO EL CAUCE DEL RIO DONDE SE INCLUYESE AL RECURSO.

## CASTILLO DE BENTOMIZ

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ARENAS



## DATOS GENERALES

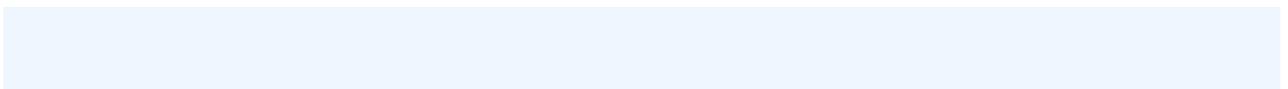
## DESCRIPCION

Fortaleza hasta 1487, y en el S. XVI, refugio de moriscos sublevados. Sólo se conservan unas cámaras y parte de los muros exteriores rematados en algunos puntos por almenas. Se cree que su construcción es anterior al asentamiento musulmán, quienes lo convirtieron en un magnífico alcázar. Entre sus restos se entremezclan las épocas romanas y árabes. El Rey Fernando El Católico confió su defensa a los moriscos, pero tras haberse convertido en un importante foco de rebeldía en 1569 al prestar sus moradores obediencia a Aben Humeya, los cristianos la utilizaron como atalaya con la que defender la sierra y la costa. En los alrededores quedan restos de murallas y de una torre ochavada.

## LOCALIZACION

Se encuentra ubicado muy cerca del núcleo urbano. Se levanta sobre la corona del cerro que lleva el mismo nombre, al Sur de Arenas.

## OTROS DATOS DE INTERES



## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de folleto en el que el recurso es mencionado. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. Diversas webs de carácter privado hacen alusión al recurso. El municipio carece de web propia. Se carece de señalización de acceso al castillo.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Desde cualquier lugar se puede observar el pico Benthomiz donde se encuentra enclavado el castillo a unos 709m de altura. Saliendo del pueblo en dirección a Daimalos pasamos el puente que se halla situado a la derecha y tendremos acceso al castillo, aunque no es recomendable este camino, ya que se encuentra en muy mal estado, siguiendo dirección a Daimalos( Pedania de Arenas), antes de llegar a Daimalos nos encontraremos con un carril de arena, que accede al castillo. Existen autobuses que comunican Arenas y Vélez - Málaga, existiendo 2 servicios desde Arenas (Mañana y Tarde), y tres servicios desde Vélez Málaga. El municipio dispone de casas rurales como oferta alojativa y carece prácticamente de oferta restaurativa.

## RESPECTO LA SITUACION

El castillo se encuentra actualmente en ruinas, tan sólo se conservan unas cámaras y parte de los muros exteriores rematados en algunos puntos por almenas. Está aprobado la creación de una carretera de acceso al castillo, actualmente tan sólo existe un carril de arena en muy mal estado.

## PROPUESTA

**CREACIÓN DE UNA VIA DE ACCESO AL CASTILLO. RECUPERACIÓN DEL RECURSO.**

## IGLESIA DE NTRA. SRA. DE LA CONCEPCION

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ARENAS



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Se trata de una Iglesia - Mezquita que data del siglo XI con la torre alminar árabe más antigua de España S.XII, un alminar considerado el más arcaico de la zona de la época meriní, una iglesia parroquial simple de planta de una sola nave que se levanta, como casi norma, sobre la antigua mezquita, de la que se respetó su alminar que se adecuó como campanario en fábrica de ladrillo y mampuesto con menchón central en cuatro cuerpos deslindados en impostas, el segundo de ellos presenta cuatro arquillos ciegos, mientras que el cuerpo añadido de campanas lo hace con cuatro arcos de medio punto.

## LOCALIZACION

Se encuentra situada a unos 2km de Arenas, en la pedanía de Daimalos. Se situa en la parte alta del pueblo. C/ Iglesia.

## OTROS DATOS DE INTERES

En Daimalos también se encuentra la " Fuente Perdida o del Amor " de la que se dice que sus aguas tienen propiedades que ayudan a conseguir la felicidad y el amor. Ya es mencionada tiempo atrás por el cronista árabigo - andaluz Iben- Al- Jatib y el erudito español Madoz dicen de esta fuente : " Sus aguas son saludables y tienen propiedades para la felicidad y el amor ".

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe folleto del municipio donde se menciona la Iglesia. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. Diversas paginas webs de carácter privado aluden al recurso. El municipio no dispone de web propia. Existe panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

A menos de 2 km de Arenas se encuentra la pedania de Daimalos. Existe una pequeña zona habilitada para aparcamientos situada a la entrada del pueblo frente al Consultorio Médico. El acceso se debe realizar de modo peatonal debido a la configuración del terreno con un urbanismo típicamente árabe, con casas de dos plantas construidas sobre pendiente y por tanto a diferentes niveles. La iglesia dispone de panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia no ha sido restaurada, tan sólo ha sufrido reformas en la techumbre. Dispone de iluminación exterior e interior. Las paredes y el suelo se encuentran en muy mal estado debido a las filtraciones de humedad. Recientemente han aparecido pinturas que han permanecido tapadas con pintura blanca sobre ellas, las pinturas datan del 1704. La Iglesia permanece cerrada. Su horario de apertura se limita a horas de culto.

## PROPUESTA

**LA IGLESIA DEBERÍA SER RESTAURADA. SE DEBERÍA ESTABLECER UN DRENAJE PARA SUBSANAR LAS FILTRACIONES DE HUMEDAD COMO CONSECUENCIA FUNDAMENTAL DEL DESNIVEL DE TERRENO EN EL QUE SE ENCUENTRA UBICADO EL TEMPLO, CAMBIAR LA SOLERÍA Y TRATAR DE RESTAURAR LAS PINTURAS APARECIDAS RECIENTEMENTE.**

## IGLESIA DE SANTA CATALINA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ARENAS



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Levantada sobre la antigua mezquita, esta iglesia de estilo mudéjar fue erigida en el S. XVI. Fue una hermosa obra mudéjar del S. XVI que desapareció en el incendio de la noche del 13 de Noviembre de 1926. Otro incendio en el año 1941 terminó con su alminar, y la total reconstrucción, con la que se olvidó su pasado mudéjar, se llevó a cabo en 1942. En el exterior de esta iglesia podemos ver de forma destacada la torre alminar de planta cuadrada, levantada en dos cuerpos, aunque originariamente tenía tres, pero se modificó tras las reformas de 1927 a causa del mencionado incendio. El segundo de los cuerpos se abre con arcos de medio punto.

### LOCALIZACION

Situada en Plaza Valle.

### OTROS DATOS DE INTERES

El pueblo tiene tres barrios muy característicos, El Barrio Alto o " Alto del Lugar " donde residían los artesanos, herreros, alfareros, etc., el Centro Urbano donde vivía la clase acomodada, y El Barrio Bajo o "Cantarranas ", es el lugar donde vivía la gente humilde, trabajadores, gañanes, pastores, etc.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de folleto explicativo donde se menciona la Iglesia. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. Diversas webs de carácter privado aluden al recurso como punto de interés a visitar. El municipio no dispone de web propia. La Iglesia dispone de panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra situada en la parte alta del pueblo, en la denominada Plaza Valle. Se puede acceder en vehículo pero no estacionar, por lo que se debe visitar el recurso a pie. Se encuentra situada en una plaza empedrada con una farola en medio. El municipio dispone de una línea de autobuses que comunican Arenas con Vélez -Málaga. El municipio carece de señalización direccional peatonal. Dispone de casas rurales y la casi inexistencia de oferta de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia ha sido restaurada recientemente. Su estado de conservación es bastante bueno, en lo que respecta a sus inmediaciones interiores, no pudiendo decir lo mismo de sus inmediaciones exteriores, sobre todo en su pintura exterior, que se encuentra levantada en muchas zonas. Permanece abierta todos los días en horario de culto. Dispone de iluminación externa e interna.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA RESTAURAR SU PARTE EXTERIOR, SOBRE TODO LA PINTURA.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE LA ENCARNACION

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### BENAMARGOSA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es el edificio más antiguo e importante de la villa. Fue edificado a finales del S. XVI, sobre la mezquita preexistente. La construcción se levantó sobre la antigua mezquita con una planta de tres naves de 28 m de larga separadas por arcos apuntados con alfiz que descansan sobre pilares. A los pies se eleva un coro sobre ménsula de traza renacentista. Se cubre con armaduras de colgadizo las laterales y con tirantes de lazo la central. Durante el S. XVIII se levantó la capilla y camarín de Jesús Nazareno a los pies de la nave de la Epístola, de planta octogonal rematada con yeserías rococó, como la portada de ladrillo visto con arco de medio punto que duerme sobre pilastras.

### LOCALIZACION

Se encuentra situada a la entrada del pueblo. C/ Iglesia.

### OTROS DATOS DE INTERES

Es de destacar las amplias zonas de descanso de las que dispone el municipio, destacando El Parque de Benamargosa, rodeado de vegetación y apacibles fuentes, y Jardín " El Lapi" otro lugar ideal para el descanso. El municipio cuenta también con unas magnificas instalaciones deportivas, disponiendo de Polideportivo y Piscina Municipal.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de folleto en el que se menciona la Iglesia. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. Diversas webs de carácter privado mencionan a la iglesia como lugar de interés a visitar. El municipio cuenta con una pagina web dentro de la web de la Axarquía muy completa. Existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

La Iglesia está situada en la parte baja del pueblo. Hasta hace poco era el primer edificio que se divisaba antes de llegar, pero en la actualidad se encuentra ya rodeada de construcciones que impiden esta vista. La Iglesia se halla situada junto al río, ubicación poco habitual en estos edificios que suelen encontrarse en el centro de los pueblos. La fachada principal está orientada al Oeste, y aquí se encuentra su puerta de acceso, existe una pequeña plaza donde existen unas plazas limitadas de aparcamientos de uso sobre todo de las casas que ocupan la zona, en los alrededores de la Iglesia en las calles contiguas también se puede aparcar. La otra fachada está orientada al Sur. Existe panel de bienvenida a la entrada del municipio " Capital del Aguacate".

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia ha sido restaurada en su totalidad recientemente. Los constructores no previeron que su ubicación junto al río perjudicaría al edificio, esto ha hecho que haya sufrido inundaciones en varias ocasiones, sufriendo por ello notables deterioros, sobre todo en el primitivo pavimento y en la escalinata de entrada. Dispone de iluminación interior y exterior. La Iglesia permanece cerrada.

## PROPUESTA

**INCLUIRLA EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTÍSTICA, EN RUTAS DE SENDERISMO. ESTABLECER UN HORARIO DE APERTURA DE LA IGLESIA.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE SANTA ANA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### BENAMOCARRA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

La construcción del edificio se remonta a finales del S.XVI. El interior está dividido en tres naves delimitadas por arcos apuntados que se apoyan en pilares. Cabe destacar la armadura ochavada de estilo mudéjar que cubre el techo en la nave principal. En el exterior destaca la torre de base rectangular, siguiendo el modelo mudéjar. Tanto el alzado como la torre sufren remodelaciones en 1949, en las que perdieron parte importante de su aspecto original

## LOCALIZACION

Plaza Eduardo ocón.

## OTROS DATOS DE INTERES

Es el único templo de la Axarquía que tiene la cabecera de la armadura de su nave central en forma ochavada. Su torre responde al modelo de alminar que los alarifes mudéjares desarrollaron en la comarca.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de folleto turístico en el que se menciona el recurso como punto de interés. Se comercializa a través del Ayuntamiento. Dispone de señalización a pie de recurso. Diversas webs de carácter privado aluden al recurso. El municipio dispone también de web propia.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se accede a través de la Plaza del Calvario, situada en la parte alta del pueblo, seguidamente nos encontramos con la Plaza de la Constitución, y a continuación llegamos a La Plaza de Eduardo Ocón, donde se encuentra la Iglesia. Es conveniente acceder de modo peatonal debido a la configuración de sus calles estrechas. Existe una pequeña zona habilitada para aparcamientos en la parte alta del pueblo, y otra en la parte baja del pueblo. El municipio está perfectamente comunicado disponiendo de una línea regular de autobuses. Existe panel de bienvenida al municipio. Recorriendo el municipio se puede conocer su historia y sus costumbres a través de la disposición de azulejos artísticos colocados estratégicamente en las paredes de sus calles. La iglesia dispone de azulejo explicativo de su historia y panel identificativo. Existencia de oferta alojativa y de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

Permanece abierta en horario de mañana. Ha sido restaurada recientemente, por lo que su estado de conservación es excelente. Dispone de iluminación exterior e interior. No existen elementos nocivos próximos al recurso.

## PROPUESTA

DEBERÍA SER INCLUIDA EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTÍSTICA.

## IGLESIA PARROQUIAL DE NTRA. SRA. DEL ROSARIO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### EL BORGE



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Se trata de un edificio del S.XVI, que fue erigida el 25 de Mayo de 1505 por el arzobispo de Sevilla D. Diego de Leza y construida por los Reyes Católicos sobre los cimientos de la antigua mezquita. Su estilo arquitectónico es uno de los más llamativos de la zona de la Axarquía, ya que sus diseñadores plasmaron un original punto de vista de los estilos gótico y renacentista. En el interior distinguimos tres naves separadas por arcos apuntados que descansan sobre pilares cruciformes. Las naves están cubiertas con armaduras de madera de estilo mudéjar, mientras que los camarines de planta octogonal tienen artesanado de estilo barroco. Del mismo estilo es la torre del exterior que se levanta sobre planta cuadrada con remate octogonal y tejado de cerámica vidriada. Los azulejos de la entrada principal son de estilo renacentista y están rematados con un arco de carpanel.

### LOCALIZACION

Situada en la Plaza de la Constitución.

### OTROS DATOS DE INTERES

Existe una exposición de pintura permanente en la Casa de Bernabé Alba.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de folleto turístico y de web propia. Existen diversas webs de carácter privado que aluden a la Iglesia. Su comercialización se realiza a través del Ayuntamiento. Existe panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

A la entrada del pueblo a mano izquierda existe una zona habilitada para aparcamientos. A la Iglesia es conveniente acceder peatonalmente, debido a la configuración de sus calles estrechas y empinadas. Se accede a través de la C/ Carril, y se llega a la Plaza de la Constitución, que alberga también al Ayuntamiento. El municipio dispone de transporte público. Existe panel de bienvenida, El Borge, la Villa de la Pasa.

## RESPECTO LA SITUACION

La iglesia no ha sido restaurada, tan solo la torre del campanario. Se conserva en muy mal estado. Sus paredes interiores y exteriores están gravemente deterioradas por efecto de la humedad. Permanece cerrada, a excepción de los días de culto y misas de difuntos. Junto a la Iglesia se haya una cripta con acceso independiente, clausurada por Carlos II en el año 1787. La Iglesia dispone de iluminación exterior e interior. El municipio dispone de oferta alojativa y de restauración.

## PROPUESTA

**LA IGLESIA NECESITA SER RESTAURADA CON LA MAYOR URGENCIA. SE DEBERÍA INCLUIR EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTISTICA.**

## CASA DE LA REINA MORA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### CANILLAS DE ACEITUNO



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es una casa de arquitectura mudéjar que desde la Edad Media fue el centro de distribución del azeytuní (seda teñida y tejida ) producido en Canillas de Azeytuno, y lugar también donde se tributaban los diezmos, es decir, donde se les pagaba, a los señores de la villa y a la Iglesia, la décima parte de lo obtenido por la producción de hojas de morera y por el comercio de la seda. Su verdadero nombre es " Casa de los diezmos ", popularmente se le conoce como "Casa de la Reina Mora", quizás porque pudo ser residencia veraniega de alguna princesa musulmana.

### LOCALIZACION

Situada en la llamada Plaza de la Constitución, junto al Ayuntamiento.

### OTROS DATOS DE INTERES

El edificio en la actualidad es de propiedad privada.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de folleto, donde se menciona el recurso. Existe un libro editado sobre leyendas, tradiciones y curiosidades de Canillas de Aceituno. La comercialización se realiza a través del Ayuntamiento. Canillas dispone de web propia. Existencia de diversas webs de carácter privado donde se alude al recurso. No existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

En Canillas de Aceituno no existen plazas. Lo sinuoso y estrecho de sus calles sólo dejan espacio para ensanches. En uno de estos se encuentra La Casa de la Reina Mora. Actualmente toda la avenida que ocupa El Ayuntamiento y La Casa de los Diezmos se haya en construcción, están introduciendo el saneamiento. Existe transporte público. El recurso se haya adscrito a una zona de interés. El municipio se encuentra situado dentro de Sierra Tejeda. No existe señalización direccional peatonal.

## RESPECTO LA SITUACION

El edificio en la actualidad es de propiedad privada. No ha sido restaurado. En estos momentos toda la avenida en la que se encuentra se haya levantada por la realización de obras de saneamiento en la zona.

## PROPUESTA

**EL EDIFICIO DEBERÍA PASAR A MANOS DEL AYUNTAMIENTO, Y DEBERIA SER RESTAURADO... Y SER RECUPERADO COMO PARTE DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO DE LA LOCALIDAD.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE LA VIRGEN DEL ROSARIO Y SAN LEON MAGNO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### CANILLAS DE ACEITUNO



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Construida sobre el solar de la antigua mezquita en el S.XVI, su estilo es Gótico- Mudéjar. Fue reformada en el XIX. Tiene una torre situada en la cabecera que se inicia en base cuadrada y termina en figura octogonal. En su interior dos capillas barrocas del S.XVIII, una imagen de la Virgen de la Cabeza, con atributos de plata del s.XVIII y XIX, un lienzo pintado al óleo con tema de la Piedad de finales del S:XVII, y tres esculturas de tamaño mediano: San Antón, del XVII, San Francisco Javier, de comienzos del XVIII, y un San Antonio, del círculo de Mena, de finales del S:XVII.

## LOCALIZACION

Se encuentra situada en la parte alta del pueblo, C/ Iglesia.

## OTROS DATOS DE INTERES

En la sacristía se conservan importantes piezas de plata.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe folleto del municipio donde se menciona la Iglesia. Su comercialización se realiza a través del Ayuntamiento. El municipio dispone de web propia. Existen diversas webs de carácter privado en donde la Iglesia es mencionada. Existe señalización turística a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Existe una zona habilitada para aparcamientos a la entrada del pueblo. La Iglesia se haya situada en la parte alta del pueblo. Es conveniente acceder peatonalmente debido a la configuración de sus calles estrechas y empedradas. Existe un linea regular de autobuses. El municipio carece de señalización direccional peatonal. La Iglesia se haya adscrita a una zona de interés, el municipio se encuentra situado dentro de Sierra tejeda.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia se encuentra en bastante buen estado. La soleria ha sido cambiada. El retablo del altar mayor ha sido restaurado. Las paredes necesitan ser reparadas. La pintura está levantada y existen restos de humedad. Existencia de algunos cristales rotos, el coro se encuentra en bastante mal estado. La Iglesia permanece abierta en horario de mañana.

## PROPUESTA

DEBERÍA SER INCLUIDA EN RUTAS DE SENDERISMO. SE DEBERÍA REPARAR LA PUERTA EXTERIOR Y SOBRE TODO LA FACHADA EXTERIOR Y LAS PAREDES INTERIORES.

## ERMITA DE SANTA ANA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### CANILLAS DE ALBAIDA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Es un edificio sencillo que data del S.XVI y se levanta sobre una sola nave rematada en bóveda de cañón y de media naranja en la cabecera, así la capilla mayor cuenta con una bóveda semiesférica sobre pechinas. La ermita está rematada por un pivote octogonal coronado por un cono.

## LOCALIZACION

En la parte alta del pueblo, coronando el municipio.

## OTROS DATOS DE INTERES

Este monumento ha sido catalogado como Monumento Histórico Andaluz.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de un folleto donde se oferta Canillas de Albaida como La Perla de la Axarquia, y donde el recurso es mencionado. Diversas webs privadas aluden al recurso. El municipio no dispone de web propia. Existe un azulejo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

No es necesario adentrarnos al municipio. A su entrada existe un desvío a la derecha, que tomaremos, y llegamos a un carril estrecho que nos conducirá al recurso. La Ermita se haya situada en la cúspide del municipio. No existe una zona de aparcamientos próxima al recurso, tampoco existe señalización urbana que nos conduzca a la Ermita. El municipio se haya adscrito a una zona de interés natural, está localizado en las estribaciones de "Sierra Tejeda- Almirajara", en el valle formado por el río Cájula (Algarrobo). Existe una zona de acampada denominada "La Fábrica de la Luz", a unos 3 Km. De la Ermita. Existe también oferta alojativa y de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

La Ermita se encuentra en estado de abandono. Se ha realizado un camino de piedra de pizarra, que sirve de acceso a la Ermita, rodeado de una zona ajardinada a su alrededor, que se encuentra muy descuidada. En la parte trasera de la Ermita existe un mirador desde el cual se pueden divisar los municipios de Cómpeeta, Archez, Sayalonga, Corumbela, y todo un conjunto de casas de campo, cortijos, y unas incomparables vistas de Sierra- Tejeda y Almirajara. Existencia de varios puntos de luz rotos. A su izquierda se haya localizado un taller de empleo, Casa de Oficios, con modulos de ceramica y de forestación.

## PROPUESTA

**RECUPERAR UN EDIFICIO QUE DATA DEL S.XVI. RESTAURAR Y LIMPIAR TODO SU ENTORNO QUE SE HAYA MUY DESCUIDADO. POSEE UNA ZONA DE ACAMPADA EN SUS INMEDIACIONES, POR LO QUE SERÍA MUY CONVENIENTE INCLUIRLA EN RUTAS DE SENDERISMO.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE NTRA. SRA. DE LA EXPECTACION

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### CANILLAS DE ALBAIDA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Iglesia construida en el S.XVI y reconstruida en el S.XVIII, esta Iglesia de planta cuadrangular presenta un aspecto macizo. Su gran torre de dos cuerpos es de ladrillo y mampostería que conserva en buen estado su esgrafiado original. El interior, se divide en tres naves, delimitadas por pilares que apean arcos rebajados de medio punto. Cubre su nave principal una armadura de madera.

### LOCALIZACION

c/la plaza. En la plaza central del pueblo.

### OTROS DATOS DE INTERES

La próxima ubicación a Sierra Tejeda y Sierra Almirajara, hacen que el pueblo quede protegido contra los vientos fríos del Norte, Creando un microclima casi subtropical, que facilita condiciones óptimas para el cultivo de vegetales. Es de destacar entre otros, el cultivo del aguacate.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe folleto donde se menciona la Iglesia. Se promociona institucionalmente a través del Ayuntamiento. Existen diversas paginas webs que aluden al recurso. El municipio no dispone de pagina web propia. Existe panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Existe una pequeña zona habilitada para aparcamiento en la zona baja del pueblo. A través de unas estrechas y sinuosas calles llegamos a la plaza del pueblo, punto de reunión tanto de lugareños como de visitantes. Existencia de transporte público. Inexistencia de señalización urbana. La Iglesia se haya adscrita a una zona de interés, en las estribaciones de Sierra "Tejeda-Almijara".

## RESPECTO LA SITUACION

Se encuentra en perfecto estado de conservación. Habiendo sido restaurada en Marzo 2002. Se encuentra situada en un lugar estratégico, en la plaza del pueblo junto a un establecimiento hotelero inaugurado tan sólo hace unos meses denominado " Posada La Plaza" y un magnifico restaurante, que pertenece al mismo propietario. Todo su entorno se mantiene limpio y cuidado. La iglesia dispone de puntos de luz interior y exterior.

## PROPUESTA

**INCLUIRLA EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTÍSTICA DE LA COMARCA, APROVECHANDO SU PRIVILEGIADA SITUACIÓN.**

## ERMITA DE SAN SEBASTIAN

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### COMPETA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es una Ermita llena de historia ya que en ella se encuentra el patrón de la villa y fue Iglesia parroquial originaria. Está edificada sobre los restos de la antigua mezquita. Es una edificación sencilla levantada sobre una sola nave cubierta con bóveda semiesférica sobre pechinas. El exterior da acceso con arco de medio punto enmarcado entre pilastras y culminando con simple espadaña de un solo vano.

### LOCALIZACION

Su ubicación actual responde al antiguo centro del pueblo. C/ San Sebastián.

### OTROS DATOS DE INTERES

Permanece cerrada en la actualidad. Su propiedad se halla en manos del obispado.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe un folleto específico de la Iglesia y sus dos Ermitas en La Oficina de Información Turística. El municipio dispone de web propia, pero en estos momentos se está elaborando una pagina web con mucha información detallada del pueblo y links a otras páginas de empresas existentes en Competa. La comercialización del recurso en estos momentos no se realiza, quedando su comercialización actual en manos del Obispado. Existencia de diversas webs privadas donde se menciona al recurso. En el folleto del municipio viene incluida en La Ruta de las Ermitas.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se cree que su ubicación actual corresponde al antiguo centro del pueblo. Partiendo del centro del pueblo, Plaza Almijara, subimos una pequeña plaza que nos conduce a C/toledo. Seguimos esta calle toda recta y nos encontramos con una pequeñita plaza llamada C/ Plazoleta, giramos hacia la derecha hacia la Plaza de La Vendimia, seguiremos hasta encontrarnos con el cuartel de La Guardia Civil a nuestra izquierda y a la derecha continuando la calle toda recta nos encontraremos con La Ermita de San Sebastián, situada junto al Cementerio. Existe una zona que es el aparcamiento principal, situado pasada la Oficina de Turismo(Parte baja del pueblo), subimos la calle que queda a la derecha dejando a su izquierda el cartel de bienvenidos a Cómpea. Pasados unos 200m llegamos al aparcamiento principal. El municipio dispone de transporte público. La Ermita se haya adscrita a una zona de interés ocupando su municipio la vertiente meridional de La Sierra almijara. No existe señalización direccional peatonal, ni aparece indicado en el panel de señalización urbana del municipio.

## RESPECTO LA SITUACION

El recurso permanece cerrado en la actualidad. Se encuentra en buen estado, habiendo sido reformada recientemente. Dispone de iluminación exterior.

## PROPUESTA

**SERÍA ABSOLUTAMENTE NECESARIO FACILITAR EL ACCESO AL RECURSO ESTABLECIENDO UN HORARIO DE APERTURA.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE LA ASUNCION

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### COMPETA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es de planta de tres naves separadas por arcos de medio punto que descansan sobre pilares octogonales. En su origen solo fue de una nave y con el paso del tiempo y las necesidades se le fueron adosando las dos naves laterales y el crucero. Su cubierta y el artesanado es de estilo mudéjar. La portada es de arco adintelado y espadaña de frontón con una hornacina en la que se venera la imagen de la Virgen de La Asunción, titular de la Iglesia. El pórtico es de ladrillo visto y rematado con un mosaico obra del escultor competente Antonio Rivas. El Altar Mayor lo preside un fresco de La Asunción de la Virgen a los cielos, obra del pintor veleño Paco Hernández, realizado en 1972. El mural está enmarcado por un retablo en madera de cedro real de estilo mudéjar, realizado por el tallista rondeño Juan Carlos Sedeño, y escoltado todo él por dos tallas de angeles lampadarios realizados por el escultor malagueño Rafael Liébana.

### LOCALIZACION

Situada en la plaza principal del pueblo Plaza Almirante justo al lado de la pequeña plaza Pantaleón Romero.

### OTROS DATOS DE INTERÉS

La Iglesia de Ntra. Sra. De La Asunción se la conoce como " La Catedral De La Axarquía ", fue mandada construir el 25 de Mayo de 1505 por Decreto Real de Isabel La Católica. Fue reformada toda ella en el año 1935, por José Navas siendo sacerdote D. Telesforo, debido a los daños sufridos por el terremoto de 1884.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe un folleto específico de la Iglesia editado con motivo del V CENTENARIO (1505- 2005). El municipio dispone de web propia. Existencia de diversas webs privadas donde se menciona la Iglesia. La Iglesia se comercializa a través de La Oficina De Turismo. Existe panel identificativo a pie de recurso. Como habíamos mencionado anteriormente en el 2005 se celebra en Cómputa El Año Jubilar con motivo del aniversario de los 500 años de la construcción de la Iglesia. Durante este año habrá numerosos actos culturales y eclesiásticos enfocados hacia la Iglesia.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se haya enclavada en el centro del pueblo, en la plaza principal. El municipio dispone de transporte público. Existencia de una zona de aparcamiento principal. El municipio dispone de una amplia oferta hotelera y de restauración. Existencia de señalización urbana, aunque carece de señalización direccional peatonal. La Iglesia se haya ubicada en una zona de interés, Cómputa ocupa la vertiente meridional de La Sierra Almirajara.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia permanece abierta todos los días. La Iglesia se encuentra en excelente estado, la Iglesia ha sufrido varias reformas, en este momento se encuentra en vías de restauración. Hasta el momento ha recibido la visita de unos 22.000 visitantes. Existe un precio estipulado para la visita de la Iglesia y un horario establecido. Existencia de iluminación exterior e interior. El entorno en el que se haya situada se encuentra limpio. Este año se celebra el Año Jubilar en Cómputa. La Iglesia del S. XVI, se ha abierto un nuevo museo en las dependencias anexas a la Iglesia. Se puede visitar la Iglesia y subir a la torre para disfrutar de las vistas. Horario : 10.00- 14.30 y 16.00- 19.00 horas.

## PROPUESTA

**INCLUIRLA EN RUTAS HISTÓRICO- ARTÍSTICAS.**

## ERMITA DE SAN ANTON

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### COMPETA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Construcción sencilla del S.XVIII con algunas reformas modernas. Esta es una de las más emblemáticas ermitas del municipio y donde cada año en la festividad del santo se bendecían los numerosos animales del pueblo.

## LOCALIZACION

Al suroeste del pueblo, justo al extremo contrario de donde está ubicada La Ermita de San Sebastián. Situada en la parte alta del pueblo junto al Hotel Balcón de Competa. C/ San Antonio.

## OTROS DATOS DE INTERES

Según el diccionario de Madoz, esta Ermita distaba de la de San Sebastián 100 varas y era tan pobre que en 1799 sólo se le exigía el pago de un maravedí al Real Subsidio.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe folleto en La Oficina de Información turística donde se la incluye junto con la de San Sebastián en " la Ruta de Las Ermitas. El municipio dispone de web propia. La Ermita es mencionada en diversas webs de carácter privado. No existe comercialización del recurso en estos momentos. Existencia de panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra situada en la parte alta del pueblo, justo en el lado opuesto de la Ermita de San Sebastián. C/ San Sebastián. Existe una zona de aparcamientos principal, un poco mas abajo. La Iglesia dispone de panel de señalización urbana, y de placa identificativa a pie de recurso. Existe una linea regular de autobuses. Existencia de panel de bienvenida a la comarca. Está adscrita a una zona de interés, enclavada en la vertiente meridional de La Sierra Almirajara.

## RESPECTO LA SITUACION

Se encuentra en estado abandonado, no dispone de punto de luz general, tan sólo tiene dos pequeños farolitos. Permanece cerrada al público. Junto a ella encontramos un hermoso mirador que nos invita a disfrutar de unas maravillosas vistas.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA REALIZAR UNA RESTAURACIÓN DE LA ERMITA, Y RECUPERARLA COMO PARTE DEL PATRIMONIO CULTURAL. ESTABLECER UN HORARIO DE APERTURA.**

## IGLESIA PARROQUIAL VIRGEN DE LA ENCARNACIÓN

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### CÚTAR



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Su construcción data del S. XVI, aunque sufre dos restauraciones, la primera en el S.XVIII y la segunda en 1953. Se levanta en estilo mudéjar con tres naves demarcadas por pilares cruciformes sobre los que se apoyan arcos apuntados, ambos de ladrillo. Se cubren las naves con armaduras de madera, siendo la central de tirantes y las laterales de colgadizo. Durante el S.XVIII se realiza el pequeño camarín de la nave de la Epístola primero y, a finales de siglo, la pieza más notoria del conjunto, la capilla de estilo rococó con decoración policromada en su arco triunfal, situada tras la reforma de 1953 a los pies del templo para albergar a Ntra. Sra. De los Angeles, y hoy a San Roque.

## LOCALIZACION

Plaza de la encarnación.

## OTROS DATOS DE INTERES

En el pueblo hay también una fuente árabe que está sin catalogar y en su término municipal existen varios yacimientos arqueológicos en la Peña de Hierro que testimonian asentamientos prehistóricos, como un poblado y una necrópolis.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. El municipio será incluido en breve en la web de la Axarquía. Existen folletos relativos a la Fiesta del Monfí, que tiene lugar durante dos días del mes de Octubre, mostrando aspectos tradicionales de la cultura andalusí, sin embargo el municipio no dispone de folleto descriptivo de la Iglesia. Existe panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Está enclavada en la parte más alta del pueblo. Su acceso es pasada la primera entrada del pueblo, que conduce hacia la parte baja, tomaremos la segunda entrada, que es donde se encuentra la parada del autobús, existe una pequeña explanada con capacidad para el estacionamiento de unos 304 vehículos, accederemos de modo peatonal, bajando unas escaleras nos encontraremos con la Iglesia. El municipio dispone de transporte público. El municipio carece de señalización urbana.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia se encuentra en estos momentos fuera de funcionamiento. Se encuentra en obras, (3 años...), hasta el momento ha sido restaurada la techumbre, que se ha cambiado por completo. Recientemente han aparecido pinturas en sus dependencias interiores. Ante la posibilidad que tenía de derrumbamiento se decidió restaurar antes de que fuese demasiado tarde. Dispone de iluminación externa.

## PROPUESTA

**LA PREMURA EN LA REALIZACIÓN DE LAS OBRAS, QUE PERMANECEN PARADAS HASTA EL MOMENTO.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE SAN GREGORIO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### IZNATE



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

De construcción mudéjar y fachada renacentista, su nave central está cubierta con un artesonado mudéjar de gran valor y belleza con tirantes de lazo en estilo nazarí. El altar realza su belleza con un retablo alegórico a los misterios de la Virgen. En su interior son de destacar un lienzo del S XVII que representa a S. Francisco de Paula, se atribuye a la escuela de Zurbarán. En la sacristía un oleo de la Dolorosa de estilo popular del S. XVII, y en otra de las capillas, otro oleo sobre lienzo que representa al Salvador, igualmente del S.XVII. Destaca una inmaculada en madera policromada del S. XVII. El resto de las imágenes, ya en escayola fueron realizadas tras la guerra civil en el taller de Grande de Madrid. El interior ha ido acumulando mezclas de diferentes épocas con expresivos detalles clásicos y en el exterior se acusa claramente el carácter mudéjar. Es de solida construcción, de orden toscano.

## LOCALIZACION

En la plaza central del pueblo, en Plaza de La Virgen.

## OTROS DATOS DE INTERES

Fue erigida en 1505 y reconstruida después de la rebelión de los moriscos, consta que hasta 1577 no adquiere parroquialidad. Las puertas llevan esculpidas en sendos rombos la I representativa del marquesado de Iznate.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe un folleto del municipio en el que se la detalla ampliamente. Se comercializa institucionalmente a través del Ayuntamiento. El municipio dispone de web propia. Existencia de diversas webs privadas donde se menciona a la Iglesia. Existe panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Ubicada en el casco urbano de Iznate, en la Plaza central del municipio, denominada Plaza de la Virgen. Existencia de transporte público. A la entrada del pueblo existe una zona de aparcamiento. Se accede peatonalmente a pesar de que se permite el paso de vehículos en las calles anexas. Existencia de oferta alojativa y de restauración. Iznate se encuentra dentro de la ruta del " Sol y del Aguacate ".

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia se encuentra en buen estado de conservación. En Diciembre del 2000 ha sido totalmente reformada. Dispone de iluminación interior y exterior. Normalmente permanece cerrada al público. No existen elementos nocivos próximos al recurso.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA ESTABLECER UN HORARIO DE APERTURA. LA IGLESIA DEBERÍA SER INCLUIDA EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTÍSTICA DE LA COMARCA.**

## TEMPLETE

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### MACHARAVIAYA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

TempLETE de ladrillo formado por dos cuerpos cuadrangulares, erigido a finales del S.XVII en memoria de la familia Gálvez y sus donaciones.

### LOCALIZACION

Justo a la entrada de acceso al municipio.

### OTROS DATOS DE INTERES

Erigido a la entrada del municipio. Simbolizando el agradecimiento de sus vecinos a esta insigne familia por su colaboración en el desarrollo y auge de la localidad.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Se encuentra debidamente señalado. Existencia en webs turísticas. En breve se quiere editar un folleto con motivo de La Feria de Los Pueblos.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Inexistencia de transporte público. Se requiere vehículo propio. La vía está pavimentada. En estos momentos se encuentra en obras. Existencia de una pequeña zona habilitada para aparcamientos a pie de recurso. Existencia de dos hoteles en sus inmediaciones.

## RESPECTO LA SITUACION

Ha sido restaurado recientemente. Inexistencia de elementos nocivos próximos al recurso. Se puede visitar concertando previamente la visita y también a pie de recurso. Dispone de iluminación tanto interna como externa.

## PROPUESTA

SE DEBERIA INCLUIR EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTISTICA, DE LA COMARCA, Y EDITARSE FOLLETOS, MAPAS, ETC.

## IGLESIA PARROQUIAL DE SAN JACINTO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### MACHARAVIAYA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Esta iglesia fue levantada, por segunda vez, en el S.XVIII sobre el solar que ocupó la anterior, monumento construido en 1505 por orden del arzobispo de Sevilla Diego de Leza, y antes de la fundación del pueblo que tuvo lugar en 1572. Dos siglos después, será reconstruida bajo la dirección de José Ortega Monroy y Miguel del Castillo. El diseño de la iglesia se basa en una planta de cruz latina de una sola nave, destacando el crucero en planta y alzado. En el interior, merece la pena contemplar la portada y la cripta-panteón que se encuentra bajo la iglesia y en la que existen estatuas de miembros de la familia Gálvez, principales mecenas del pueblo durante el S.XVIII.

## LOCALIZACION

Plaza de Bernardo de Gálvez.

## OTROS DATOS DE INTERES

El mausoleo construido en 1785 por los Gálvez y destinado a lugar de enterramiento de la familia. Se encuentra situado bajo la Iglesia de San Jacinto, y es sorprendente su tamaño, igual al de la misma iglesia.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de webs turísticas donde se menciona el recurso. Próxima edición de un folleto. Indicación in situ a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Inexistencia de transporte público. Se requiere vehículo propio. Existencia de una pequeña zona destinada a aparcamientos a pie de recurso. Se encuentra debidamente señalizado no sólo a pie de recurso, sino también a través de la señalización urbana. Su situación se haya adscrita a una zona de interés histórico- artístico. Existencia de oferta alojativa en sus inmediaciones.

## RESPECTO LA SITUACION

La iglesia ha sido restaurada recientemente. Concretamente en 1992 con motivo de La Exposición Universal. Se encuentra debidamente iluminada. Se conciertan a través del Ayuntamiento visitas guiadas.

## PROPUESTA

DEBERÍA SER INCLUIDA EN UNA RUTA HISTÓRICO- ARTÍSTICA DE LA COMARCA. LA IGLESIA DEBERÍA DISPONER DE UN FOLLETO PROPIO. SE DEBERIAN EDITAR FOLLETOS, MAPAS .

## IGLESIA DE BENAQUE

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### MACHARAVIAYA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Iglesia de estilo múdejar del s.XVI, con una torre de planta cuadrangular, cuyo último cuerpo de campanas tiene arcos de medio punto. Esta torre fue el alminar de una antigua mezquita.

## LOCALIZACION

En la Plaza de la Iglesia.

## OTROS DATOS DE INTERES

Su inmejorable localización. Permite contemplar una amplia panorámica de la zona. En esta pedania de Macharaviaya nació el insigne poeta Salvador Rueda. Aquí se conserva su casa, en un perfecto estado de conservación, que merece la pena visitar.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de webs turísticas donde se menciona el recurso. Se pretende editar un folleto, con motivo de " La Feria de Los Pueblos" en Abril. No existe señalización que facilite el acceso al recurso. Se realizan visitas previamente concertadas a través del Ayuntamiento.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra ubicada en La plaza de la Iglesia, a la entrada del pueblo. No existe transporte público. Se requiere vehículo propio. Existencia de una pequeña zona destinada a aparcamientos en los accesos a la iglesia. No existe una placa identificativa a pie de recurso. Existencia de oferta alojativa en sus inmediaciones. Dos hoteles, uno de ellos muy cerca del recurso.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia ha sido restaurada recientemente. Carece de iluminación externa. El horario de culto se limita a Domingos y festivos. Y también tiene visitas previamente concertadas con el Ayuntamiento.

## PROPUESTA

UNA PLACA IDENTIFICATIVA A PIE DE RECURSO E ILUMINACIÓN EXTERNA.

## IGLESIA PARROQUIAL DE NTRA. SRA. DE GRACIA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### MOCLINEJO



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es la parroquia de Santa María el edificio más sobresaliente de la villa. La construcción de la iglesia data del S. XVI y sufre reformas parciales durante el S. XVII. Tiene dos naves separadas por danza de arcos de medio punto que se apoyan sobre columnas de piedra. Sobre los pies de la nave de La Epístola torre de planta cuadrada y cuerpo de campanas con cuatro vanos para terminar en tejado de tejas.

### LOCALIZACION

Se encuentra dentro del núcleo urbano. C/ Iglesia.

### OTROS DATOS DE INTERES

El municipio cuenta con La fundación Centro de Estudios de Las Pasas (C.E.P.A ), con este proyecto se pretende promover estudios, realizar encuentros con empresarios, organizar visitas, potenciar la promoción y la comercialización.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio cuenta con un folleto explicativo donde se menciona la Iglesia. También dispone de postales turísticas del municipio. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. Diversas webs de carácter privado hacen mención al recurso como punto de interés. El municipio dispone de pagina web a través de la página web general de la Axarquía. El recurso dispone de panel identificativo.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Nada más avistar el pueblo, llama la atención del visitante, la entrada al mismo flanqueada por un hermoso y grandioso torreón de piedra que nos da la bienvenida al municipio, y un panel de bienvenida al municipio. Nos adentramos por él y a la derecha nos encontramos con una zona destinada a aparcamientos, donde se situa también la parada del autobús, y existe una pequeña zona habilitada para parque, seguimos a pie hacia el nucleo urbano y nos encontramos con la Iglesia. El municipio no dispone de señalización direccional peatonal. El municipio se encuentra al inicio de la ruta de la pasa. Existencia de transporte público. Existe otra vía de acceso al municipio un km más adelante.

## RESPECTO LA SITUACION

La iglesia ha sido restaurada recientemente. Sus dependencias interiores se encuentran en bastante buen estado. Cabe destacar sin embargo la subida al coro y al campanario, la entrada al coro permanece cerrada con un aldabón de madera, y la subida al campanario se encuentra sucia y descuidada con abundantes excrementos de paloma. La iglesia dispone de iluminación externa e interna. El recurso permanece abierto.

## PROPUESTA

**SE DEBERIAN INSTAURAR UNOS SISTEMAS DE CIERRE EN TORNO AL CAMPANARIO QUE EVITASEN EL EFECTO DEVASTADOR QUE ESTÁN OCASIONANDO LAS PALOMAS. EL CORO DEBERÍA SER RESTAURADO. DEBERÍA HACERSE FRENTE A LAS FILTRACIONES DE HUMEDAD QUE PRESENTA EL EDIFICIO TANTO EN SUS DEPENDENCIAS EXTERIORES COMO INTERIORES.**

## ALMINAR DE LA IGLESIA LOCAL

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### SALARES



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Su alminar, convertido en campanario, se encuentra en el lado derecho de la actual iglesia, que presenta una estructura de prisma rectangular. Está realizado en ladrillo y mampostería, componiéndose de tres cuerpos, el primero se realiza en mampostería alternando con verdugadas de ladrillo, tenía una banda con dos filas de azulejos blancos con rombos azules que lo dividía del segundo cuerpo, de la que sólo queda un rectángulo. El segundo cuerpo, Más amplio en longitud, se compone de cuatro rectángulos rehundidos con paños de sebka en los cuatro frentes, que dejan las esquinas libres sin decoración. En la parte inferior de los rombos mixtilíneos han desaparecido las pequeñas columnas que había. El último cuerpo comienza a partir de una imposta que lo separa del cuerpo anterior.

### LOCALIZACION

Junto al Ayuntamiento. C/ Iglesia.

### OTROS DATOS DE INTERES

El alminar ha sido declarado Monumento Histórico -Artístico nacional en el año 1979.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

No existe folleto editado del municipio. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. El municipio aparece mencionado en la web de la Axarquia. El alminar dispone de panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Existe una pequeña zona habilitada para aparcamientos a la entrada del municipio. Al recurso se debe acceder peatonalmente debido a los desniveles que presenta el terreno. El municipio dispone de transporte público. No existe señalización urbana. El recurso se encuentra adscrito una zona de interés se haya ubicado en El Parque Natural de Sierra Tejeda - Almirajara.

## RESPECTO LA SITUACION

El alminar se encuentra en bastante buen estado. Dispone de iluminación exterior. Ha sufrido leves procesos de restauración.

## PROPUESTA

DEBERÍA SOMETERSE A UN PROCESO DE RESTAURACIÓN PROFUNDO. DEBERÍA SER INCLUIDO EN RUTAS DE CARÁCTER HISTÓRICO - ARTÍSTICO, DE SENDERISMO ETC. DEBERÍA RECUPERARSE SU USO TURÍSTICO.

## IGLESIA DE SANTA CATALINA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### SAYALONGA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

Esta Iglesia fue construida en el S. XVI sobre lo que había sido la Antigua Mezquita, y probablemente en el mismo lugar donde se ubicó un templo romano. Su estilo es mudéjar destacando su torre octogonal similares a otras de la provincia de Málaga. En su exterior destaca la sencillez, acceso en arco de medio punto enmarcado por alfiz y torre de base cuadrangular con un segundo cuerpo de campana octogonal que se abre en cuatro arcos de medio punto.

## LOCALIZACION

Casi al final de la calle principal que atraviesa el municipio coronando una pequeña loma se encuentre el edificio más notable de la villa. Se encuentra en pleno centro histórico del pueblo, en La Plaza de la Constitución.

## OTROS DATOS DE INTERES

Destaca por su gran valor escultórico la talla de La Virgen del Rosario - obra en madera policromada de la Escuela Granadina del S. XVII.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos explicativos del recurso trilingües en La Oficina de Información Turística - OIT y está incluida en la Ruta I Sayalonga - Corumbela -Sayalonga de la Guía de Senderismo editada por el Ayuntamiento de Sayalonga y La Oficina de Turismo del municipio. La comercialización institucional se realiza a través de La Oficina de Información Turística. Existen diversas webs privadas donde hacen referencia a La Iglesia de Santa Catalina como punto de interés. El municipio dispone también de una web propia muy completa de reciente inauguración. Existencia de señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se accede a través de la calle principal del municipio, es muy fácil su acceso pues a lo largo de toda la calle existen multitud de azulejos a modo de indicaciones que nos conducirá de una manera rápida y sencilla hasta la Iglesia. Se encuentra situada en pleno centro histórico del pueblo, en La Plaza de la Constitución, frente a La Oficina de Información Turística. Existencia de transporte público en el municipio. Existencia de una zona destinada a aparcamientos situada pasada la zona del cartel de bienvenida de entrada al municipio a la derecha, a la entrada del municipio ya en el casco urbano existe un número reducido de plazas de aparcamiento.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia se encuentra normalmente cerrada al público, permaneciendo abierta los días de culto y previa visita concertada a través de la Oficina de Información Turística. La Iglesia ha sido restaurada recientemente. Dispone de iluminación externa. No existen elementos nocivos próximos al recurso.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA FACILITAR UN HORARIO DE APERTURA AL RECURSO.**

## CEMENTERIO REDONDO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### SAYALONGA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Probablemente es uno de los únicos cementerios redondos de España y no solamente es un cementerio, es un ejemplo de la originalidad de una arquitectura popular cuyo origen se remonta a otros tiempos y otras culturas. El cementerio de Sayalonga es un monumento de imagen compacta, de un simple golpe de vista puede abarcarse todo su conjunto, sin embargo ello no quiere decir que podamos acercarnos a él con la seguridad de lo conocido. Al acercarnos descubriremos como la superposición de los nichos semejan un blanco panal. Construido en el S.XIX guarda celosamente en su interior el misterio de su forma redonda, tal vez sea por su parecido a la torre de la iglesia que se contempla a simple vista o quien sabe por que otro motivo. Lo cierto es que es una obra anónima que parece haberse dejado influir por la naturaleza, naturaleza con la cual se funde y a la cual imita por su espontaneidad.

### LOCALIZACION

En la parte baja del pueblo.

### OTROS DATOS DE INTERES

Junto a la entrada del cementerio se encuentra El Centro de Interpretación del Cementerio Redondo de Sayalonga. También como punto curioso a destacar el pueblo está hermanado con la localidad de Piaggine situada en Italia. El municipio celebra año tras año el Día del Níspero, declarada por la Junta de Andalucía fiesta de Interés turístico nacional de Andalucía.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe folleto explicativo trilingüe ( Español, alemán, inglés ) específico del Cementerio Redondo de Sayalonga y está incluido como punto de interés dentro de la Ruta Arqueológica (en la que se hace un recorrido por la historia de Sayalonga, donde encontraremos desde vestigios históricos, romanos, árabes e incluso casi contemporáneos como El Cementerio Redondo ) en el folleto editado de Guía de Senderismo. La comercialización institucional se realiza a través de La Oficina de Información Turística. El recurso aparece mencionado en multitud de webs de carácter privado y el municipio también dispone de una completa web de reciente inauguración. Existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

El cementerio se haya situado en la parte baja del pueblo. Existen indicaciones que se encuentran a lo largo de la calle principal del municipio en forma de azulejo que nos conducirán a pie de recurso. Existencia de transporte público. Existencia de una zona dedicada a aparcamientos pasado el cartel de Bienvenido al municipio situado a la derecha. Y en la entrada al municipio existe un reducido número de aparcamientos situados junto a la Plaza del pueblo (centro neurálgico de la localidad ). El municipio dispone de señalización direccional peatonal y hasta dispone de una ruta de murales que han sido realizados por El Taller de Empleo durante el año 2003, en estos murales colocados en lugares clave del pueblo se detalla con ilustraciones y se explica un poco de la historia del lugar.

## RESPECTO LA SITUACION

La Oficina de Información Turística ofrece visitas guiadas gratuitas concertadas previamente. El Cementerio se encuentra en adecuado estado de conservación, dispone además de Un Centro de Interpretación, que fue inaugurado el pasado año 2002, está situado a la entrada del cementerio y se trata de explicar en él el porqué de su forma, así como sus orígenes, dispone de un expositor donde se muestran una colección de piezas de gran valor histórico y toda la sala está acondicionada con fotografías y textos explicativos. Dispone además de un libro de visitas para que cualquier visitante que desee deje constancia de su paso por este mítico lugar. El Cementerio es uno de los monumentos más visitados de La Axarquía con más de 3000 visitantes al año. El Centro de Interpretación permanece normalmente cerrado por motivos de seguridad, para visitarlo tan sólo hay que pedir la llave que se encuentra disponible en La Oficina de Información Turística.

## PROPUESTA

DEBERÍA SER INCLUIDA EN RUTAS HISTÓRICO- ARTÍSTICAS.

## CASA TORREON

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### SEDELLA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

La Casa Torreón es el edificio más singular del núcleo urbano. Se trata de la antigua vivienda del alcalde de los Donceles, el varias veces citado Don Diego Fernández de Córdoba, al que se le concedió el título de señorío de Sedella como compensación por los servicios prestados a la corona de Castilla. La vivienda conserva un torreón cuadrado de estilo mudéjar, abierto con arcos germinados sobre columnas renacentistas y decorados con esgrafiados de estética morisca. El interior se cubre con armadura a cuatro aguas y tirantes de triángulo.

## LOCALIZACION

Se encuentra localizada en C/ Baja dentro de La Plaza de la Constitución.

## OTROS DATOS DE INTERES

El edificio permanece actualmente en propiedad privada.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de un breve folleto donde el recurso aparece mencionado como lugar de interés a visitar. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. El municipio dispone de una completa página web a través de la página web general de la Axarquía. No existe panel identificativo a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

El municipio dispone de una limitada zona de aparcamientos a la entrada del municipio, también dispone de unas plazas de aparcamiento en la Plaza de la Constitución lugar donde se ubica el recurso. El municipio dispone de panel de bienvenida. No existe señalización urbana. El recurso se encuentra adscrito a un zona de interés, esta situado en el Parque Natural Sierra Tejeda -Almijara. Existencia de transporte público.

## RESPECTO LA SITUACION

La casa torreón se encuentra en bastante buen estado de conservación. Permanece actualmente en manos de un particular. Dispone de punto de luz directo.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA RECUPERAR EL USO TURÍSTICO DEL EDIFICIO, Y DEBERÍA PASAR A SER PROPIEDAD DEL AYUNTAMIENTO.**

## IGLESIA PARROQUIAL DE SAN ANDRES

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### SEDELLA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

La desaparecida iglesia mudéjar, pues fue reformada en la segunda mitad del siglo XX, dedicada a la advocación de San Andrés, tuvo tres naves y torre campanario, que es el único elemento original que se conserva. La actual es de una sola nave rectangular y cuenta con buenas tallas de los siglos XVI XVII, y una custodia, así mismo del S. XVII, trasladadas allí desde El Colegio Malagueño de San Carlos con fecha 8 de Mayo de 1854.

## LOCALIZACION

Se encuentra situada en el nucleo urbano del municipio. Plaza de la Constitución.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El municipio dispone de un sencillo folleto en el que la Iglesia es mencionada como punto de interés a visitar. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. El municipio dispone de una completa página web enmarcada en la web principal de La Axarquía. No existe placa identificativa a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra situada en el núcleo urbano del municipio. Dispone de unas plazas de aparcamiento a pie de recurso. Se encuentra situada en Plaza de la Constitución, frente a la Casa torreón, y en la plaza se encuentra Café Bar La Plaza. Se encuentra adscrita a una zona de interés, está situada en El parque natural Sierra tejeda \_Almijara. El municipio dispone de una línea regular de autobuses que conectan las localidades de Sedella - Canillas de Aceituno - Málaga.

## RESPECTO LA SITUACION

A lo largo del tiempo el templo sufrió numerosas reformas y ampliaciones, así en 1853 se arreglaron los tejados y se construyó la nave que daba a la plaza. La última gran reforma interior, antes de ser derribado, fue en 1855, que afectó al comulgatorio, se hizo un almacén, una alacena y el altar de San Francisco de Paula. Así pues, el templo antiguo era de tres naves con dirección este - oeste. En la decada de 1950 -60 el templo estaba muy deteriorado debido a que el viento había levantado numerosísimas tejas sin haber hecho reparación alguna durante muchos años. Esto ocasionó el desperfecto de la armadura de madera, nichos y otras partes. También se veían numerosas grietas provocadas por el terremoto de 25 de Diciembre de 1884. Se tomó la fatídica decisión y fue derribado, construyendose uno nuevo (el actual ) que fue inaugurado el 13 de Noviembre de 1960, siendo éste de una sencilla planta rectangular y sin grandes pretensiones espaciales. La dirección del Templo es sur - norte, situándose la entrada por el norte. Este es de una gran sobriedad y simpleza. Actualmente se ha reformado la fachada, colocado una techumbre de madera, alargado las ventanas y ha sido dotado de una nueva instalación eléctrica, etc. Su ultima reapertura, tras las ultimas obras realizadas fue el 9 de Diciembre del 2002 con el oficio de una Eucaristia.

## PROPUESTA

DEBERÍA SER INCLUIDA EN RUTAS HISTÓRICO -ARTÍSTICAS, DE SENDERISMO, ETC.

## IGLESIA PARROQUIAL SANTA ANA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### TOTALAN



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es el edificio más importante y antiguo de la población. Data del S.XVI. Se levanta sobre planta de dos naves, separadas por dos columnas toscanas de mármol rojizo que soportan sendos arcos de medio punto. La nave central está cubierta por armadura de parhilara mientras que la del Evangelio con armadura sin alicer. Posee un campanario sobre la cabecera del Evangelio, de planta cuadrangular con vanos rematados en arcos de medio punto en el cuerpo de campanas. La torre con elementos mudéjares como arcos achapanados pudo haber sido construida de nueva planta, aunque las bovedas de su escalera interior parecen indicar que es un alminar aprovechado y adosado a la cabecera. Su portada es sencilla enmarcada por cornisa que cobija un arco de medio punto con impostas resaltadas.

### LOCALIZACION

Se encuentra situada dentro del casco urbano, en la llamada Plaza de La Constitución.

### OTROS DATOS DE INTERES

Al entrar en la localidad nos da la bienvenida su hermosa plaza denominada Plaza de Antonio Molina. De este pueblo son los padres de Antonio Molina y él mismo pasó parte de su juventud en el municipio. En la actualidad, el cantaor Enrique Castillo, natural de Totalán, es uno de los más destacados dentro de la provincia.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existe folleto editado del municipio, aunque se pretende realizar la creación de un folleto más completo. La comercialización institucional se realiza a través del Ayuntamiento. El recurso es mencionado en diversas webs de carácter privado. El municipio carece de web propia. Existe indicación a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

La llegada principal al municipio la tiene por la costa a la altura del puente de la Cala del Moral ( entrada del nuevo gran centro comercial " Rincón de la Victoria " ). Existe una zona destinada a aparcamientos en la entrada del pueblo, la denominada "Plaza de Antonio Molina ", la iglesia está situada en pleno casco urbano en la denominada Plaza de la Constitución, el acceso al recurso se debe efectuar a pie, aunque casi a pie de recurso existe una pequeña área de estacionamiento pero tan sólo destinado a carga y descarga. El municipio dispone de transporte público. Inexistencia de señalización direccional peatonal. Existencia de varias casas rurales y el pueblo también dispone de oferta de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

La Iglesia necesita ser restaurada, tan sólo ha sido parcialmente rehabilitada en su parte exterior. En su inmediaciones interiores el altar ha sido restaurado y las paredes se encuentran en muy mal estado, debido a las filtraciones de humedad y la techumbre necesita ser restaurada. Inexistencia de papeleras en sus alrededores. Dispone de iluminación exterior.

## PROPUESTA

LA IGLESIA DEBERÍA SUFRIR REMODELACIONES TANTO EN SU INTERIOR, COMO EN SU EXTERIOR. SE DEBERÍA EDITAR UN FOLLETO MÁS COMPLETO Y TAMBIÉN UN FOLLETO DE SENDEROS DONDE SE INCLUYESE EL "ARROYO DE LA TOMA" SITUADO A ESPALDAS DEL MUNICIPIO. SE DEBERÍA RECUPERAR COMO RECURSO "EL CERRO DE LA CORONA " SITUADO A UNOS 600M DEL NÚCLEO URBANO DE TOTALÁN, SE DEBERÍA CREAR UN ACONDICIONAMIENTO DEL CAMINO QUE CONDUCE AL RECINTO ARQUEOLÓGICO DEL DOLMEN, ACONDICIONAMIENTO DEL SENDERO HACIA EL RÍO DE LA "TOMA", CREACIÓN DE UN MUSEO ETNOGRÁFICO, DONDE SE EXPLICAN LAS TRADICIONES Y COSTUMBRES DE TOTALÁN.

## ERMITA DE LA VIRGEN DE LAS ANGUSTIAS

### TIPOLOGIA

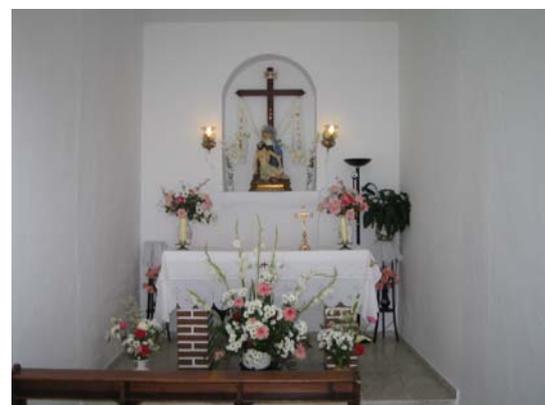
### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### LA VIÑUELA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Edificada a finales del S.XIX. Su origen parece ser una pequeña cueva con unas postales de santo que existía en el camino para el culto de los arrieros. El recinto fue destruido para realizar las obras de la carretera comarcal y fue construida la nueva ermita cerca de su antigua ubicación, por los directores e ingenieros de las obras de la carretera. El edificio a dos aguas se compone de una pequeña nave, con testera plana, la cual se cubre con bóveda de cañón. En el exterior observamos una puerta de madera que da acceso con arco apuntado al interior, la portada se remata con un frontón triangular y una pequeña especie de espadaña dotada de una campana.

### LOCALIZACION

Situada en la c-335, en la barriada de los Ramirez.

### OTROS DATOS DE INTERES

El contratista prometió que, si terminaba la obra sin contratiempos, construiría una ermita para el culto de su patrona (La Virgen de las Angustias es patrona de Granada)

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de folletos en los que se menciona el recurso en el Ayuntamiento. Existencia de webs privadas, y el municipio de La Viñuela posee también web propia donde se alude a la Ermita. Existe señalización turística a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Situada en la Barriada de los Ramirez en la c-335. Se puede acceder en vehiculo. No existe zona de estacionamiento en la Ermita. Existencia de una inmobiliaria y unas casas dispersas donde se puede estacionar el vehiculo. Existe una linea de autobuses con parada a pie de recurso. El término municipal al que pertenece esta pedania dispone de oferta alojativa y de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

No ha sido restaurada, tan solo la Virgen, y se ha cambiado la soleria. La Ermita se encuentra en aceptable estado de conservación. Ahora se va a realizar una especie de Altar de Madera, donde se introducirá la imagen de la Virgen. Dispone de iluminación interior y exterior. El entorno está limpio. Se puede visitar a pie de recurso o concertando la visita previa a través del Ayuntamiento. En el último fin de semana de Julio se celebran las fiestas en honor a la Virgen de Las Angustias.

## PROPUESTA

**LA PUERTA DE ACCESO A LA ERMITA NECESITA SER RESTAURADA. DEBERIA SER INCLUIDA EN RUTAS TURISTICAS.**

## EMBALSE DE LA VIÑUELA

### TIPOLOGIA

### RECURSO NATURAL

### SUBTIPOLOGIA

### HIDROLÓGICO

### MUNICIPIO

### LA VIÑUELA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Un paraje natural singular es el entorno del embalse de La Viñuela en el cauce del río Guaro, en el valle situado entre La Viñuela y Los Romanes. Construido en el cauce del río Guaro y con aportaciones de los ríos Salia, Benamargosa, Bermuza, Rubite, y el arroyo de la Madre del Llano de Zafarraya. Es el de mayor capacidad de la provincia de Málaga con 170 hectómetros cúbicos, para una cota máxima de embalse de 230m. Cubre el valle que separa a la Viñuela de Los Romanes, la superficie de cuenca regulada por el río Guaro es de 119 km cuadrados. Sus aguas abastecen el riego del Sur de La Axarquía y en caso de necesidad de agua potable para Málaga capital. La presa es de materiales sueltos, una parte central de arcilla y con taludes exteriores de esquistos y piedras de pizarra, con una altura de 89 m y una longitud de coronación de 460 metros, empleándose para su construcción mas de 4 millones de metros cúbicos de materiales.

### LOCALIZACION

A 3 Km de La Viñuela, en el valle del río Guaro.

### OTROS DATOS DE INTERES

La primera ocupación humana comprobada en la provincia de Málaga es en la comarca de La Axarquía, corresponde al Paleolítico Medio o Musteriense, en yacimientos de superficie concentrados en el Alto Vélez y el lecho del río Guaro, en el entorno del Embalse de La Viñuela. Durante los Siglos I y III d.c los núcleos rurales proliferan y se constata la existencia de un complejo rural de gran importancia (contabilizándose hasta 15 yacimientos) en los márgenes del río Guaro.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen diversos folletos en el Ayuntamiento en los que se menciona el recurso, así como la existencia de 3 rutas turísticas que transcurren a través del pantano de dificultad media y mínima. La comercialización institucional del recurso se realiza a través del Ayuntamiento. Existencia de páginas webs privadas donde se describe el recurso y el municipio también dispone de web propia.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Existencia de 3 rutas turísticas que transcurren a través del pantano. Son rutas de senderismo de dificultad mínima y media. Existe una adecuada oferta turística alojativa y de restauración destacando " El Hotel La Viñuela " situado en las proximidades del pantano, y también existe un Camping, " Camping Presa de La Viñuela" y Casas Rurales.

## RESPECTO LA SITUACION

Situado a 3Km de La Viñuela, en el valle del río Guaro. El embalse está protegido por La Confederación Hidrográfica del Sur. Destacando su flora compuesta en su mayor parte por matorral mediterráneo, pinares y encinas de repoblación y su fauna

## PROPUESTA

SE DEBERIA PROMOVER EL USO TURÍSTICO DEL EMBALSE, QUE LO QUE EN ESTOS MOMENTOS ES UN PROYECTO MÍNIMO SE CONVIERTA EN LA CREACIÓN DE UNAS INSTALACIONES ADECUADAS PARA PODER REALIZAR DEPORTES ACUÁTICOS TALES COMO VELA, PIRAGÜISMO ETC, PROMOCIONAR LAS RUTAS DE SENDERISMO EXISTENTES, SEÑALIZACIÓN INFORMATIVA DEL ENTORNO, SU FLORA Y SU FAUNA, HISTORIA DEL EMBALSE ASÍ COMO DATOS DE SU CONSTRUCCIÓN.

## IGLESIA DE SAN JOSE

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### LA VIÑUELA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es uno de los edificios más antiguos de esta población, que fue ermita hasta el año 1731, cuando el obispo Diego Gonzalez de Toro y Villalobos la amplió y consagró en Parroquia. Se trata de un templo sencillo del S.XVI, de estilo mudejar levantada sobre una sencilla planta rectangular con cubierta de armadura de madera de par y nudillo con lima, bordón y tirantes simples. Es restaurada según licencia de 1731 y terminada en 1734, quedando de esta época la pequeña espadaña o campanario a los pies. La fachada de la iglesia es bastante sencilla, tiene una puerta de madera rectangular y encima de esta una pequeña hornacina con la figura de Dios Padre cogiendo con sus brazos al niño Jesús. Por encima asoma un tejadillo y una pequeña espadaña con un vano y su correspondiente campana, único elemento que se conserva de la época de la restauración.

### LOCALIZACION

En el casco urbano, en la calle principal del pueblo. Situada frente al Ayuntamiento y La Venta.

### OTROS DATOS DE INTERES

Es uno de los primeros edificios que se crean en torno a La Venta, principal núcleo de población de La Viñuela.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos donde se menciona el recurso en el Ayuntamiento. Existencia de diversas webs privadas donde se hace referencia a la iglesia y el municipio también posee web propia. Existe señalización a pie de recurso

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Ubicada en el casco urbano, en la calle principal del pueblo. Frente al Ayuntamiento y la Venta, primera edificación del pueblo. Existe una pequeña zona habilitada para aparcamientos a la entrada del pueblo. Se accede peatonalmente, a pesar de que se permite el paso de vehículos en las calles anexas. El municipio dispone de oferta alojativa y de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

La iglesia ha sido restaurada. Se encuentra en buen estado de conservación. Dispone de iluminación externa. La plaza en la que se encuentra ubicada está limpia y dispone de varias jardineras situadas a su alrededor. En el primer fin de semana de Mayo se celebra desde 1991 la Romería Municipal en los alrededores del pantano en honor a San José, Virgen Milagrosa y Virgen del Carmen.

## PROPUESTA

**SE DEBERÍA FACILITAR EL ACCESO DE ENTRADA AL RECURSO.**

## CONJUNTO HISTORICO ARTISTICO- VILLA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### TEJIDO URBANO

### MUNICIPIO

### MACHARAVIAYA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

El origen de Macharaviaya es árabe al igual que su nombre, que proviene de la transcripción fonética de " Machar ibn yahya ", que significa " el prado o la alquería de Abu yahya". Pero la fundación del pueblo data de 1572, aunque anterior a esta fecha es la construcción de su iglesia parroquial, erigida en 1505 por el arzobispo de Sevilla, y confirmada en 1510 por el rey Fernando. Se levantó con los beneficios de La Fábrica de Naipes, situada también en el pueblo, la cual tenía el monopolio de naipes para Las Indias y con el caudal de la aristocracia del lugar, representada por la familia de Los Galvez. La Iglesia se reedificó en tiempos de Carlos III en el año 1785, también a expensas de la citada familia. Con la creación del Banco Agrícola y la explotación de sus caldos, siempre bajo el mecenazgo de los Galvez, Macharaviaya conoció una espectacular expansión. Sus vinos llegaron a ser degustados por la mítica zarina Catalina "La Grande" gracias a las gestiones de Miguel Gálvez, sobrino del ministro. A principios del siglo XVIII Macharaviaya era una aglomeración urbana constituida exactamente por 57 viviendas. La filoxera, que atacó los viñedos de la comarca a finales del siglo XIX, provocó el progresivo despoblamiento de la villa. El pasado del pueblo queda representado en los archivos por la evolución familiar de la aristocracia del lugar, Los Galvez, algunos de cuyos miembros tuvieron papeles destacados en la política de expansión española en Las Indias. También la localidad fue cuna del gran poeta Salvador Rueda, nacido el 3 de Diciembre de 1857, cuya partida de nacimiento aún se conserva. A la entrada de la villa, un templete de ladrillo, construido en 1786, agradece públicamente a Los Gálvez las múltiples donaciones que hicieron. Estas se desparraman por el pueblo bajo la atenta mirada de su aneja Benaque, quien desde sus 305m de altitud, goza de una inmejorable panorámica sobre sus calles y campos. Paseando por esas calles vemos que son empedradas y estrechas con bastantes casas de mampostería encalada. De entre todos los edificios sobresale la Iglesia de San Jacinto levantada en 1783 sobre la primitiva parroquia. Bajo su boveda está la Cripta de los Gálvez. La antigua Fábrica de Naipes desapareció siendo hoy un grupo de viviendas. La economía se basa en el cultivo del olivar y del almendro, aunque hay algo de huerta junto al río. Interesante también el trabajo en artesanía, como la cerámica o el trabajo colorista sobre tela.

## LOCALIZACION

Se encuentra situada en la parte Oriental de la provincia de Málaga, enclavada dentro de la Comarca de La Axarquía. Se sitúa a una altitud de 235m sobre el nivel del mar, a 17 km de Málaga y 23 km de Vélez-Málaga y a 12 km de Rincón de la Victoria. Se accede por la Autovía del Mediterráneo, tanto en sentido Almería - Málaga como Málaga - Almería, a la altura del Campo de Golf " Añoreta Golf ", cogemos el desvío de Macharaviaya.

## OTROS DATOS DE INTERES

El apellido Gálvez ha quedado en la toponimia de Los Estados Unidos. La ciudad tejana de Galvestown lleva este nombre en honor de Bernardo de Gálvez, general y virrey de Nueva España, que ayudó a los colonos estadounidenses en su Guerra de Independencia.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de diversas webs de carácter privado que hacen alusión al municipio. En estos momentos el municipio ya dispone de folleto propio editado con motivo de La Feria de los Pueblos de Abril. Todos los recursos del municipio están indicados en un panel identificativo a la entrada del pueblo, además de disponer de un panel de bienvenida al municipio, " Bienvenido a La Villa Histórica de Macharaviaya ", nos invita a introducirnos a través de sus calles en su rico pasado histórico.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se accede por La Autovía del Mediterráneo tanto en sentido Almería - Málaga como Málaga - Almería, a la altura del Campo de golf "Añoreta Golf ", cogemos el desvío de Macharaviaya. El municipio no dispone de transporte público en la actualidad, aunque hace algunos años lo tuvo. Actualmente tan sólo accede el autobús escolar. Se requiere por tanto vehículo propio para acceder a sus inmediaciones. El acceso es relativamente bueno, y a la entrada del pueblo hay una pequeña zona habilitada para aparcamientos, así como dentro del casco urbano en las inmediaciones de la zona de La Iglesia. Existen paneles de Bienvenida a la Comarca y existe también una señalización urbana correcta de acceso a los recursos. Existencia de oferta alojativa, la villa dispone de dos hoteles uno situado antes de la pedanía de Benaque y otro localizado antes de Macharaviaya. Existe también de una limitada oferta de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

Todos los recursos han sido restaurados, y se encuentran correctamente señalizados, a excepción de La Iglesia de Benaque que carece de iluminación externa. El municipio se encuentra prácticamente en su totalidad en obras, introducción de saneamiento, construcción de nuevas viviendas etc. El acceso a los recursos se establece mediante una petición previa gestionada a través del Ayuntamiento. No existen elementos contaminantes que perjudiquen al recurso.

## PROPUESTA

INTRODUCIR AL MUNICIPIO DENTRO DE UNA RUTA HISTÓRICO - ARTÍSTICA CULTURAL Y RECUPERAR SU PASADO HISTÓRICO - ARTÍSTICO EMPEZANDO POR EJEMPLO POR INAUGURAR " EL MUSEO DE LOS GALVEZ ", PENDIENTE AÚN DE APERTURA. EDITAR LIBROS, FOLLETOS, ETC, MÁS COMPLETOS DEL MUNICIPIO, Y CREAR UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN. CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PROPIA DEL MUNICIPIO. MEJORAR LA CARRETERA DE ACCESO AL MUNICIPIO.

## CUEVA DEL MORO

### TIPOLOGIA

### RECURSO NATURAL

### SUBTIPOLOGIA

### GEOGRÁFICO

### MUNICIPIO

### ALMACHAR



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Se trata de una leyenda que comercializan como recurso. Almachar en tiempos pasados fue tierra de musulmanes, hasta el dominio cristiano. Cerca del Barrio de las Cabras junto al río, está situado El Forfe, con una cueva profunda cubierta por un gran monte. En la entrada de la cueva una fuente mana agua con una hermosa garita que sirve para guardarla. Vinieron tiempos difíciles de luchas entre moros y cristianos conversos y musulmanes. La fortaleza de Comares fue rendida. Muchos huyeron. Se cuenta entre los vecinos desde tiempo inmemorial, que un moro escondió el tesoro al tenerse que marchar, y es creencia común pensar que dicho tesoro está en La Cueva del Forfe donde lo dejó ese moro. Muchos así lo han creído, otros lo han buscado. Había un tesoro y aún no lo han encontrado. ¿O será acaso el tesoro nuestro pueblo, nuestras leyendas o historias que deben ser contadas?

### LOCALIZACION

Cerca del Barrio de Las Cabras, junto al río.

### OTROS DATOS DE INTERES

En la Plaza principal del pueblo, denominada Plaza de España, donde se encuentra su iglesia, existe un mural representado en azulejos donde se relata a modo de cuento la descripción del recurso.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia de folletos en la OIT, Oficina de Información Turística, donde se menciona el recurso. Existencia de webs privadas y web propia del Municipio de Almáchar, en la que se hace alusión al recurso. Señalización a pie de recurso, mediante azulejo pintado.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

En la Plaza de Santo Cristo existe un panel direccional (en forma de azulejo), donde se señala la dirección del recurso. Al recurso se debe acceder a pie. Se ha habilitado un balcón a modo de mirador, desde donde se divisa el recurso, dirigido a personas que no puedan acceder al recurso. Unos metros mas abajo, casi a pie de rio, se encuentra el recurso. Existencia de oferta restaurativa y alojativa, esta última no se encuentra disponible debido a cambio en la propiedad del establecimiento.

## RESPECTO LA SITUACION

Se encuentra debidamente señalado. Dispone de iluminación exterior. Carece de papeleras. El entorno está limpio. La Oficina de Información Turística ofrece visitas guiadas gratuitas al recurso, previa concertación de la cita.

## PROPUESTA

SE DEBERIA ACONDICIONAR LA ZONA Y CREAR ESPACIOS AJARDINADOS.....UNA ZONA DE OCIO Y RECREO.

## VENTA DE LA VIÑA

### TIPOLOGIA

### RECURSO PRODUCTIVO

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### LA VIÑUELA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

El principal núcleo de población de la Viñuela surgió en el S.XVI a partir de una venta, que aún hoy existe en la calle principal del pueblo, en lo que entonces era el Camino Real de Vélez a Granada, y junto a su variante hacia Antequera. El lugar donde se encuentra esa venta era conocido como "La Viñuela" por tener en sus alrededores una viña de pequeñas dimensiones. En torno a La Venta se fueron levantando otras edificaciones hasta configurarse como pueblo.

### LOCALIZACION

Situada en la calle principal del pueblo, junto al Ayuntamiento y frente a la Iglesia de San José.

### OTROS DATOS DE INTERES

En torno a la venta se fueron levantando otras edificaciones hasta configurarse como pueblo, del S.XVI es la iglesia de San José. En 1764 es nombrado su primer alcalde, D. Juan Lucas García del Rey.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

La comercialización del recurso se realiza a través del Ayuntamiento, que dispone de folletos explicativos del recurso. Existencia de diversas webs turísticas donde se menciona el recurso, el municipio dispone también de web propia. Existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Situada en La Plaza de Andalucía, calle principal del pueblo junto al Ayuntamiento. Existencia de línea de autobuses que acceden al municipio. Dispone de una pequeña zona de aparcamientos a la entrada del pueblo. El municipio dispone de oferta alojativa y de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

Actualmente acoge un Bar denominado Bar Plaza - Gonzalez, en el que próximamente se van a efectuar reformas. Se encuentra en buen estado de conservación.

## PROPUESTA

SE DEBERÍA ENFOCAR COMO PUNTO TURISTICO RELEVANTE A VISITAR. ACTUALMENTE CARECE DE PROMOCIÓN ALGUNA EN ESE SENTIDO.

## MUSEO DE LA PASA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### ALMACHAR



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

El Museo de La Pasa se ubica en una antigua casa de dos plantas conservada de manera impecable. Guarda la estructura original con que fue construida y muestra la precariedad de materiales utilizados en las construcciones de aquella época. El Museo trata de mostrar de modo fidedigno el duro trabajo de la elaboración de la pasa. Se recoge una muestra de todos los aperos de labranza y útiles de trabajo empleados en el proceso de cultivo y producción de la pasa, realizado de manera practicamente artesanal, que rechaza, por imposible, la incorporación de la maquinaria moderna. Muestra una casa humilde, donde la familia se las arreglaba para autoabastecerse. Cocinaba con leñas de las cepas, el pan se hacía en casa, la fruta y verdura provenía del huerto familiar....etc.

### LOCALIZACION

Plaza de Santo Cristo

### OTROS DATOS DE INTERES

A Almáchar se le conoce como " Capital de la Pasa Moscatel y del Ajo Blanco ". La Fiesta del Ajo Blanco ha sido declarada el 24 de Abril de 1998 " Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía " por La Conserjería de Turismo y Deporte de La Junta de Andalucía.Celebrada el primer Sabado de Septiembre de cada año.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existencia específica de un folleto dedicado al Museo de La Pasa. La comercialización institucional se realiza a través de La Oficina de Turismo y del propio Ayuntamiento. Existencia de webs turísticas privadas en las que se menciona el recurso, y el municipio dispone de web propia. Señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Situado en La Plaza de Santo Cristo. No se puede acceder en vehículo, debido a la estructura de sus calles estrechas y empinadas. Existencia de transporte público. No existe oferta alojativa, a excepción del Apartahotel PuntoEuropa que en este momento se haya cerrado por cambio de propietario, y casas rurales, y si dispone de oferta turística de restauración.

## RESPECTO LA SITUACION

Se encuentra en perfecto estado de conservación. Normalmente permanece cerrado al público, debido a la falta de demanda. Se puede visitar concertando visita previa a través de La Oficina de Turismo y del propio Ayuntamiento. El entorno se encuentra limpio, con jardineras con flores.

## PROPUESTA

SE DEBERIA CREAR UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN QUE TUVIESE UNA LABOR CONTINUISTA DEL MUSEO DE LA PASA, Y QUE SIRVIESE COMO AMPLIACIÓN DE ESTE.

## EL ALCÁZAR

### TIPOLOGIA

### RECURSO NATURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CINEGÉTICO

### MUNICIPIO

### ALCAUCÍN



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

Es un lugar de interés en el Parque Natural, situado concretamente en Sierra Tejeda. Paraje cercano a Alcaucín que dispone de un área recreativa acondicionada para la acampada, surcada por arroyos y acequias. Zona conocida por " El Alcázar", ya que en sus inmediaciones existió una pequeña construcción árabe que era conocida con ese nombre. Destacan las formaciones de tobas, creadas por aguas carbonatadas y la vegetación de ribera del Arroyo del Alcazar, un adelgar ( *Rubus ulmifolius* ), de adelfas (*Nerium oleander* ), y zarzamoras (*Rubus ulmifolius* ).

### LOCALIZACION

Se encuentra situado en El Parque natural de las Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama. Concretamente se haya situado dentro de Sierra Tejeda.

### OTROS DATOS DE INTERES

Al estar dentro de Sierra Tejeda, su término es bastante abrupto, con predominio del monte cerrado y una inclinación media acentuada, pues pasa de los 2065 m de altitud que presenta La Maroma a los 200m en El Puente Don Manuel.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

Existen folletos editados del Parque Natural Sierras Tejeda, Almijara y Alhama, donde aparece mencionado Cortijo del Alcázar. Aparece mencionada en las rutas de senderos editados, Ruta o Sendero Alcázar- La Maroma, donde se hace mención al grado de dificultad, tiempo y longitud. Y también se menciona en el folleto editado del municipio. Aparece mencionado también en mapas turísticos de La Comarca. Existen diversas webs privadas que hacen mención del recurso como punto de interés turístico y también se menciona en la web de la que dispone el municipio. Existe un panel identificativo a pie de recurso, donde se señala como Cortijo del Alcázar- Area de acampada, y un azulejo de cerámica identificativo donde se señala Mirador Miguel alvarez, como medio Km más arriba.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Se encuentra situado en Sierra Tejeda, hay una ruta que comienza en la pista forestal a la entrada de Alcaucín, con dirección a "E Alcazar". A unos 4 Km aproximadamente nos encontramos con una zona de acampada, denominada " Cortijo del Alcázar ", y desde aquí podemos coger la senda que nos conduce al Pico La Maroma de 2068 m tan sólo superado por El Pico del Sol (2087 m ). "El Alcázar " se encuentra adscrito a una zona de interés natural como es El Parque Natural de Sierra Tejeda.

## RESPECTO LA SITUACION

La comercialización institucional del recurso se realiza a través del Ayuntamiento donde se deben de efectuar las solicitudes de reserva. Existen unas tarifas estipuladas de precio de acampada por día, persona, por tienda de campaña y por caravana, y existe un refugio con capacidad de 14 a 20 personas con un precio estipulado por día. El entorno donde se sitúa, al encontrarse en sierra Tejeda, es una de las zonas más ricas en cuanto a flora y fauna de La Axarquía, dentro de la vegetación el elemento más característico es el pinar, que en este caso es de tipo carrasco y de repoblación. Son frecuentes los chopos, cedros, encinas, cipreses, especies arbustivas como las cornicabras, tojos, jaras, etc y herbáceas como tomillos, romeros, palmitos, torviscos, etc. Como animal más fácil de visualizar tenemos a la cabra montés. También habitan en estos parajes la comadreja, el tejón, el gato montés etc. Entre las aves hay que citar al pardillo, mirlo, curruca, colirrojo, alondra, ruiseñor etc.

## PROPUESTA

**CONTRIBUIR A QUE LAS NUEVAS MEDIDAS MEDIAMBIENTALES COMO LA PROHIBICIÓN DE NUEVAS EXPLOTACIONES EXTRACTIVAS, SIGAN SU CURSO Y QUE SE RECUPEREN LOS USOS TRADICIONALES DE LA TIERRA QUE SE HAN PROSTITUIDO EN BUSCA DE UNA ELEVADA COTIZACIÓN CON FINES URBANIZADORES, PROMOVIDOS O AL MENOS CONSENTIDOS POR LAS ENTIDADES MUNICIPALES, Y QUE NO SOLO SE PRESERVE EL PATRIMONIO NATURAL SINO TAMBIÉN LOS PUEBLOS QUE DEBEN PROTEGERSE CON EL MISMO INTERÉS QUE SE HA PROCURADO HACIA EL PATRIMONIO NATURAL ....ENCERRADOS EN ELLOS SIGLOS DE HISTORIA, CONSTITUYEN UN PATRIMONIO ÚNICO EN EL MUNDO, CON SINGULARIDADES ARQUITECTÓNICAS, PAISAJÍSTICAS Y CULTURALES QUE DISTINGUEN A ESTA TIERRA. PROMOVER LOS APROVECHAMIENTOS NATURALES DEL PARQUE TALES COMO LOS USOS AGRÍCOLAS, DENTRO, Y SOBRE TODO FUERA DEL PARQUE NATURAL (EL REGADÍO ), EL PASTOREO QUE SIGUE MANTENIENDOSE PERO CON UNAS CIFRAS MUY POR DEBAJO DE LO QUE FUERA ANTAÑO ( AÚN SE CRIAN REBAÑOS DE CABRAS Y OVEJAS, UNAS 4000 CABEZAS EN TODO EL PARQUE NATURAL ), LA MADERA ( ES OTRO APROVECHAMIENTO PROPIO DE LA MONTAÑA QUE AÚN SE MANTIENE ), LA RESINA, EL ESPARTO, LAS PLANTAS AROMÁTICAS (FUERON TRADICIONALMENTE UTILIZADAS EN JARDINERÍA, MEDICINA Y COSMÉTICA POPULAR, YA SEA CON EL USO DIRECTO O BIEN CON EL DESTILADO DE SUS ACEITES Y ESENCIAS ),EL APROVECHAMIENTO APÍCOLA, LA CAZA ( CON LA DECLARACIÓN DE RESERVA NACIONAL DE CAZA, SE PERMITIÓ UNA GESTIÓN ESPECÍFICA DIRIGIDA HACIA LA CONSERVACIÓN DE LA CABRA MONTÉS SOBRE TODO, EL CIERVO FUE REINTRODUCIDO IGUALMENTE EN LA DECADA DE LOS 80, AUNQUE SU NÚMERO NO HA LLEGADO A SER MUY NOTORIO, SIN EMBARGO EL JABALÍ, DE RECIENTE REAPARICIÓN, HA CONSEGUIDO OCUPAR NUEVAMENTE TODOS LOS RINCONES DE ESTA MONTAÑA. LAS ESPECIES DE CAZA MENOR NO HAN DESAPARECIDO AÚN PERO SE ENCUENTRAN EN CLARO PELIGRO DE EXTINCIÓN, (COMO EL CONEJO ), PERDICES Y PALOMAS PARECE QUE SE MANTIENEN EN UN STATUS MÁS FAVORABLE. ), OTROS APROVECHAMIENTOS SON LA RECOLECCIÓN DE SETAS, FRUTOS Y ESPECIES VEGETALES COMO, LA CASTAÑA, LAS TAGARNINAS O LOS ESPÁRRAGOS QUE ES ALGO MERAMENTE ANECDÓTICO DADA LA REDUCIDA DIMENSIÓN DE LOS MISMOS.**

## BODEGAS ALMIJARA

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### COMPETA



## DATOS GENERALES

### DESCRIPCION

La Comarca de La Axarquía, con un marcado clima mediterráneo, ha producido siempre las mejores pasas y los mejores vinos de la provincia de Málaga. En este enclave, y más concretamente en el término municipal de Cómpeeta, encuentra su ubicación Bodegas Almijsara, S.L, cuya andadura comenzó allá por el año 1993 y que en la actualidad se ha adscrito a la denominación de origen " Málaga y Sierras de Málaga ". En sus instalaciones se elaboran los Vinos Jarel que con esfuerzo y dedicación han conseguido hacerse un hueco en el mercado nacional. Las viñas que producen estos vinos se encuentran situadas en los pagos de Cómpeeta. En su suelo de pizarra suelta, orientadas a la salida del sol y pobres en materia orgánica, nitrógeno y fósforo, se cultivan uvas de primera calidad, destacando la famosa variedad Moscatel con la que se obtienen nuestros preciados y conocidos caldos. En su elaboración han sido utilizadas las antiguas técnicas vinícolas de la comarca, actualmente mejoradas en la propia bodega gracias a un riguroso control de calidad.

### LOCALIZACION

Se encuentra situada en el municipio de Cómpeeta, en la carretera de Canillas de Albaida, a unos 600m de Cómpeeta.

### OTROS DATOS DE INTERES

El diferente sabor que presenta el vino, es distinto a todo el de La Comarca. Se debe a un cuidadoso estudio que ha llevado varios años hasta lograr su bouquet actual.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El recurso no dispone de folleto específico, pero si aparece mencionado en folletos de La Oficina de Información Turística como lugar de interés a visitar. No utiliza canales específicos de comercialización, tan sólo ha sido presentado en Ferias Turísticas a través de Apta ( (Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía ). Dispone de página web propia. Su cosecha esta vendida de antemano, principalmente a Madrid, Bilbao, Valencia y la provincia de Málaga. Existe señalización a pie de recurso.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Tomaremos la carretera que conduce a Cómpeeta y antes de introducirnos en su municipio, tomaremos el desvío de la carretera a la derecha, dirección Canillas de Albaida, y a unos 600m en el margen izquierdo de la carretera nos encontraremos con Bodegas Almijara. El municipio dispone de transporte público. Se puede acceder al recurso en vehiculo propio, Existiendo una limitada zona habilitada para aparcamientos a pie de recurso. Bodegas Almijara se haya adscrita a una zona de interés, se haya situada en la vertiente meridional de Sierra Almijara.

## RESPECTO LA SITUACION

El edificio que alberga Bodegas Almijara data de un siglo de antigüedad. Antaño en sus inmediaciones albergaba una antigua destilería de resina. El edificio ha sufrido varia reformas. El recurso permanece abierto todos los días incluso Domingos. Su modo de fabricación es artesanal introduciendo un mínimo de tecnología en su elaboración. En sus dependencias interiores podremos degustar sus vinos y comprarlos, así como productos autóctonos de La Comarca tales como higos, pasas, etc. Inexistencia de elementos nocivos próximos al recurso.

## PROPUESTA

**ELABORACIÓN DE UN FOLLETO ESPECIFICO DEL RECURSO, Y LA INTRODUCCIÓN DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN. MEJORAR LA CARRETERA DE ACCESO AL MUNICIPIO. REALIZACIÓN DE CURSOS DE CATA, JORNADAS VITIVINÍCOLAS ETC.**

## MUSEO DEL VINO

### TIPOLOGIA

### RECURSO CULTURAL

### SUBTIPOLOGIA

### CONSTRUCCIÓN DE INTERÉS CULTURAL

### MUNICIPIO

### CÓMPETA



## DATOS GENERALES

## DESCRIPCION

El " Museo del Vino " tiene para el viajero el encanto de las antiguas ventas del siglo XVIII. Decorado en el más puro estilo tradicional andaluz, recupera el cálido y acogedor ambiente de las bodegas, entre arcos con celosías, columnas de ladrillo y maderas viejas. Además de los deliciosos vinos de moscatel : secos, dulces, nuevos y viejos, obtenidos de la variedad de uva moscatel,y " Rome ", la gastronomía comarcal está igualmente representada por los mejores embutidos y chacinas de la zona : morcón, lomo, chorizo, etc, que junto con otros productos típicos como la miel, pasaa, higos, aceites, cerámica e incluso tapices, pueden ser adquiridos en este " Museo del Vino " .

## LOCALIZACION

Situado en la parte alta del municipio en la llamada C/ Constitución.

## RESPECTO LA INFORMACIÓN

El recurso dispone de un folleto específico. Es mencionado en mapas turísticos, libros, postales. Existen diversas webs de carácter privado que aluden al recurso, aunque El Museo del Vino no dispone de web propia, en estos momentos se está preparando su creación. Sus canales de comercialización son a través de ferias de Turismo, y de Oficinas de Turismo y Agencias de Viajes. También el establecimiento invierte un importante presupuesto en artículos promocionales tales como ( llaveros, camisetas, gorras etc.). También disponen de una representación en El Centro Comercial "Plaza Mayor " en Málaga.

## RESPECTO LA ACCESIBILIDAD

Dejando atrás La Oficina de Turismo en la parte baja del pueblo, subimos la calle que queda a la derecha, dejando a su izquierda el cartel de Bienvenidos a Cómputa. Después de unos 200m llegamos al aparcamiento principal. Siguiendo esta misma calle hacia arriba llegamos a un pequeño cruce, tomaremos el de la izquierda y siguiendo esta calle nos encontraremos con el recurso situado a la derecha. Existencia de una zona de aparcamientos en la entrada del municipio. Existencia de panel de Bienvenida al municipio. El recurso se haya adscrito a una zona de interés natural, Competa está situada en la vertiente meridional de Sierra Almirajara.

## RESPECTO LA SITUACION

El edificio en el que se encuentra data de unos 20 años. Hace aproximadamente 10 que funciona como Museo del Vino, y hace unos 7 años se introdujo el restaurante, por lo que ha sufrido bastantes reformas en su interior. La capacidad del establecimiento en sus dependencias de restaurante es de 100 a 150 personas. Dispone de una zona destinada a Bar donde poder degustar en su barra sus deliciosos vinos. Se encuentra correctamente iluminado. Inexistencia de elementos nocivos próximos al recurso.

## PROPUESTA

**ELABORACIÓN DE UNA PÁGINA WEB. REALIZACIÓN DE CURSOS DE CATA Y JORNADAS GASTRONÓMICAS. MEJORA DE LA CARRETERA DE ACCESO AL MUNICIPIO. INTRODUCIRLO EN RUTAS DE CARÁCTER CULTURAL Y GASTRÓNICAS DEL MUNICIPIO Y DE LA COMARCA.**

### **6.3. Propuestas integrales para mejorar la puesta en valor del destino**

Se han efectuado una serie de **Propuestas Integrales** que tienen como objetivo la ejecución de actuaciones cuya finalidad sea la mejora de la competitividad y sostenibilidad del turismo en el destino Axarquía, y conseguir con ello el desarrollo turístico integral de la comarca.

#### **6.3.1. Propuestas Integrales**

##### **1. Plan de Señalización Turística**

Sería conveniente mejorar la señalización turística de la comarca de la Axarquía, la actual es deficiente y no homogénea. Para ello sería necesario diseñar y ejecutar un plan de director que contemple la señalización viaria y turística y abarque a todos los municipios de la Axarquía.

##### **2. Diseño de Rutas en la Comarca de la Axarquía**

Convendría trabajar en una labor de promoción y divulgación de las rutas ya existentes prestando especial interés en las vinculadas al turismo activo, rutas a caballo, rutas de senderismo, mountain bike, quads, rutas en cuevas y grutas para fomentar la espeleología. Con todo ello se busca dar a conocer al turista una actividad todavía desconocida en la comarca de la Axarquía, a las que se podría añadir otras relacionadas con la gastronomía, artesanía, recursos culturales, y con ello difundir el amplio y rico patrimonio cultural con el que cuenta la comarca, así como a figuras relevantes de la comarca que hayan destacado en distintos campos artísticos, tales como la literatura, música, pintura, etc.

### **3. Realización de Guías y Folletos Turísticos sobre actividades de la comarca de la Axarquía**

Uno de los mayores déficits detectados es la insuficiente información turística. Para subsanar esta carencia se podría diseñar y editar folletos temáticos con información general sobre la comarca y también sobre cada municipio de modo independiente, donde se incluyan la principal oferta de recursos turísticos.

### **4. Modernización de infraestructuras viarias**

Adecuación y puesta a punto de las vías de acceso a los recursos, que en muchos casos presenta muchas deficiencias, y en otros muchos resulta casi imposible su visita.

### **5. Oferta complementaria**

Fomentar la puesta en marcha de empresas de Turismo Activo en las que se oferten actividades tales como senderismo, rutas a caballo, rutas 4x4, espeleología, descenso de cañones, etc que cubriesen la carencia de actividades complementarias en el mundo rural y abriesen un amplio abanico de actividades complementarias.

## **6. Creación de nueva oferta de alojamiento y de restauración**

Necesidad de incrementar la capacidad de alojamiento y de restauración, bares o cafeterías que cubriesen el vacío existente en la actualidad en varios municipios de la comarca de La Axarquía que hasta el momento carecen de oferta alojativa y/o de restauración.

## **7. Acondicionamiento y puesta a punto de los emplazamientos de los recursos**

Adecuar y habilitar los entornos y emplazamientos de los recursos mejorando sus accesos en muchos casos y en otros realizando labores de acondicionamiento tales como limpieza, creación de espacios verdes, iluminación etc.

## **8. Realizar labores de restauración y rehabilitación del conjunto patrimonial.**

Sería necesario acometer trabajos de restauración y rehabilitación en parte del patrimonio, que se encuentra en mal estado, para su puesta en valor y acondicionarlo para lograr un adecuado aprovechamiento uso turístico.

## **9. Acciones de Fomento de la identidad comarcal dirigida a la ciudadanía**

Realización de jornadas informativas sobre los valores patrimoniales, culturales y naturales de la comarca de la Axarquía dirigida a la ciudadanía con la finalidad de crear una mayor identidad comarcal.

## **10.Fomento y desarrollo de la Artesanía popular y regulación del Mercado Artesanal**

Recuperar actividades que poco a poco se van perdiendo en el medio rural, como el trabajo del esparto, artesanía, telares, productos confeccionados de manera artesanal ( vino, miel, aceite, jabón, etc ), y que en la actualidad tiene una gran aceptación por parte de la demanda turística, realizando labores de ayuda en promoción y comercialización de los productos al sector artesanal.

## **11. Contribuir a que las nuevas medidas medioambientales sigan su curso y se recuperen los usos tradicionales de la tierra.**

Contribuir a que las nuevas medidas ambientales como la prohibición de nuevas explotaciones extractivas, sigan su curso y que se recuperen los usos tradicionales de la tierra que se han prostituido en busca de una elevada cotización con fines urbanizadores, promovidos o al menos consentidos por las entidades municipales, y que no sólo se preserve el patrimonio natural, sino también los pueblos que deben protegerse con el mismo interés que se ha procurado hacia el patrimonio natural. Encerrados en ellos siglos de historia, constituyen un patrimonio único en el mundo con singularidades arquitectónicas, paisajísticas y culturales que distinguen a esta tierra. Promover los aprovechamientos naturales del Parque Natural Sierra Tejeda Almijara así como El Parque Natural Montes de Málaga, (tales como los usos agrícolas, el pastoreo, la madera, la resina, el esparto, las plantas aromáticas, el aprovechamiento apícola, la caza, recolección de setas, frutos y especies vegetales.)

## **12. Recuperación de la propiedad por parte del Ayuntamiento de recursos que permanecen en manos privadas**

Recuperar la propiedad por parte del Ayuntamiento de determinados recursos que permanecen en la actualidad en manos privadas y darle un uso turístico.

## Capítulo 7.

# DIAGNOSTICO CUALITATIVO DEL DESTINO AXARQUIA

## 7. DIAGNÓSTICO CUALITATIVO DEL DESTINO AXARQUÍA

El objetivo específico de este capítulo ha sido definir las estrategias y actuaciones concretas a seguir por los agentes implicados en el desarrollo del sector turístico de la zona, mediante un proceso consensuado y dinamizador. Todo ello orientado a adecuar y facilitar la concurrencia de las condiciones idóneas que permitan a la iniciativa privada desarrollar su papel, mientras que el sector público, a través de las distintas administraciones, debe ayudar a garantizar el impulso inicial para facilitar un desarrollo sostenible y de calidad de los recursos y potencialidades turísticas de la comarca.

Para establecer y definir las estrategias y actuaciones prioritarias a realizar, nos hemos basado en el diagnóstico cualitativo de calidad desarrollado, en los resultados de las entrevistas cualitativas personales realizadas al empresariado turístico identificado e implicado en la dinamización y desarrollo de la actividad turística de la Comarca así como en las “Rutas de Conocimiento Empresarial” en las que han participado agentes turísticos tanto del interior como del litoral de la Axarquía, con lo que además de conseguir un mayor conocimiento de la realidad turística que presenta la zona por parte del tejido empresarial, se ha generado un debate participativo sobre las principales deficiencias y necesidades de la Axarquía.

### 7.1. Identificación de los agentes implicados

La labor de identificación de los principales agentes implicados en el desarrollo turístico de la Axarquía, se ha llevado a cabo teniendo en cuenta las directrices generales indicadas por el Grupo de Desarrollo Rural “Ceder Axarquía”, ubicado en la población de Benamocarra. Sus técnicos, conocedores de la realidad empresarial turística de la comarca, nos ayudaron a seleccionar una muestra suficientemente representativa de la oferta de

infraestructuras turísticas existentes en la Axarquía, con la única condición de que figuraran en el Registro de Actividades Turísticas oficial de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, de la Junta de Andalucía.

En concreto se han entrevistado los siguientes establecimientos turísticos:

- 16 Establecimientos hoteleros
- 1 Complejo Rural (10 Casas)
- 1 Casa Rural
- 21 Restaurantes
- 1 Apartamento

ESTABLECIMIENTO	VISITA PERSONAL	VISITA TECNICA	MUNICIPIO	ACTIVIDAD
VENTA LA PARRA	X	X	ALCAUCIN	RESTAURANTE
ANTIGUA VENTA ALFARNATE	X		ALFARNATE	RESTAURANTE
POSADA MESON MUDEJAR	X	X	ARCHEZ	PENSION 1 * / RESTAURANTE
CERRO LA JAULA	X	X	BENAMOCARRA	HOTEL 3 * / RESTAURANTE
POSADA DEL BANDOLERO	X	X	BORGE (EL)	HOTEL 1 * / RESTAURANTE
POSADA LA PLAZA	X		CANILLAS DE ALBAIDA	PENSION 2 * / RESTAURANTE
BODEGA DE JUAN M <sup>º</sup>		X	CANILLAS DE ACEIUTUNO	RESTAURANTE
VENTA LOS ARRIEROS	X		COLMENAR	HOTEL 2 * / RESTAURANTE
ARCO DEL SOL	X		COLMENAR	PENSION 1 * / RESTAURANTE
BELEN	X		COLMENAR	HOTEL 2 * / RESTAURANTE
HOTEL HUMAINA	X		COLMENAR	HOTEL 3 * / RESTAURANTE
EL MOLINO DE LOS ABUELOS	X		COMARES	C.RURAL / RESTAURANTE
LOS VENTORROS	X		COMARES	RESTAURANTE
MIRADOR DE LA AXARQUIA	X		COMARES	RESTAURANTE
BALCON DE COMPETA	X	X	COMPETA	HOTEL 3*- APTO / RESTAURANTE
MUSEO DEL VINO	X	X	COMPETA	RESTAURANTE
FRIGILIANA	X		FRIGILIANA	HOTEL 3 * / RESTAURANTES
ALMAZARA	X	X	FRIGILIANA	HOTEL 3 * / RESTAURANTE
POSADA MORISCA	X	X	FRIGILIANA	HOTEL 3 *
MACHARAVIAYA	X		MACHARAVIAYA	HOTEL 2 *
MOLINO DE SANTILLAN	X	X	MACHARRAVIAYA	HOTEL 2 * / RESTAURANTE
COMPLEJO CANTUESO	X	X	PERIANA	COMP.RURAL / RESTAURANTE
HOSPEDERIA EL RETAMAR	X	X	RIOGORDO	HOTEL 2 * / RESTAURANTE
LA VINUELA	X	X	VINUELA	HOTEL 3 * / RESTAURANTE
COMPLEJO HUETOR	X		VINUELA	APARTAMENTOS 2 LLAVES

El cuestionario cualitativo tipo realizado al tejido empresarial de la Axarquía es el siguiente:

**CUESTIONARIO CUALITATIVO**

¿CUALES SON SUS CANALES DE COMERCIALIZACION?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿CUALES SON SUS INSTRUMENTOS DE PROMOCION?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ACTIVIDADES Y SERVICIOS PRESTADOS

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ACTIVIDADES Y SERVICIOS MÁS DEMANDADOS POR SUS CLIENTES Y SI CONSIDERA QUE EXISTE DE DICHAS ACTIVIDADES UNA OFERTA CON LA CALIDAD ADECUADA EN LA ZONA

	SI	NO			SI	NO
	SI	NO			SI	NO
	SI	NO			SI	NO
	SI	NO			SI	NO
	SI	NO			SI	NO

¿QUÉ SERVICIOS O ACTIVIDADES OFERTA Y DEMANDA A OTRAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO?

SERVICIO QUE PRESTRA AL SECTOR TURISTICO	SERVICIO QUE DEMANDA AL SECTOR TURISTICO

¿QUE NECESIDADES TIENE SU EMPRESA PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD?

<input type="checkbox"/> <u>Tecnologicas</u> <input type="checkbox"/> <u>Comercial</u> <input type="checkbox"/> <u>Localizacion</u> <input type="checkbox"/> <u>Recursos Humanos</u>	<input type="checkbox"/> <u>Recursos Financieros</u> <input type="checkbox"/> <u>Sistemas de Calidad</u> <input type="checkbox"/> <u>Idiomas</u> <input type="checkbox"/> <u>Otras.....</u>
---	--

¿CUÁL ES EL ASPECTO MÁS "ATRACTIVO - PECULIAR" DE SU NEGOCIO?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

OTRAS APORTACIONES DE INTERÉS

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 7.2. Diagnóstico Cualitativo

El objetivo de este epígrafe es mostrar los resultados de la entrevista cualitativa y de las “Rutas de Conocimiento Empresarial” que se han celebrado con los agentes turísticos identificados e implicados en el análisis participado del sector turístico de la Axarquía.

### 7.2.1. Canales de Comercialización

Tal y como se muestra en la encuesta tipo que se adjunta, se ha preguntado al empresariado cuales son sus canales habituales de comercialización de sus servicios turísticos.

Entre los diversos canales de comercialización que el mercado ofrece, la práctica totalidad de los entrevistados coinciden en afirmar que uno de los medios más utilizados para dar a conocer sus servicios es la venta personal. De hecho el trato personal representa más de un tercera parte del total de respuestas obtenidas, concretamente el 35,55%.

CANALES DE COMERCIALIZACION	% S/ RESPUESTAS
Personal	34,55%
Pag web propia	16,36%
Tuoperadores extranjeros	14,55%
Agencia viajes nacionales	10,91%
Centrales de reservas	9,09%
Internet	5,45%
Agencia de viajes extranjeras	5,45%
Tuoperadores nacionales	3,64%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>

Le sigue en importancia el hecho de disponer de página web propia, canal de comercialización utilizado por cerca del 50% de los entrevistados así como el contactar con turoperadores extranjeros, señalado por el 42%. Esto dos canales de comercialización representan conjuntamente más del 30% del total de declaraciones realizadas por la muestra de empresarios seleccionada, y suponen canales de acceso a una demanda potencial internacional, mercado estratégico para el desarrollo turístico del interior de la Axarquía.

Las agencias de viajes nacionales, es el cuarto canal o medio de comercialización más mencionados por los entrevistados, y es utilizado por el 32% del empresariado que ha participado en este análisis.

Por otro lado, es llamativo que las centrales de reservas e Internet, medios de comercialización por excelencia de la actividad turística, tan sólo es utilizado por el 26% y el 16% de los empresarios, respectivamente.

### Utilización de Canales de Comercialización sobre el total de entrevistados



## 7.2.2. Instrumentos de Promoción

En la siguiente cuestión los empresarios turísticos entrevistados han identificado cuales son sus instrumentos de promoción utilizados para mejorar la comercialización de sus servicios.

Entre los diversos instrumentos o herramientas de promoción que el marketing ofrece, las opciones más utilizadas por el sector turístico de la Axarquía son las tarjetas, la edición de folletería así como el asociarse junto con el resto de empresas, instrumentos estos que aglutinan prácticamente el 40% de las respuestas, pero que son utilizados cada uno de ellos por más del 60% del tejido empresarial turístico, tal y como se puede observar en la tabla que se adjunta.

PROMOCION	% S/ RESPUESTAS	% S/ ENTREVISTADOS
Tarjetas	13,40%	68,42%
Folleto	13,40%	68,42%
Asociaciones	12,37%	63,16%
Prensa local (puntual)	11,34%	57,89%
Web	11,34%	57,89%
Catalogos Central de reservas	10,31%	52,63%
Radio local (puntual)	8,25%	42,11%
Portales turísticos	4,12%	21,05%
Guías Turísticas	4,12%	21,05%
Asistencia Ferias	3,09%	15,79%
T.V local (puntual)	3,09%	15,79%
Publicidad Plaza Mayor	1,03%	5,26%
Revistas Especializadas	1,03%	5,26%
Buzoneo	1,03%	5,26%
Mailing	1,03%	5,26%
Obsequios promocionales	1,03%	5,26%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	

Por orden de importancia, le siguen la inserción esporádica de anuncios en la prensa local, lo que representa el 11,34% del total de respuestas, y supone el 57,89% de los entrevistados; a continuación, se sitúan las acciones promocionales en webs, así como la inserción de publicidad en los catálogos de las centrales de reservas, ambos instrumentos utilizados por más de la mitad de los entrevistados.

La radio local es otra de las herramientas mas utilizadas por el sector turístico de la comarca a la hora de planificar sus acciones promocionales, de hecho es mencionada por mas del 40% de los empresarios.

Los portales turísticos, las guías turísticas, la asistencia a ferias así como las televisiones locales, entre otros, son algunos del resto de instrumentos utilizados.

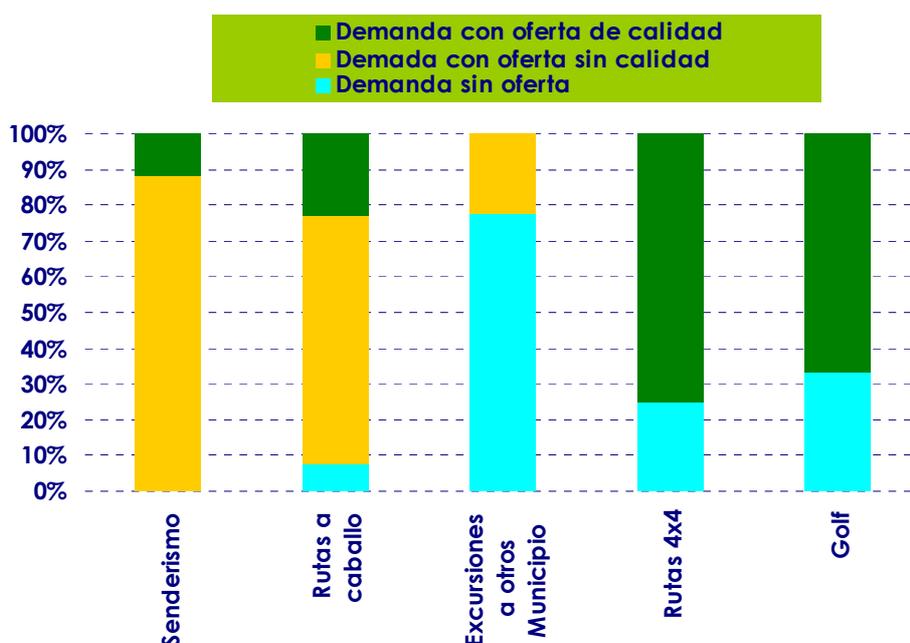
### 7.2.3. Actividades más demandadas y la calidad de las mismas

En la siguiente tabla podemos apreciar las actividades y servicios más demandados por los turistas de la zona, así como la evaluación de los más demandados.

Actividad	% S/ RESPUESTAS	% S/ ENTREVISTADOS
Senderismo	22,97%	89,47%
Rutas a caballo	17,57%	68,42%
Excursiones a otros Municipio	12,16%	47,37%
Rutas 4x4	5,41%	21,05%
Golf	5,41%	21,05%
Bicicleta	4,05%	15,79%
Deportes acuáticos	4,05%	15,79%
Espeleología	4,05%	15,79%
Excursiones a otras Provincias	4,05%	15,79%
Centro de ocio	4,05%	15,79%
Centro de hidroterapia / Spa	2,70%	10,53%
Ornitología	2,70%	10,53%
Paintball	2,70%	10,53%
Pintura paisajistica	2,70%	10,53%
Quads	2,70%	10,53%
Barranquismo	1,35%	5,26%
Centro de Relax	1,35%	5,26%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	

La actividad más demandada ha sido el senderismo que representa el 22,97% del total de respuestas dadas y es mencionada por cerca del 90% de los entrevistados. Sin embargo, es significativo que a pesar de ello, la percepción de la calidad de dicho servicio no es adecuada en cerca del 90% de los casos, afirmando tan solo el 10% restante que la realización de actividades de senderismo presenta una idónea y aceptable calidad.

Como segunda actividad más demandada por los turistas, después del senderismo, en opinión de los empresarios, se sitúa las rutas a caballo, que representa el 17,57% de los respuestas dadas, y es mencionado por el 68,42% de los entrevistados. En este caso en opinión del 70% de los que afirman que existe demanda de esta actividad, perciben una deficiente calidad en el servicio, y tan sólo un 23% consideran que la calidad es la adecuada. Destaca que un 8% de los entrevistados afirman que existe un mercado para la prestación de este servicio, pero sin embargo desconoce en la actualidad la existencia de oferta del mismo.



El tercera posición se sitúa las excursiones a otros municipios a los elegidos para residir durante su estancia de vacaciones en la Axarquía, actividad demandada en opinión del 47% de los entrevistados. Destaca sobremanera que ningún empresario haya señalado que exista una oferta de calidad para la realización de estas excursiones a otros municipios. Un 78% de los empresarios que conocen la demanda de este servicio, ignoran la existencia de oferta; y el 22% restante tiene una opinión deficiente de la calidad de la oferta existente.

A continuación se posicionan las rutas 4x4 , mencionado por el 21% de los entrevistados, esta vez con una percepción de calidad adecuada en el 75% de los casos.

Las demás actividades (Golf, bicicletas de montaña, deportes acuáticos, espeleología, etc...) presentan una frecuencia inferior al 6%.

En general, hemos observado una falta generalizada de oferta de actividades de ocio y complementarias al alojamiento y la restauración que están siendo muy demandadas en la actualidad por los visitantes. Es más, si existiera una mayor y mejor oferta de actividades estructurada la afluencia a la comarca, sin duda, se elevaría.

#### **7.2.4. Actividades Demandadas y Ofertadas a empresas del Sector Turístico**

Con la finalidad de conocer la realidad empresarial turística de la Axarquía así como el propio conocimiento interempresarial para mejorar la competitividad del destino Axarquía, nos hemos interesado en conocer los servicios complementarios más demandados y ofertados por el propio sector al sector.

Así coincidiendo con el diagnóstico previo, las actividades complementarias son un servicio demandado por la unanimidad de la muestra de empresarios entrevistados. Le siguen en importancia el servicio de lavandería y planchado (10,53% de los casos), así como servicios de comida preparada de gourmet y servicio de catering, mencionados ambos servicios por el 5,26% de los entrevistado.

Servicios demandados	% S/ RESPUESTAS	% S/ ENTREVISTADOS
Actividades de ocio	79,17%	100,00%
Servicio de lavandería y planchado	8,33%	10,53%
Comida preparada gourmet	4,17%	5,26%
ND	4,17%	5,26%
Servicio de catering	4,17%	5,26%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	

Por el contrario, los servicios que el empresariado entrevistado habitualmente oferta al sector son los tradicionales servicios de restauración, alojamiento y organización de eventos. Menos habituales pero importantes, muestra de la tendencia a la diversificación, nos encontramos con servicios ofertados de “Spa”, Talleres artesanales, Tiendas de productos alimenticios, ... etc.

Servicios Ofertados	% S/ RESPUESTAS	% S/ ENTREVISTADOS
Restauracion	38,64%	89,47%
Alojamiento	36,36%	84,21%
Eventos	11,36%	26,32%
Tienda productos artesanales	4,55%	10,53%
Centro de Spa	4,55%	10,53%
Pistas(tennis,padel)	2,27%	5,26%
Talleres artesanales	2,27%	5,26%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	

### 7.2.5. Necesidades Empresariales para Mejorar la Competitividad

Los empresarios han contestado en la siguiente pregunta a las necesidades de sus empresas para mejorar su competitividad, indicando en el 100% de los casos necesidades de índole comercial y de localización, entendiendo esta última como la necesidad de mejorar la señalización del establecimiento así como la accesibilidad al mismo.

Necesidades	% S/ RESPUESTAS	%/ ENTREVISTADOS
Comerciales	27,97%	100,00%
Localizacion	16,95%	100,00%
Actividades de ocio	15,25%	94,74%
Recursos humanos	11,02%	68,42%
Asesoramiento Tecnico	8,47%	52,63%
Cooperacion Publico - Privado	5,93%	36,84%
Tecnologicas	5,93%	36,84%
Mejora de Infraestructuras y Equipamientos	5,08%	31,58%
Recursos financieros	1,69%	10,53%
Sistemas de Calidad	0,85%	5,26%
Idiomas	0,85%	5,26%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	

Otra de las necesidades mas requeridas y manifestadas por el empresariado turístico, son las actividades de Ocio (94,7%), que sin bien son turísticas, son ajenas a la actividad principal del empresariado entrevistado de alojamiento y restauración.

Las necesidades de recursos humanos y asesoramiento técnico, sobre todo en temas de ayudas y subvenciones, son señalados por el 68,42% y el 52% respectivamente. También es importante lo que hemos denominado como la necesidad de Cooperación Publico-Privado que agrupa las necesidades a acometer por la administración pública sobre todo en temas medioambientales, tales como la instalación de puntos limpios y la mejora de recogida de residuos sólidos, aspectos imprescindible para que el sector

privado pueda llevar a cabo una adecuada gestión medioambiental en sus establecimientos

Las necesidades tecnológicas y de infraestructuras y equipamientos son mencionadas por una tercera parte del tejido empresarial; y por ultimo se sitúan las necesidades financieras, de sistemas de calidad e idiomas, que apenas superan conjuntamente el 20% de los entrevistados.

A continuación se detallan las necesidades concretas que han sido enmarcadas en los categorías mencionadas:

<b>Necesidades</b>	<b>Acciones</b>	<b>NUMERO</b>
<b>Comerciales</b>		<b>27,97%</b>
	Comerciales	10,17%
	Pagina web establecimiento	3,39%
	Promoción Conjunta de la Axarquía	12,71%
	Promocion del establecimiento	1,69%
<b>Localizacion</b>		<b>16,95%</b>
	Accesos	5,93%
	Localizacion	2,54%
	Señalización establecimiento	8,47%
<b>Actividades de ocio</b>		<b>15,25%</b>
	Actividades de ocio	15,25%
<b>Recursos humanos</b>		<b>11,02%</b>
	Formacion Informatica	0,85%
	Recursos humanos (vacías)	9,32%
		0,85%
<b>Asesoramiento Tecnico</b>		<b>8,47%</b>
	Asesoramiento Subvenciones y ayudas	4,24%
	Asesoramiento Tecnico	4,24%
<b>Cooperacion Publico - Privado</b>		<b>5,93%</b>
	Mejora recogida residuos solidos	3,39%
	Puntos limpios	2,54%
<b>Tegnologicas</b>		<b>5,93%</b>
	Pagina web establecimiento	0,85%
	Telefonia/acceso internet/adsl	5,08%
<b>Mejora de Infraestructuras y Equipamientos</b>		<b>5,08%</b>
	Ascensor	2,54%
	Depuradora	0,85%
	Placas Solares	0,85%
	Salon-Biblioteca	0,85%
<b>Recursos financieros</b>		<b>1,69%</b>
	Recursos financieros	1,69%
<b>Sistemas de Calidad</b>		<b>0,85%</b>
	Sistemas de Calidad	0,85%
<b>Idiomas</b>		<b>0,85%</b>
	Idiomas	0,85%
<b>Total general</b>		<b>100,00%</b>

### **7.3. Propuestas de Estrategias y Actuaciones a desarrollar**

Realizada la primera fase del proyecto en la cual se realizaron entrevistas cualitativas a empresarios turísticos de la zona, junto con la elaboración de unas rutas de conocimiento empresarial con asistencia de agentes turísticos implicados tanto del interior de la Axarquía como de la costa oriental, en las cuales se trabajaron conjuntamente necesidades de las empresas para mejorar su competitividad, se puede, a modo de resumen, presentar las principales conclusiones del diagnóstico cualitativo desarrollado, antes de mostrar las propuestas de Estrategias y Actuaciones a desarrollar.

#### **7.3.1. Conclusiones del Diagnóstico Cualitativo**

##### *Creación de nuevos productos turísticos*

Hay que tener muy en cuenta las tendencias del mercado y la necesidad de buscar para el Turismo Rural nuevos productos / mercados turísticos, desarrollando el turismo Cultural, Gastronómico, Deportivo, Ecoturismo y otras formas de turismo a partir de un entorno natural.

El turismo activo no puede considerarse como una alternativa sino como una acción de complementación con los establecimientos. La comarca de la Axarquía cuenta con entornos de alta calidad ambiental y paisajística y aporta muchas oportunidades para la práctica de diversas actividades (Rutas en Quads, Rutas 4x4, Piragua, Descenso de Cañones, Senderismo, Rutas a caballo, Tiro con Arco, Tirolina, Espeleología, Descenso, Barranquismo, Bicicleta, Escalada, Rappel, Paquetes Multiaventuras, Rutas vinculadas a espacios naturales y recursos patrimoniales, Rutas Gastronómicas...).

Pero a pesar de existir unas excelentes oportunidades para la práctica de estas diversidad de disciplina deportivas y de ocio, así como una demanda real turística y empresarial de las mismas, en la actualidad no existe una oferta reglada que preste estos servicios y permita a los agentes que operan en el destino turístico Axarquía crear productos atractivos como paquetes turísticos. No obstante es necesario, por un lado incentivar la creación de empresas dedicadas al desarrollo de estas actividades; y por otro, preparar y planificar su desarrollo creando las condiciones necesarias de ayuda y asesoramiento empresarial, mediante la puesta en valor de los recursos naturales para posibilitar la práctica de las actividades, facilitar información completa así como posibilitar la formación de monitores y guías especializados que garanticen un servicio de calidad.

### *Trabajar en Red*

La gran desventaja en la oferta de Turismo Rural es que se trata de empresas generalmente pequeñas e incluso familiares, tamaño con el que es difícil de operar en un mercado cada vez más global. Cada vez se requieren capacidades mayores para poder promocionarse o poder comercializarse, esto unido a la precariedad en el sistema de telecomunicaciones de algunos municipios, junto a la falta de formación técnica en el sector turístico (atención al cliente, idiomas, recepción, restauración) merman mucho sus posibilidades para competir en igualdad de condiciones con otras comarcas.

Motivado por todo ello, se precisa, por un lado, la creación de un unidad que centralice todos los trámites de reservas y labores de promoción conjunta dirigidos a tour operador y público en general; y por otro, la creación de un centro de asesoramiento y asistencia a las empresas en el medio rural que les facilite apoyo técnico especializado en materia de gestión, estudios de viabilidad, información sobre las ayudas y subvenciones al equipamiento y

necesidades de inversión que tengan, búsqueda de mecanismo alternativos a problemas de telecomunicaciones, ... etc.

Además debe de ser el foro donde se realice una puesta en común de buenas prácticas, así como donde se preste apoyo y soluciones frente a problemáticas comunes (como el intrusismo de alojamientos ilegales), y a la defensa de intereses colectivos con un constante trasiego de información de interés para todos.

### *Identidad de la Axarquía*

La Axarquía posee un patrimonio natural y cultural extremadamente rico y variado, al que se une las costumbres tradicionales, leyendas, folklore, productos artesanos, gastronomía, oficios y antiguas técnicas, a pesar del escaso conocimiento y difusión de dicho patrimonio y el bajo aprovechamiento turístico de sus recursos naturales y culturales.

En definitiva, la escasa identidad territorial que presenta la comarca se está perdiendo, por lo que es necesario hacer esfuerzos en recuperarla mediante el fomento de nuevos usos y creación de una campaña publicitaria de imagen.

La idea es trabajar por la mejora de la calidad, basándose en unos valores y principios pactados entre las partes que afecten tanto a los productos como a los servicios, con participación de responsables políticos, técnicos y empresarios de los distintos municipios. Hay que crear y/o fortalecer la marca “Axarquía Costa del Sol”. Para la búsqueda de esta identidad se debería empezar realizando jornadas sobre la historia de la Axarquía, exposiciones itinerantes sobre el patrimonio y puesta en valor de este, así como una búsqueda de una señal de identidad representativa de la comarca en los establecimientos de la zona la cual identifique a la comarca.

### *Infraestructura Turística*

Escasa Calidad del destino debido a problemas de infraestructura tales como el deficiente estado de la red de carreteras de la comarca, ausencia de una señalización turística homogénea y baja concienciación en aspectos medioambientales. Sería necesaria aplicar planes de actuaciones prioritarios a municipios de difícil accesibilidad, instalación de nuevas tecnologías dirigidas al ahorro energético, esfuerzo por parte de las autoridades publicas en la mejora de aguas residuales, recogida de residuos sólidos y limpieza viaria, instalación de puntos limpios y jornadas de concienciación medioambiental dirigido a los empresarios y autoridades locales. Todo ello reportaría una imagen apropiada para un destino turístico el cual vendemos como ubicado en un entorno natural.

### 7.3.2. Propuestas de Estrategias y Actuaciones a desarrollar

ESTRATEGIAS	A. PROMOCION Y COMERCIALIZACION
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>A.1. Desconocimiento de los diferentes canales de comercialización</b>	
	A.1.1. Jornadas Informativas
<b>A.2. Falta de fuerza en la negociación con los TT.OO</b>	
	A.2.1. Creación de una Central de Reservas unificada para la Comarca de la Axarquía
<b>A.3. Deficiente Promoción conjunta de la Comarca de la Axarquía</b>	
	A.3.1. Crear una guía en soporte magnético para la difusión a clientes finales
	A.3.2. Crear una web promocional con la oferta integral del destino Axarquía
	A.3.3. Crear una Guía Profesional para empresarios e intermediarios
<b>A.4. Creacion y/o Fortalecimiento de la Marca "AXARQUIA, COSTA DEL SOL"</b>	
	A.4.1. Creacion de standares de imagen para los distintos establecimientos turísticos (construccion, elementos decor
	A.4.2. Creación de una señal o signo de identidad (Copa de vino dulce, pasas, miel ...etc)
<b>A.5. Desconocimiento de las asociaciones existentes</b>	
	A.5.1. Difusión y Concienciación del Asociacionismo Empresarial
	A.5.2. Impulsar la Cooperación Público - Privado
	A.5.3. Adaptación de los objetivos de las Asociaciones a las necesidades empresariales
<b>A.6. Desconocimiento del sector empresarial de la oferta del Destino</b>	
	A.6.1. Informacion por parte de las empresas de turismo activo al resto del empresario y agentes turísticos
	A.6.2. Creacion de una Guia de Ocio de la comarca de la Axarquía
	A.6.3. Agrupacion del tejido empresarial para la realización de actividades conjuntas
	A.6.4. Creacion de un Catalogo Inventario Turístico para el empresariado turístico de la Axarquía
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	B. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>B.1. Carencia de actividades complementarias</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>¡B.1.1. Incentivar la creacion de nuevas empresas de actividades complementarias</li> <li>¡B.1.2. Creación de una central de reservas de actividades complementarias</li> </ul>
<b>B.2. Oferta de actividades no regladas</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>¡B.2.1. Información y concienciación de los riesgos que adquieren</li> </ul>
<b>B.3. Ausencia de Rutas de senderismo Establecidas</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>¡B.3.1. Creación de nuevas rutas y mejora de las existentes</li> <li>¡B.3.2 Señalización de las rutas de Senderismo</li> <li>¡B.3.3. Creacion de folletos explicativos de la oferta de rutas existentes con información sobre la dificultad , tiempo estimado, ma</li> </ul>
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	C. TECNOLOGICAS
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>C.1. Precariedad en el sistema de Telecomunicaciones</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>¡C.1.1. Introducir nuevas vías de comunicaciones y telefonía (Tecnología wifi y telefonía IP, Línea ADSL ...etc)</li> </ul>
<b>C.2. Deficiente adaptación a las nuevas tecnologías por parte del empresariado turístico</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>¡C.2.1. Incentivar la creacion de pagina web y correo electrónico en todos y cada uno de los establecimientos turísticos</li> </ul>
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	D. FORMACIÓN
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>D.1. Deficiente nivel formativo en el sector</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>D.1.1. Asesoramiento técnico en la gestión de los establecimientos</li> <li>D.1.2. Puesta en marcha de Cursos Formativos</li> <li>D.1.3. Organización de Jornadas de Trabajo en diferentes establecimientos</li> </ul>
<b>D.2. Desconocimiento del empresariado de las líneas de ayudas y subvenciones al sector</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>D.2.1. Difusion y Asesoramiento personalizado sobre las de líneas de ayudas existente a todo empresario turístico que lo demar</li> </ul>
<b>D.3. Deficiente profesionalidad en el sector de la restauracion</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>D.3.1. Cursos formativos a medida al personal de la hosteleria</li> <li>D.3.2. Impulsar convenios con las Escuelas de Hosteleria de la comarca y provincia</li> </ul>
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	E. INFRAESTRUCTURAS
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>E.1. Ausencia de una señalización turística homogenea (Vial, de establecimientos, recursos ...etc)</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>E.1.1. Diseño de un Plan de Señalización Tustica</li> </ul>
<b>E.2. Estado deficiente de la red de carreteras de la comarca</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>E.2.1. Aplicar planes de actuación</li> </ul>
<b>E.3. Aumentos de la oferta ilegal de alojamientos</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>E.3.1. Impulsar medidas de fiscalizacion de la oferta no reglada a las organismos competentes</li> <li>E.3.2. Concienciar e impulsar la legalizacion de la oferta no reglada de la comarca</li> </ul>
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	F. ENTORNO PATRIMONIAL
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>F.1. Desaparición progresiva de las empresas tradicionales (productos alimenticios, artesanía...etc)</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>F.1.1. Creación de productos turísticos basados en la recuperación de los recursos tradicionales (Ayudas, formación ...etc)</li> <li>F.1.2. Promoción y Comercialización de los productos tradicionales en los establecimientos de la comarca</li> <li>F.1.3. Edición de folletos Turísticos explicativos de su proceso de elaboración</li> </ul>
<b>F.2. Desconocimiento de la oferta patrimonial de la comarca de la Axarquia</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>F.2.1. Realización de Jornadas de Conocimiento de la Comarca</li> </ul>
<b>F.3. Deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos naturales</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>F.3.1. Edición de una Guía especializada en Parajes Naturales</li> <li>F.3.2. Diseño y puesta en marcha de actividades en contacto con la naturaleza</li> <li>F.3.3. Creación de un manual de buena prácticas medioambientales y ponerlo a disposición del tejido empresarial</li> <li>F.3.4. Puesta en valor del Producto VIÑUELA (Escuela de Vela), previo estudio de capacidad de carga del mismo</li> </ul>
<b>F.4 Deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos culturales</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>F.4.1. Diseño de un Plan de Puesta en valor del patrimonio Histórico - Artístico de la Comarca</li> <li>F.4.2. Creación de un centro de interpretación con representaciones teatrales para recuperar tradiciones y leyendas</li> <li>F.4.3. Organización de rutas culturales guiadas</li> <li>F.4.4. Instalación de Paneles Identificativos de los recursos que ayude a una adecuada interpretación del mismo</li> </ul>
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	G. CALIDAD
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>G.1. Escasa calidad del destino, y especialmente en aspectos medioambientales</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>G.1.1. Campaña de Concienciación Medioambiental dirigido a los empresarios y autoridades locales</li> <li>G.1.2. Realización de Jornadas técnicas de gestión medioambiental y Calidad a los empresarios turísticos</li> <li>G.1.3. Instalación de puntos limpios en los municipios y alrededores</li> <li>G.1.4. Incentivar la instalación de nuevas tecnologías dirigidas al ahorro energético</li> <li>G.1.5. Esfuerzo de las autoridades públicas en la mejora del saneamiento de aguas residuales, recogidas de residuos sólidos y</li> <li>G.1.6. Puesta en marcha de medidas para gestionar la recogida sistemática de los aceites usados y otros materiales</li> <li>G.1.7. Coordinación Pública y Privada para la puesta en marcha de medidas medioambientales</li> </ul>
<b>Total general</b>	

ESTRATEGIAS	H. PRODUCTO
<b>PROBLEMAS ACTUACIONES</b>	
<b>H.1. Necesidad de adaptarse a las nuevas tendencias de la demanda</b>	
	H.1.1. Diversificación mediante la creación de nuevos productos (Centro de Spa, Combinación de alojamientos y actividades co
<b>H.2. Masificación urbanística y construcciones no adecuadas al entorno</b>	
	H.2.1. Aplicación de las medidas legislativas de control por parte de las autoridades competentes
<b>H.3. Deficiente accesibilidad a las infraestructuras turísticas por parte de discapacitados</b>	
	H.3.1. Jornadas informativas de adecuación
<b>H.4. Pérdida de la Gastronomía Tradicional</b>	
	H.4.1. Identificar en las cartas de los restaurantes los platos y productos de la zona
	H.4.2. Introducir en la cocina ingredientes autóctonos de la zona, aceites, aguacate, miel, higos, pasas, ..etc
	H.4.3. Acuerdo con las Escuelas de Hostelería para la realización de curso de reciclajes de Gastronomía Autóctona dirigida a los
<b>Total general</b>	

**ANEXO 1.**

**INVENTARIO DE LA OFERTA  
ALOJATIVA TURÍSTICA DEL  
INTERIOR**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

### DATOS GENERALES

#### SIERRA TEJEDA HOTEL 2 ESTRELLAS

NUMERO DE REGISTRO H/MA/01816  
FECHA DE INSCRIPCIÓN 01/07/2003

**DIRECCIÓN**  
PLAZA DE LA FUENTE ,S/N  
29711ALCAUCIN  
TELÉFONO: 952510120  
FAX: 952510116

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -  
SITUACIÓN -

### EQUIPAMIENTOS

NÚMERO DE HABITACIONES:	7
HABITACIONES INDIVIDUALES:	1
HABITACIONES DOBLES	6
HABITACIONES SALÓN	0
Nº SUITE	0
NÚMERO DE PLAZAS	13
Nº ASCENSORES	0
ESCALERA DE INCENDIO	S
ESCALERA DE SERVICIOS	S

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>0</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>24,26</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### EL CHATO PENSIÓN 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01533**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 06/05/1998**

**DIRECCIÓN**  
**AV DE KARAT 1**  
**29750ALGARROBO**  
**TELÉFONO: 952552403**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>3</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>17</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### POSADA MESON MUDEJAR PENSIÓN 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01811**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 23/07/2003**

#### **DIRECCIÓN**

**ALAMOS, 6**  
**ARCHEZ**  
**TELÉFONO: 952553106**  
**FAX: 952553106**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN –CASCO ANTIGUO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>10</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### CERRO LA JAULA HOTEL 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01548**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 01/09/1998**

#### **DIRECCIÓN**

**CL CERRO LA JAULA 1**  
**29719BENAMOCARRA**  
**TELÉFONO: 952509884**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN –PARAJE**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>10</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>8</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>18</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>60</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>30</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### POSADA DEL BANDOLERO HOTEL 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01882**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 09/02/2004**

#### **DIRECCIÓN**

**C/ CRISTO, 1**  
**BORGE (EL)**  
**TELÉFONO: 952519450**  
**FAX:**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN –CASCO ANTIGUO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>6</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>11</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>0</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### VENTA LOS ARRIEROS HOTEL 2 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01419**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 14/12/1994**

#### **DIRECCIÓN**

**CR CASABERMEJA-COLMENAR PK.8 0**  
**29170COLMENAR**  
**TELÉFONO: 952730037**  
**FAX: 952731066**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN –URBANO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>14</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>11</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>25</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>64</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### ARCO DEL SOL PENSIÓN 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01536**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 12/07/2004**

**DIRECCIÓN**  
**CL FRESCA 18**  
**29170COLMENAR**  
**TELÉFONO: 2730932**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN -**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>6</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>6</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>12</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	<b>S</b>
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	<b>S</b>
<b>BARES</b>	<b>1</b>

<b>CAFETERIAS</b>	<b>1</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>14</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>200</b>

## DATOS GENERALES

### BELEN HOTEL 2 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01727**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 07/02/2002**

**DIRECCIÓN**  
**URB. CHORRO PINO**  
**29170COLMENAR**  
**TELÉFONO: 952730031**  
**FAX:**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –URBANIZACIÓN**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>11</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>11</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>22</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>0</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>70</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>10</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### LA ATALAYA HOTEL 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01430**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 23/09/2004**

#### **DIRECCIÓN**

**CL LAS ENCINILLAS S/N 0**  
**COMARES**  
**TELÉFONO: 2509208**  
**FAX: 952509208**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN –URBANO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>12</b>

<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
--------------	----------

<b>CAFETERIAS</b>	<b>1</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### LOS MONTES PENSIÓN 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01173**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 03/06/1981**

**DIRECCIÓN**  
**PL ALMIJARA 2**  
**29754COMPETA**  
**TELÉFONO: 952516015**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –URBANO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>9</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>11</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### ALBERDINI PENSIÓN 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01428**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 29/06/1994**

**DIRECCIÓN**  
**PS PARAJE LA LOMILLA 0**  
**29754COMPETA**  
**TELÉFONO: 952516241**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>8</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>12</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>0</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### BALCON DE COMPETA HOTEL 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01460**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 10/03/1997**

#### **DIRECCIÓN**

**CL SAN ANTONIO 75**  
**29754COMPETA**  
**TELÉFONO: 952553535**  
**FAX: 952553510**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –URBANO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>26</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>8</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>18</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>44</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>2</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>295</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>34</b>

## DATOS GENERALES

### CASA LA MINA HOTEL 2 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01768**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 09/07/2002**

**DIRECCIÓN**  
**PARAJE**  
**29754COMPETA**  
**TELÉFONO:**  
**FAX:**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN –PARAJE**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>16</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>14</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>30</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>1</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>69,85</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>20</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### LAS CHINAS HOTEL 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01284**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 21/12/1989**

#### **DIRECCIÓN**

**PL CAPITAN CORTES 14**  
**29788FRIGILIANA**  
**TELÉFONO: 952533073**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –URBANO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>9</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>16</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### FRIGILIANA HOTEL 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01524**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 24/09/2002**

#### **DIRECCIÓN**

**CL SAN SEBASTIAN, 1**  
**29788FRIGILIANA**  
**TELÉFONO: 952523200**  
**FAX: 952522196**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –CASCO ANTIGUO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>35</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>32</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>67</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>2</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>1</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### ALMAZARA HOTEL 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01671**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 03/06/2003**

#### **DIRECCIÓN**

**CTRA.COMARCAL DE FRIGILIANA.KM.3**  
**29788FRIGILIANA**  
**TELÉFONO: 952534200**  
**FAX: 952534212**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN –PARAJE**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>21</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>20</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>41</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>2</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	<b>S</b>
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	<b>S</b>

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>75,35</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>51</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>120</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### POSADA MORISCA HOTEL 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01725**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 22/01/2002**

#### **DIRECCIÓN**

**LOMA DE LA CRUZ**  
**29788FRIGILIANA**  
**TELÉFONO: 952534151**  
**FAX:**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –PARAJE**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>12</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>10</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>22</b>

<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### HOSTAL PUERTA LA MARTINA PENSION 1 ESTRELLA

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01465**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 31/05/1996**

#### **DIRECCIÓN**

**CL VELEZ 13**  
**29179 IZNATE**  
**TELÉFONO: 952509839**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>8</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>0</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### MACHARAVIAYA HOTEL 2 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01519**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 11/03/2002**

#### **DIRECCIÓN**

**CR MACHARAVIAYA-BENAQUE. LAGAR DEL RIO 1**  
**29791 MACHARAVIAYA**  
**TELÉFONO: 952110399**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>14</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>1</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>40</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>20</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>20</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### AXARQUIA HOTEL 2 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01472**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 27/10/2000**

#### **DIRECCIÓN**

**CR MOCLINEJO VENTA EL PILAR 0**  
**MOCLINEJO**  
**TELÉFONO: 0**  
**FAX: 952826705**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN -**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>12</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>12</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>24</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>1</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>2</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>200</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>24</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### VILLA TURISTICA DE LA AXARQUIA HOTEL-APTO 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01546**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 25/08/1998**

#### **DIRECCIÓN**

**CL CARRIL DEL CORTIJO BLANCO 0**  
**29710PERIANA**  
**TELÉFONO: 952536222**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN -**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>41</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>6</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>14</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>21</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>126</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>150</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>50</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### HOSPEDERIA RETAMAR HOTEL 2\* ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01446**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 08/11/1999**

#### **DIRECCIÓN**

**CR PARTIDO BUJEO-FINCA RETAMAR 30**  
**29180 RIOGORDO**  
**TELÉFONO: 952031225**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -**  
**SITUACIÓN –RURAL**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>11</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>11</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>22</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>0</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>2</b>
<b>SALONES</b>	<b>0</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### HOSTAL CASA PINTA PENSIÓN 2 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01413**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 06/10/1993**

#### **DIRECCIÓN**

**CR CANILLAS-SEDELLA PK.17.5 0**  
**29715 SEDELLA**  
**TELÉFONO: 952508877**  
**FAX: 0**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>7</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>10</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>20</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### LA VIÑUELA HOTEL 3 ESTRELLAS

**NUMERO DE REGISTRO H/MA/01549**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN 01/09/1998**

#### **DIRECCIÓN**

**CR VELEZ A ALHAMA 0**  
**29712 VIÑUELA**  
**TELÉFONO: 952519193**  
**FAX: 952519282**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN –PARAJE**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>14</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES DOBLES</b>	<b>12</b>
<b>HABITACIONES SALÓN</b>	<b>0</b>
<b>Nº SUITE</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>26</b>
<b>Nº ASCENSORES</b>	<b>0</b>
<b>ESCALERA DE INCENDIO</b>	
<b>ESCALERA DE SERVICIOS</b>	

<b>BARES</b>	<b>1</b>
<b>CAFETERIAS</b>	<b>0</b>
<b>RESTAURANTES</b>	<b>0</b>
<b>COMEDORES</b>	<b>1</b>
<b>SALONES</b>	<b>1</b>
<b>SUPERFICIE DE SALONES</b>	<b>0</b>
<b>CAPACIDAD DE SALONES</b>	<b>50</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO</b>	<b>40</b>
<b>PLAZAS DE GARAGE</b>	<b>0</b>

## CAMPING

### DATOS GENERALES

### PRESA DE LA VIÑUELA CAMPAMENTO DE TURISMO

NUMERO DE REGISTRO –CM/MA/00048  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 30/07/1996

#### DIRECCIÓN

CR A-352 KM.2,4 S/N 00000  
29712-VIÑUELA  
952554437

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN – PROPIEDAD  
SITUACIÓN

### EQUIPAMIENTOS

Nº DE PLAZAS TIENDAS:	82
SUPERFICIE TOTAL:	6279
SUPERFICIE NO PARCELADA:	4477
Nº DE PARCELAS CON VEHÍCULO:	22
Nº DE PARCELAS SIN VEHÍCULO:	4
Nº DE PARCELAS DOS PERSONAS:	2
Nº DE PARCELAS CON ELECTRICIDAD:	28
NÚMERO DE BUNGALOWS:	0
Nº DE PLAZAS DE BUNGALOWS:	0
RECEPCIÓN:	S
SUPERMERCADO:	S
BAR:	S

## APARTAMENTOS

### DATOS GENERALES

#### INTERCENTRO

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00767**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 11/03/1991**

#### DIRECCIÓN

**UR INTERCENTRO BQUE 74 00000**  
**29750-ALGARROBO**  
**0511170**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN**  
**SITUACIÓN – PLAYA**

### EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE BLOQUES:</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE APARTAMENTOS:</b>	<b>31</b>
<b>NÚMERO TOTAL DE PLAZAS:</b>	<b>93</b>

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

#### SALÓN SOCIAL:

**BAR:** **0**

#### ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:

#### CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

<b>PLAZAS EN GARAJE:</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>200</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>2</b>

## DATOS GENERALES

### PUEBLO NUEVO

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00870**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 15/02/1996**

#### DIRECCIÓN

**CL EDIF MONTEVIDEO ANEXO 00007**  
**29750-ALGARROBO**  
**2511849**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN – URBANIZACIÓN**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE BLOQUES:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE APARTAMENTOS:</b>	<b>10</b>
<b>NÚMERO TOTAL DE PLAZAS:</b>	<b>21</b>

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

#### SALÓN SOCIAL:

**BAR:** **0**

#### ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:

#### CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

<b>PLAZAS EN GARAJE:</b>	<b>7</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>100</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>2</b>

## DATOS GENERALES

### ALBERDINI

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00905**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 18/01/1999**

#### DIRECCIÓN

**CL LA LOMILLA 00000**  
**29754-COMPETA**  
**2516241**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

**NÚMERO DE BLOQUES: 0**

**NÚMERO DE APARTAMENTOS: 3**

**NÚMERO TOTAL DE PLAZAS: 6**

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

##### SALÓN SOCIAL:

**BAR: 0**

##### ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:

##### CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

**PLAZAS EN GARAJE: 0**

**PLAZAS DE APARCAMIENTO: 15**

**PISCINA: 0**

## DATOS GENERALES

### VILLA TURISTICA BALCON DE COMPETA

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00936**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 19/10/2000**

#### DIRECCIÓN

**CL SAN ANTONIO 00075**  
**29754-COMPETA**  
**2553535**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN –**

## EQUIPAMIENTOS

**NÚMERO DE BLOQUES: 0**

**NÚMERO DE APARTAMENTOS: 8**

**NÚMERO TOTAL DE PLAZAS: 8**

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:S

#### SALÓN SOCIAL:

**BAR: 0**

**ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN: S**

**CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO: S**

**PLAZAS EN GARAJE: 0**

**PLAZAS DE APARCAMIENTO: 8**

**PISCINA: 0**

## DATOS GENERALES

### ROSAMARINA

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00956**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 16/07/2001**

#### DIRECCIÓN

**PR MALDONADO**  
**29788-FRIGILIANA**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN – PINTORESCO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE BLOQUES:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE APARTAMENTOS:</b>	<b>17</b>
<b>NÚMERO TOTAL DE PLAZAS:</b>	<b>69</b>

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

#### SALÓN SOCIAL:

**BAR:** **0**

**ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:** **S**

#### CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

**PLAZAS EN GARAJE:** **0**

**PLAZAS DE APARCAMIENTO:** **0**

**PISCINA:** **1**

## DATOS GENERALES

### PUNTO EUROPA

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00960**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 30/08/2001**

#### DIRECCIÓN

**CORNELLA**  
**29718-ALMACHAR**  
**952512002**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO**  
**SITUACIÓN – CÉNTRICO/URBANO**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE BLOQUES:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE APARTAMENTOS:</b>	<b>5</b>
<b>NÚMERO TOTAL DE PLAZAS:</b>	<b>11</b>

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

#### SALÓN SOCIAL:

**BAR:** **0**

**ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:** **S**

#### CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

**PLAZAS EN GARAJE:** **0**

**PLAZAS DE APARCAMIENTO:** **0**

**PISCINA:** **0**

## DATOS GENERALES

### CARRION ALTO

#### APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)

**NUMERO DE REGISTRO – A/MA/00963**  
**FECHA DE INSCRIPCIÓN - 20/09/2001**

#### DIRECCIÓN

**CARRION ALTO S/N**  
**29711-ALCAUCIN**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD**  
**SITUACIÓN – PARAJE**

## EQUIPAMIENTOS

<b>NÚMERO DE BLOQUES:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE APARTAMENTOS:</b>	<b>5</b>
<b>NÚMERO TOTAL DE PLAZAS:</b>	<b>25</b>

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

#### SALÓN SOCIAL:

**BAR:** **0**

#### ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:

#### CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

<b>PLAZAS EN GARAJE:</b>	<b>0</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### LA PALOMA

#### APARTAMENTO PRIMERA (3 LLAVES)

NUMERO DE REGISTRO – A/MA/01027  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 29/10/2003

#### DIRECCIÓN

REAL 19  
29750-ALGARROBO  
952550853

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN –

## EQUIPAMIENTOS

NÚMERO DE BLOQUES: 1

NÚMERO DE APARTAMENTOS: 2

NÚMERO TOTAL DE PLAZAS: 4

#### RECEPCIÓN CON CALEFACCIÓN:

##### SALÓN SOCIAL:

BAR: 0

##### ALOJAMIENTOS CON CALEFACCIÓN:

CALEFACCIÓN EN TODO EL EDIFICIO:

PLAZAS EN GARAJE: 0

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 0

PISCINA: 0

## CASAS RURALES

### DATOS GENERALES

#### CASA ANTONIO DE LA PEÑA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00006  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 19/11/1997

#### DIRECCIÓN

C/ OBISPO MUÑOZ HERRERA, 6  
-CUTAR  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

### EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CASA LAS ALBERQUILLAS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00008  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/11/1997

#### DIRECCIÓN

DISEMINADO, 251-PAGO ALBERQUILLAS, 3  
29711-ALCAUCIN  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CALEFACTOR-CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### SALTO DE LA ZORRA II CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00010  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 08/01/1998

#### DIRECCIÓN

SALTO DE LA ZORRA, S/N  
29754-COMPETA  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA - CALEFACTORES</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### SALTO DE LA ZORRA I CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00011  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 08/01/1998

#### DIRECCIÓN

SALTO DE LA ZORRA, S/N  
29754-COMPETA  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	4
HABITACIONES INDIVIDUALES:	2
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	6
NÚMERO DE BAÑOS:	1

#### SISTEMA DE CALEFACCIÓN: CHIMENEA-CALEFACTORES

CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### SAN JOSE CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00012  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 22/04/1998

#### DIRECCIÓN

C/ SAN JOSE, 1  
-ALFARNATE  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	3
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	5
NÚMERO DE PLAZAS :	10
NÚMERO DE BAÑOS:	2

#### SISTEMA DE CALEFACCIÓN: CHIMENEA-RADIADORES

CALEFACCIÓN HABITACIONES: S

#### CALEFACCIÓN BAÑOS:

CALEFACCIÓN SALÓN: S

#### PISCINA:

CHIMENEA: S

BARBACOA S

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 0

## DATOS GENERALES

### CASA ALCALDE CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00013  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 23/04/1998

#### DIRECCIÓN

ARROYO CUTAR  
-CUTAR  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA-CALEFACTORES</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### FINCA FORTUNA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00014  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 23/04/1998

#### DIRECCIÓN

FINCA FORTUNA-ARROYO DE TOTALAN  
29197-TOTALAN  
95240876.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA CON BRASEROS</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### CASA EL LAGARILLO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00015  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 02/10/1998

#### DIRECCIÓN

C/ CAMINO DE LA PIA, 5  
29711-ALCAUCIN  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	1
NÚMERO DE HABITACIONES:	3
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	3
NÚMERO DE PLAZAS :	6
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	RADIADORES Y CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### CASA EL MINARETE CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00016  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 05/10/1998

#### DIRECCIÓN

C/ CAMINO DE LA PIA, 5  
29711-ALCAUCIN  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>RADIADORES Y CHIMENEA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>2</b>

## DATOS GENERALES

### CASA JARDIN CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00017  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 05/10/1998

#### DIRECCIÓN

C/ CAMINO DE LA PIA, 5  
29711-ALCAUCIN  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	3
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	3
NÚMERO DE PLAZAS :	6
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA Y RADIADORES
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### SPANISH STEPS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00019  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 22/10/1998

#### DIRECCIÓN

CARRETERIA 6  
29754-COMPETA  
952553613

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	4
NÚMERO DE HABITACIONES:	7
HABITACIONES INDIVIDUALES:	1
HABITACIONES DOBLE:	6
NÚMERO DE PLAZAS :	13
NÚMERO DE BAÑOS:	5

SISTEMA DE CALEFACCIÓN: ELECTRICA Y CHIMENEA DE LEÑA

CALEFACCIÓN HABITACIONES: S

CALEFACCIÓN BAÑOS: S

CALEFACCIÓN SALÓN: S

PISCINA:

CHIMENEA: S

BARBACOA

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 0

## DATOS GENERALES

### LOS CHOPOS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00020  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 03/11/1998

#### DIRECCIÓN

RIO CUTAR (LOMA DEL CHOPO)  
-CUTAR

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA Y RADIADORES ACEITE</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>2</b>

## DATOS GENERALES

### CASA TORRE CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00023  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 24/11/1998

#### DIRECCIÓN

C/ BALSILLA, 3  
29716-CANILLAS DE ACEITUNO  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN: CHIMEA-CALEFACTORES-BRASEROS

CALEFACCIÓN HABITACIONES: S

CALEFACCIÓN BAÑOS: S

CALEFACCIÓN SALÓN: S

PISCINA:

CHIMENEA:

BARBACOA

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 0

## DATOS GENERALES

### EL MOLINO DE LOS ABUELOS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00024  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 26/11/1998

#### DIRECCIÓN

C/ PLAZA, 2  
-COMARES  
2292950.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	8
HABITACIONES INDIVIDUALES:	2
HABITACIONES DOBLE:	6
NÚMERO DE PLAZAS :	14
NÚMERO DE BAÑOS:	6

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	RADIADORES POR PROPANO
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### EL REFUGIO DEL ALCAZAR CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00025  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 20/01/1999

#### DIRECCIÓN

CAMINO DEL ALCAZAR  
29711-ALCAUCIN  
952224880

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	6
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	6
NÚMERO DE PLAZAS :	12
NÚMERO DE BAÑOS:	6
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	ESTUFA LEÑA-CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	40

## DATOS GENERALES

### CORTIJO BENAMAYOR CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00028  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/01/1999

#### DIRECCIÓN

CUESTA DE BENAMAYOR S/N  
29754-COMPETA  
952553301

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ARRENDAMIENTO  
SITUACIÓN RÚSTICO

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	2
HABITACIONES DOBLE:	3
NÚMERO DE PLAZAS :	8
NÚMERO DE BAÑOS:	2

SISTEMA DE CALEFACCIÓN: ELECTRICO/LEÑA

#### CALEFACCIÓN HABITACIONES:

CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S

#### PISCINA:

#### CHIMENEA:

BARBACOA S

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 4

## DATOS GENERALES

### CASA PATIO DE LOS NARANJOS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00035  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/02/1999

#### DIRECCIÓN

CAMINO DE LA PIA Nº 5  
29711-ALCAUCIN  
952510052

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - ESCRITURA  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	3
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	3
NÚMERO DE PLAZAS :	6
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	RADIADORES ELECTRICOS Y
CHIMENEA	
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### EL MOLINO I CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00036  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 24/03/1999

#### DIRECCIÓN

PAGO LOS LABRADOS  
29752-SAYALONGA  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	5
NÚMERO DE PLAZAS :	10
NÚMERO DE BAÑOS:	2
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### EL MOLINO II CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00037  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 24/03/1999

#### DIRECCIÓN

PAGO LOS LABRADOS  
29752-SAYALONGA  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	3
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	5
NÚMERO DE PLAZAS :	10
NÚMERO DE BAÑOS:	2

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEAS
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### OLIVAR CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00038  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/03/1999

#### DIRECCIÓN

PUERTO DE SABAR, S/N  
-ALFARNATEJO  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	6
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	6
NÚMERO DE PLAZAS :	12
NÚMERO DE BAÑOS:	2

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA-CALEFACTORES
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### OLIVO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00039  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/03/1999

#### DIRECCIÓN

PUERTO DE SABAR  
-ALFARNATEJO

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	4
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	4
NÚMERO DE PLAZAS :	8
NÚMERO DE BAÑOS:	2

#### SISTEMA DE CALEFACCIÓN: CHIMENEA-CALEFACTORES

CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CORTIJO PULGARIN BAJO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00040  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 15/04/1999

#### DIRECCIÓN

CORTIJADA DE PULGARIN BAJO, 7 Y 8  
-ALFARNATEJO  
2111018.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	1
NÚMERO DE HABITACIONES:	4
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	4
NÚMERO DE PLAZAS :	8
NÚMERO DE BAÑOS:	1

#### SISTEMA DE CALEFACCIÓN:

CALEFACCIÓN HABITACIONES:

CALEFACCIÓN BAÑOS:

CALEFACCIÓN SALÓN:

PISCINA:

CHIMENEA: S

BARBACOA S

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 5

## DATOS GENERALES

### EL APRISCO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00041  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 15/04/1999

#### DIRECCIÓN

CORTIJO PULGARIN BAJO  
-ALFARNATEJO  
952462305

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>5</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>2</b>

## DATOS GENERALES

### CANDELARICA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00042  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/04/1999

#### DIRECCIÓN

C/ ANTONIO MACHADO 14  
-BORGE (EL)

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	4
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	4
NÚMERO DE PLAZAS :	8
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	ESTUFA Y RADIADOR
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	N
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	N
CHIMENEA:	S
BARBACOA	N
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### EL RINCONCILLO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00043  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/04/1999

#### DIRECCIÓN

C/ RINCONCILLO Nº 18  
-BORGE (EL)

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	RADIADOR-ESTUFA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	N
CHIMENEA:	S
BARBACOA	N
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### LA SOLEA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00044  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/04/0099

#### DIRECCIÓN

C/ RINCONCILLO Nº 7  
-BORGE (EL)

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	ESTUFA LEÑA/RADIADOR
ELECTRICO	
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	S
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CASA CHARATA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00051  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 09/06/1999

#### DIRECCIÓN

PARTIDO CHARATA S/N  
-BORGE (EL)  
952512240

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>5</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>N</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	<b>N</b>
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>N</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>N</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>N</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### CORTIJO NIÑO ANTONIA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00060  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 22/09/1999

#### DIRECCIÓN

LAGAR PARTIDO MAZOQUE, N°1  
-BORGE (EL)  
952519444

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	N
CALEFACCIÓN BAÑOS:	N
CALEFACCIÓN SALÓN:	N
PISCINA:	N
CHIMENEA:	S
BARBACOA	N
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CASA TOBALO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00061  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 22/09/1999

#### DIRECCIÓN

PARAJE LOMAS DE VILLANUEVA S/N  
29718-ALMACHAR  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	1
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CASA PUENTE PIEDRA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00063  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 05/11/1999

#### DIRECCIÓN

LAS MAJADAS Nº 11  
29711-ALCAUCIN  
0.

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	2

SISTEMA DE CALEFACCIÓN: CHIMENEA

CALEFACCIÓN HABITACIONES:

CALEFACCIÓN BAÑOS:

CALEFACCIÓN SALÓN: S

PISCINA:

CHIMENEA: S

BARBACOA S

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 0

## DATOS GENERALES

### CASA RURAL LA FUENTE CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00064  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 05/11/1999

#### DIRECCIÓN

C/ CENTRAL, N°39  
29717-ARENAS

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	4
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	4
NÚMERO DE PLAZAS :	8
NÚMERO DE BAÑOS:	2

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	N
CALEFACCIÓN BAÑOS:	N
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CANTUESO A-1 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00071  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### CANTUESO A-2 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00072  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### CANTUESO A-3 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00073  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>4</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>2</b>

## DATOS GENERALES

### CANTUESO A-4 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00074  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>1</b>

## DATOS GENERALES

### CANTUESO A-5 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00075  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	1
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	1
NÚMERO DE PLAZAS :	2
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	1

## DATOS GENERALES

### CANTUESO B-1 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00076  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	1

## DATOS GENERALES

### CANTUESO B-2 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00077  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### CANTUESO B-3 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00078  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA-ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### CANTUESO B-4 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00079  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	1
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	1
NÚMERO DE PLAZAS :	2
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA- ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	1

## DATOS GENERALES

### EL MIRADOR DEL PUERTO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00091  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/09/2000

#### DIRECCIÓN

FUENSANTA S/N  
-BORGE (EL)

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN -  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### GRANJA LEIRO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00106  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 12/03/2001

#### DIRECCIÓN

PARAJE EL POTRIL S/N  
29170-COLMENAR  
952100275

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>5</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>10</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>2</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### CASA PUREZA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00119  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 13/11/2001

#### DIRECCIÓN

C/ CENTRO Nº1  
29752-SAYALONGA  
952535008

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>V</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>7</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA Y ESTUFAS</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### LA NORIA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00120  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 14/11/2001

#### DIRECCIÓN

LA NORIA S/N  
29179-IZNATE  
952509780

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	V
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	3
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	3
NÚMERO DE PLAZAS :	6
NÚMERO DE BAÑOS:	2
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	4

## DATOS GENERALES

### LAGAR LOS TAJONCILLOS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00125  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 19/12/2001

#### DIRECCIÓN

JARDARIN  
29170-COLMENAR  
952730530

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - COMPRAVENTA  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>6</b>

## DATOS GENERALES

### HUERTA RECREO GALVEZ CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00133  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 13/06/2002

#### DIRECCIÓN

HUERTA DEL ANGEL  
29791-MACHARAVIAYA  
952400110

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>1</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>7</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>2</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>ESTUFA LEÑA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>4</b>

## DATOS GENERALES

### LOS TREBOLES CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00169  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 23/10/2002

#### DIRECCIÓN

PARTIDO DEL REGALON  
29710-PERIANA  
952216763

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>4</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA Y ELECTRICA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>6</b>

## DATOS GENERALES

### DOÑA VELA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00170  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 14/01/2003

#### DIRECCIÓN

PARTIDO DEL RIO  
29180-RIOGORDO  
686025535

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	V
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	6
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	6
NÚMERO DE PLAZAS :	12
NÚMERO DE BAÑOS:	3
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### VENTOLERA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00193  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 01/10/2003

#### DIRECCIÓN

PARAJE LOS MORISCOS  
29170-COLMENAR  
952296991

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	V
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	5
NÚMERO DE PLAZAS :	10
NÚMERO DE BAÑOS:	0
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CORTIJO DE EL ZORRO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00214  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 30/06/2004

#### DIRECCIÓN

LOMAS DE VILLANUEVA POLIG 6 PARCELA 97  
29718-ALMACHAR  
952512195

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>V</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>5</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>5</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>10</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>2</b>
<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CALEFACTORES Y CHIMENEA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>10</b>

## DATOS GENERALES

### CANTUESO B-5 CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00080  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 21/02/2000

#### DIRECCIÓN

CORTIJO EL PULPITO  
29710-PERIANA  
952522389

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	1
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	1
NÚMERO DE PLAZAS :	2
NÚMERO DE BAÑOS:	1
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA- ESTUFA ELECTRICA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	N
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	1

## DATOS GENERALES

### CASA LA CARAMBILA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00086  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 17/05/2000

#### DIRECCIÓN

PAGO ALMENDRALEJO, S/N  
29754-COMPETA

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	3
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	3
NÚMERO DE PLAZAS :	6
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	
PISCINA:	S
CHIMENEA:	S
BARBACOA	S
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### CASA LAGAR DE LUISA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00087  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 05/07/2000

#### DIRECCIÓN

PARAJE LA CARRERA  
-BORGE (EL)  
952030814

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>3</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>BOMBA DE CALOR-ESTUFA-</b>
<b>RADIADOR</b>	
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### CASA CORTIJO DE LUISA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00088  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 05/07/2000

#### DIRECCIÓN

PARAJE LA CARRERA  
-BORGE (EL)  
952030814

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>6</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>9</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>3</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>BOMBA DE CALOR-ESTUFA- RADIADOR</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	<b>S</b>
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### PAZ CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00089  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 12/07/2000

#### DIRECCIÓN

CASTILLEJOS 10, LOS ROMANES  
29712-VI?UELA  
952554448

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>0</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>3</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>3</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>6</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>ESTUFA LEÑA-GAS</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	<b>S</b>
<b>CHIMENEA:</b>	<b>S</b>
<b>BARBACOA</b>	<b>S</b>
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>0</b>

## DATOS GENERALES

### ROCIO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00100  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 13/02/2001

#### DIRECCIÓN

PARAJE HERREROS  
-BORGE (EL)  
952276229

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - CESIÓN  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

#### ESTRUCTURA:

NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	5
NÚMERO DE PLAZAS :	10
NÚMERO DE BAÑOS:	2

SISTEMA DE CALEFACCIÓN: CHIMENEA

CALEFACCIÓN HABITACIONES:

CALEFACCIÓN BAÑOS:

CALEFACCIÓN SALÓN: S

PISCINA:

CHIMENEA:

BARBACOA

PLAZAS DE APARCAMIENTO: 0

## DATOS GENERALES

### CORTIJO CARMINA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00112  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 14/08/2001

#### DIRECCIÓN

PECHO COLORADO S/N  
29711-ALCAUCIN  
952510093

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	3
HABITACIONES INDIVIDUALES:	2
HABITACIONES DOBLE:	1
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA DE LEÑA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### CASA BARBARA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00114  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 25/09/2001

#### DIRECCIÓN

C/ PANADEROS, Nº45  
29754-COMPETA  
952553375

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN CASCO ANTIGUO

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	3
NÚMERO DE HABITACIONES:	4
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	4
NÚMERO DE PLAZAS :	8
NÚMERO DE BAÑOS:	4

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### MESA DE ZALIA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00128  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 26/02/2002

#### DIRECCIÓN

ALDEA EL TORIL, S/N  
29711-ALCAUCIN  
952337614

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

<b>ESTRUCTURA:</b>	<b>H</b>
<b>NÚMERO DE PLANTAS:</b>	<b>1</b>
<b>NÚMERO DE HABITACIONES:</b>	<b>2</b>
<b>HABITACIONES INDIVIDUALES:</b>	<b>0</b>
<b>HABITACIONES DOBLE:</b>	<b>2</b>
<b>NÚMERO DE PLAZAS :</b>	<b>4</b>
<b>NÚMERO DE BAÑOS:</b>	<b>1</b>

<b>SISTEMA DE CALEFACCIÓN:</b>	<b>CHIMENEA Y ESTUFA</b>
<b>CALEFACCIÓN HABITACIONES:</b>	
<b>CALEFACCIÓN BAÑOS:</b>	
<b>CALEFACCIÓN SALÓN:</b>	<b>S</b>
<b>PISCINA:</b>	
<b>CHIMENEA:</b>	
<b>BARBACOA</b>	
<b>PLAZAS DE APARCAMIENTO:</b>	<b>5</b>

## DATOS GENERALES

### CASA Balcón del Río CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00132  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 13/03/2002

#### DIRECCIÓN

PARAJE EL MOLINO  
29752-SAYALONGA  
952535040

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - COMPRAVENTA  
SITUACIÓN MONTAÑA

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	V
NÚMERO DE PLANTAS:	2
NÚMERO DE HABITACIONES:	12
HABITACIONES INDIVIDUALES:	4
HABITACIONES DOBLE:	8
NÚMERO DE PLAZAS :	20
NÚMERO DE BAÑOS:	3
SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA, OPCIONAL ESTUFAS EN DORMITORIOS
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	5

## DATOS GENERALES

### CASA LA LOMILLA CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00202  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 18/11/2003

#### DIRECCIÓN

PAGO LA LOMILLA  
29754-COMPETA  
952338657

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN PARAJE

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	1
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	1

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	CHIMENEA
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	2

## DATOS GENERALES

### FINCA JAURE-LOS OLIVOS CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00204  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 10/03/2004

#### DIRECCIÓN

FUENTE ABAD, S/N  
-BORGE (EL)  
952512195

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	H
NÚMERO DE PLANTAS:	0
NÚMERO DE HABITACIONES:	2
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	2
NÚMERO DE PLAZAS :	4
NÚMERO DE BAÑOS:	0

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	
CALEFACCIÓN BAÑOS:	
CALEFACCIÓN SALÓN:	
PISCINA:	
CHIMENEA:	
BARBACOA	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	0

## DATOS GENERALES

### VIÑEDO DE ARTURO CASA RURAL

NUMERO DE REGISTRO –CR/MA/00220  
FECHA DE INSCRIPCIÓN - 13/01/2005

#### DIRECCIÓN

PANDURO CP.2 PARC.269,271,272,273,277  
-BENAMARGOSA  
609183528

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - PROPIEDAD  
SITUACIÓN RURAL

## EQUIPAMIENTOS

ESTRUCTURA:	V
NÚMERO DE PLANTAS:	3
NÚMERO DE HABITACIONES:	5
HABITACIONES INDIVIDUALES:	0
HABITACIONES DOBLE:	5
NÚMERO DE PLAZAS :	10
NÚMERO DE BAÑOS:	0

SISTEMA DE CALEFACCIÓN:	BAJO SUELO
CALEFACCIÓN HABITACIONES:	S
CALEFACCIÓN BAÑOS:	S
CALEFACCIÓN SALÓN:	S
PISCINA:	S
CHIMENEA:	
BARBACOA:	
PLAZAS DE APARCAMIENTO:	

## **ANEXO 2.**

### **INFORMES DE RUTAS**

## RUTA DE CONOCIMIENTO EMPRESARIAL

### OBJETIVOS

Convocatoria dirigida a obtener un mix de empresarios / as que garantice la presencia de las distintas actividades turísticas, con especial interés de participación en la ruta, de representantes de la oferta alojativa de Costa, y de empresas de actividades complementarias.

Facilitar la interrelación empresarial en la Comarca.

Establecer un debate abierto orientado sobre la realidad, problemática y actuaciones para acometer, para la dinamización del tejido y la actividad turística de la Axarquía.

### DOCUMENTACIÓN TÉCNICA ENTREGADA

- Una carpeta TÉCNICA con información y contactos de todos / as los/as asistentes a la ruta
- Una guía Histórico Artística de la Axarquía
- Una guía Gastronómica de la Axarquía
- Un mapa con información sobre las distintas rutas por la Axarquía
- Un calendario de Fiestas y tradiciones de los pueblos de la Axarquía
- Un folleto informativo sobre turismo activo en la Axarquía
- Un folleto informativo sobre Ceder ( Centro de Desarrollo Rural Axarquía )
- Un folleto informativo sobre Apta .
- Información sobre “Q” de calidad.
- Guía “Por la Sierra de Almijara”
- Guía “Por el Macizo de Velez”
- Guía “Por el Corredor de Colmenar-Periana”
- Guía “Parque Natural Tejeda, Almijara,Alhama”

### OBSEQUIOS

- Un pequeños cesto promocional de productos de cosmética naturales de empresas de la Axarquía, gentileza de APTA.

## 1. ITINERARIO

<b>RUTA 1</b>	<b>MARTES 29 DE MARZO</b>
FRIGILIANA	Hotel Almazara
FRIGILIANA	Posada Morisca
COMPETA	Museo del Vino,
COMPETA	Hotel Balcón de Competa
ARCHEZ	Posada Mesón Mudéjar

## 2. VISITAS TÉCNICAS

### **HOTEL ALMAZARA (3\*)**

- Persona de Contacto: José Antonio Gómez Armijo (Director)
- Teléfono / fax: 952 53 42 12/952 53 42 00 Móvil:637 51 55 32
- E-mail: [info@hotelruralalmazara.com](mailto:info@hotelruralalmazara.com)

### **POSADA MORISCA (3\*)**

- Persona de Contacto: Sara Navas (Director)
- Teléfono / fax: 952 53 41 51/952 53 43 39
- E-mail: [info@laposadamorisca.com](mailto:info@laposadamorisca.com)

### **BALCON DE COMPETA (3\*)**

- Persona de Contacto: José López Franquelo (Director)
- Teléfono / fax: 952 55 35 35 / 10
- E-mail: [info@hotel-competa.com](mailto:info@hotel-competa.com)

### **MUSEO DEL VINO (Museo-Restaurante)**

- Persona de Contacto: José Ruiz Oliva
- Teléfono / fax: 952 55 33 14

### **POSADA-MESON MUDEJAR (Pensión 1\*- Restaurante)**

- Persona de Contacto: Serafín López (Director)
- Teléfono / fax: 952 55 31 06 Móvil: 620 17 57 46

### 3. ASISTENTES RUTA

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Balcón de Competa	Competa	José López Franquelo M <sup>o</sup> Trinidad Vela	952553535	<a href="mailto:info@hotel-competa.com">info@hotel-competa.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Museo del Vino	Competa	José Ruiz Oliva	952553314	
Hotel Humaina	Colmenar	Juan M <sup>a</sup> Luna	952641025	<a href="mailto:info@hotelhumaina.es">info@hotelhumaina.es</a>
Alojamientos Huetor	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshuetor.com">info@alojamientoshuetor.com</a>
El Molino de los Abuelos	Comares	Pilar Díaz Maribel Díaz	952509309	<a href="mailto:info@molino-abuelos.com">info@molino-abuelos.com</a>
Proamar	Vélez	J.Alberto Berenger	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villagrigiliana@ihmhotels.com">villagrigiliana@ihmhotels.com</a>

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Isabel Ruiz	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiacostadelsol.org">apta@axarquiacostadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero	952381700	<a href="mailto:info@aehtcos.org">info@aehtcos.org</a>
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
SOPDE	Eugenio Sepúlveda M <sup>a</sup> Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

#### 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

La representante de Apta la Sra. Elisa Páez llega una de las primeras al punto de encuentro para poder conocer a todos los asistentes, ya que le era imposible acompañarnos en la jornada.

A las 10:00 a.m comenzamos nuestra ruta. A continuación detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se realizaron.

La primera parada técnica la efectuamos en el **HOTEL RURAL ALMAZARA ( 3\*)**, nos recibió su director *el Sr. José A. Gómez Armijo* tras una breve presentación de todos los asistentes pasamos a la terraza del hotel, desde donde se podía apreciar la piscina y el salón de eventos a modo de



carpa. El Sr. Armijo nos dio una breve introducción sobre las instalaciones de su hotel, y nos habló sobre los diferentes **Canales de Comercialización** usados por su hotel, principalmente ( agencias de viajes, y web), suelen trabajar también con turoperadores Ingleses y Alemanes. El restaurante le funciona muy bien también esta obteniendo buenos resultados en los eventos y grandes celebraciones.

Los asistentes del litoral apuntaron que su modo de trabajar era principalmente con turoperadores, los demás representantes del interior coincidían en que apenas trabajaban con turoperadores debido a la falta de capacidad alojativa, no tenían la fuerza suficiente de negociación.

Tras esta primera toma de contacto el Sr. Armijo nos enseñó parte de sus instalaciones.

En primer lugar pasamos a una habitación enfocada al relax de los clientes (con un jacuzzi, y una pequeña piscina climatizada, sauna, y una zona donde poder sentarse y tomar algo, pequeño pero acogedor y muy bien conseguido).

El Sr. Armijo nos indicó que al principio se abrió con carácter público a la clientela pero viendo que el objetivo de esta instalación no se cumplía, no se podía disfrutar del descanso y la comodidad con tu pareja, le dio un uso más restringido, previa reserva por los clientes y con un precio de 10€/hora por persona, con un máximo de cuatro personas. El cambio fue acertado y tuvo una gran aceptación por parte de los clientes que podían disfrutar de estas instalaciones en la más absoluta intimidad. Este nuevo enfoque y la idea fue muy aplaudida por los asistentes que vieron un gran valor añadido en el servicio ofrecido, todos se interesaron mucho por la construcción y la satisfacción de la clientela.

A continuación el Sr. Armijo nos enseñó una de las habitaciones del hotel y algunas de sus zonas comunes así como el restaurante, el cual funciona muy bien en la zona, a destacar lo bien trabajado de la carta aunque tiene bastantes platos típicos no diferencia en su carta cuales son autóctonos, a lo que se le hizo mención y se anotó que algunos establecimientos han tenido esta iniciativa al reconocer en su carta los platos autóctonos del lugar y de la comarca con una señal. A todos los asistentes les pareció una idea estupenda. A este respecto se indicó que sería una buena idea tener un sello de identidad en todos los establecimientos de la Axarquía algo que el cliente pudiera identificar con la comarca, como por ejemplo darle una copa de vino de la tierra como bienvenida o un pequeño obsequio originario de la zona, algo común que ofrecieran todos los establecimientos, como sello identificador de la comarca.



Tras la visita por el hotel nos ubicamos finalmente en el salón-biblioteca del hotel donde tomamos café a la vez que se hacían pequeños grupos que intercambiaron ideas y problemáticas comunes.

- La representante de Receptur (establecimiento de turismo activo) fue introduciéndose en cada grupo informando sobre las actividades que ofrecía su empresa y el beneficio que podría ser para el cliente del hotel.
- El Sr. Armijo nos comentó que no había tenido un 100% de ocupación en semana Santa, como en otros años, que le había fallado mucho el cliente de paso, su política en determinadas fechas es cortar las reservas con agencias de viajes.
- Finalmente se comentó un servicio complementario que dispone el hotel, la llamada "habitación de equipaje", ofrecida a los clientes en su último día de estancia para dejar sus maletas y seguir disfrutando de las instalaciones del hotel e incluso poder realizar alguna excursión de última hora, la habitación dispone de duchas y zona para cambiarse. Una idea muy acertada y que agradecen los clientes.

El Hotel Almazara tiene un gran salón totalmente independiente de eventos con su cocina y aseos propios, Sr. Armijo tienen tres negocios bien diferenciados en su hotel (Hotel, Restaurante, Celebraciones.)

Subimos al autobús y nos dirigimos a la segunda parada técnica prevista **LA POSADA MORISCA (3\*)**, nos recibió su directora la Sra. Sara Navas que tras la presentación de todos los asistentes no acomodo en la terraza.



Comenzó explicando su trayectoria, nos indicaba que los primeros años le había ido muy bien pero había notado que el cliente Ingles que tenía había desaparecido, puede ser debido apuntaba a la rivalidad creada entre Thomson y Tui, y la desaparición de este último al comprarlo Thomson.

Sobre los **Canales de Comercialización** utilizados, trabaja con turoperadores alemanes, ingleses (aunque se aquejaba de la pasividad de estos en los últimos tiempos), Rural andaluz, Rusticae, Internet, apenas trabaja con turoperadores españoles.

Su **política** es la de no hacer ofertas, no bajar sus precios, aunque se ha visto castigada por ello últimamente.

Hizo alusión a **problemáticas** como;

- El de las casas y establecimiento ilegales que desplazan y confunde al turista ya que la calidad no es la apropiada.
- El alto coste que supone tener el personal suficiente para dar la calidad adecuada.
- Nos hablaba de su problema personal con el restaurante que aunque es una parte de su establecimiento en el que ha puesto mucho empeño y ha intentado adecuarlos a los gustos de sus clientes no le funciona, ya que su clientela prefiere disfrutar de la gran oferta de restaurante que dispone Frigiliana y la Axarquía en su conjunto, al estar cerca del municipio ofrece esta posibilidad a los clientes, cuestión que por ejemplo Hotel Humaina situada en el parque natural y Hotel la Viñuela situado a pie del embalse la viñuela, tenían una gran ventaja al estar ubicado en parajes lejanos al municipio era casi de obligación cenar en el establecimiento.

Todo esto le ha hecho a su directora replantearse su negocio y en breve le dará un nuevo enfoque al establecimiento como “Casas rurales” con un servicio de desayuno en el restaurante habilitado y una pequeña tienda tipo snack, ensaladas, comidas preparadas



aunque de gran calidad, bebidas y algo de bollería, aunque abre la posibilidad a realizar algo en cocina si tuviese algún compromiso.

Esta idea fue muy discutida ya que la mayoría de los allí presente comentaron que perdían dinero con el restaurante pero era un servicio que demandaban los clientes, turoperadores y agencias con las que trabajaban. La materia prima y sobre todo el personal necesario era demasiado costoso, no cubrían apenas costes, algunos de los asistentes se interesaron especialmente por el nuevo enfoque que la Sra. Sara Navas iba a darle a su negocio e incluso le pidieron información y los contactos de las empresas con la que trabajaba para este nuevo enfoque. Aún así, esta contenta con su negocio y nos comentaba que tenía en proyecto un nuevo Complejo Rural.

Tras su presentación nos invito a visitar su establecimiento, un hotel rural de tres estrellas que mantiene la arquitectura popular andaluza de los cortijos de la Sierra almirajara, dispone de 12 habitaciones en un solo nivel a modo de pareado con un exquisito decorado, cuarto de baño y chimenea, todas con terraza y unas vistas espectaculares. El restaurante, la recepción las terrazas y todo el interior tiene un sabor auténticamente morisco. El recinto también dispone de piscina.

Próxima Parada Competa **MUSEO DEL VINO**, ( Museo-Restaurante) su director el Sr. José Ruiz venia con nosotros en ruta, al llegar nos tenían preparados unos aperitivos típicos de la tierra amenizados con vino de competa.



Fueron muchos los elogios al establecimiento, no solo por la decoración y la tienda muy bien conseguida sino al buen hacer del Sr. Ruiz, el cual nos comenta que su negocio le iba muy bien, aunque había invertido mucho en publicidad todavía le faltaba una asignatura pendiente, tener su propia pagina web.

Entre sus **necesidades** hizo hincapié en lo difícil de encontrar personal adecuado sobre todo en cocina y del mal estado de las carreteras en general y en especial del acceso a competa que dificultaba enormemente la afluencia de turismo al municipio.

Una vez repuesto fuerzas nos dirigimos al **BALCÓN DE COMPETA** su director estaba con nosotros en ruta el Sr. José López Franquelo, el Sr. Franquelo nos enseñó su establecimiento un hotel con 26 habitaciones y restaurante a la carta, dispone también de una zona con bungalow - apartamentos ideales para familias, pista de tenis, pista de petanca, piscina, un salón de eventos y una enorme terraza, tras el recorrido pasamos al bar-cafetería donde tomamos un aperitivo. La **Política del Balcón de Competa** es satisfacer todas las necesidades del cliente, se organiza todo desde recepción (rutas, excursiones, actividades...)

-La representante de Receptur comento la importancia de ofrecer actividades al cliente a través de una empresa reglada.

Competa es un municipio que ofrece la posibilidad de realizar diferentes actividades al aire libre de ahí la importancia de hacerlo siempre con seguridad. Se vio apropiado el informar mediante las diferentes organizaciones de las obligaciones y responsabilidades de los empresarios ante este tema incluso cuando hay agencias de viajes como intermediarios. Que los clientes estén siempre cubiertos, pero el hotel también.

Ultima parada **POSADA MESÓN MUDEJAR** (Posada-Restaurante). Un antiguo edificio de S XVII, rehabilitado y decorado con mobiliario y objetos de tiendas de antigüedades de toda la provincia. La estructura del edificio se ha mantenido como era, salvo los techos, realizados con vigas de madera de pino y eucalipto. El hermoso conjunto completa su encanto con los colores de las paredes. Tanto el mesón como cada una de las cinco habitaciones esta pintada de uno distinto: añil, verde, rojo, morado y albero. Un Alojamiento rural que invita al descanso en un ambiente museístico.

Su director el Sr.Serafín López nos comento que sus **Canales de Comercialización** eran principalmente Centrales de reservas como Axartur, Rural andaluz y turoperadores nacionales, con respecto a su clientela era distinta en cada caso mientras al mesón acudían parejas sobre todo de turismo nacional la posada tenia una mayor afluencia de excursionistas extranjeros principalmente de Holanda, Alemania e Inglaterra.



Allí teníamos previsto el almuerzo de trabajo, su director el Sr. Serafín López nos tenia preparado un reservado, nos deleito con un menú degustación de lo más típico de su establecimiento con un vino de la tierra, de postre surtido de helados caseros (Algarroba, Higos- pasas y dátiles).

Tras la comida los puntos a debatir por los asistentes fueron varios y diversos, destacaron;

- Una especial atención al medio ambiente al cuidado del entorno y al reciclaje. Se propuso realizar unas jornadas informativas.
- Malos accesos a los Municipios
- Hay que apuntarse a un servicio y a una clientela de calidad hay que prepararse para el nuevo turismo, este punto fue discutido por algunos de los asistentes que argumentaba que primero había que consolidarse, crecer y después especializarse buscando la calidad, su política era prioritariamente la rentabilidad
- Más información técnica sobre el sector. Saber donde dirigirse para publicitarse, ferias, donde acudir, información sobre como poder ser un establecimiento de calidad, nuevos mercados emergentes.
- Potenciar los recursos naturales disponibles.
- Una promoción conjunta de la Axarquía.
- El miedo a una masificación urbanística en los próximos años en la Axarquía.

## 5. CONCLUSIONES CUALITATIVAS

- Punto débil de la mayoría de los hoteles del interior, la falta de fuerza suficiente en la negociación con los grandes turoperadores, debido a la baja capacidad alojativa de los establecimientos.
- Ausencia de manual de bienvenida común dirigido al cliente que pueda identificar a la comarca y al producto.
- Aumento de la oferta de casas y establecimiento ilegales que desplazan y confunde al turista, debido de manera principal, al crecimiento del turismo residencial extranjero.
- Mal estado de la red de carreteras de la comarca.
- Ausencia de una señalización turística homogénea.
- Necesidad de potenciar las diferentes actividades de ocio y tiempo libre, mejorando y ampliando las ya existentes.
- Búsqueda de nuevos canales para atraer a un turismo interesado en disfrutar de todo lo que conlleva el contacto directo con la naturaleza y poder aprovecharse de la gran oferta de actividades al aire libre.
- Falta de información al empresariado.

- Fomentar nuestra gastronomía, productos típicos, empresas tradicionales.
- Aparición de oferta ilegal de empresas de actividades complementarias que no cumplen los requisitos, con el consiguiente riesgo para los clientes, los empresarios y las empresas regladas de la comarca.
- Falta de cualificación de recursos humanos (restauración).
- Especial atención al medio ambiente al cuidado del entorno.
- Potenciar el uso turístico de los recursos naturales disponibles
- Una mayor unión público / privada en promoción conjunta de la Axarquía.
- El miedo a una masificación urbanística en los próximos años.

## **6. APORTACIONES Y SUGERENCIAS**

- Sería una buena idea tener un sello de identidad en todos los establecimientos de la Axarquía algo que el cliente pudiera identificar con la comarca, como por ejemplo darle una copa de vino de la tierra como bienvenida o un pequeño obsequio originario de la zona (Una etiqueta común en términos comerciales).
- Importancia de ofrecer actividades complementarias a los clientes a través de empresas regladas que cumplan los requisitos legales (seguros)
- Difusión de las obligaciones y responsabilidades de los empresarios ante los clientes en la contratación de actividades a agencias de viajes como intermediarios. (Que los clientes estén siempre cubiertos, pero el establecimiento también).
- Jornadas Técnicas y de difusión sobre medio ambiente y calidad.
- Desarrollar actividades formativas para aquellas empresas o actividades que lo necesiten procurando la asistencia técnica adecuada y un plan de seguimiento.
- Identificar en nuestra carta de restauración platos y productos originarios de la zona.
- Guía ilustrativa e informativa sobre las diferentes rutas, excursiones y actividades que se puedan realizar en la Axarquía (oferta complementaria).

## 1. ITINERARIO

### RUTA 2 MARTES 5 DE ABRIL

PERIANA	Complejo Cantueso
ALCAUCIN	Venta la Parra
CANILLAS DE ACEITUNO	Bodega de Juan M <sup>a</sup>
VIÑUELA	Hotel Viñuela

## 2. VISITAS TÉCNICAS

### COMPLEJO CANTUESO

- Persona de Contacto: Antonio Villarraso / Theda Schatteburg
- Teléfono: 699 94 62 13
- E-mail: [cantueso@info.net](mailto:cantueso@info.net)

### VENTA LA PARRA ( RESTAURANTE )

- Persona de Contacto: Antonio Río
- Teléfono: 952 11 58 13

### BODEGA DE JUAN M<sup>a</sup> ( RESTAURANTE )

- Persona de Contacto: Francisco Rando
- Teléfono: 952 51 80 41
- E-mail: [paquillo18@hotmail.com](mailto:paquillo18@hotmail.com)

### HOTEL VIÑUELA ( 3\* )

- Persona de Contacto: Cesar Herrero (Director)
- Teléfono / fax: 952 51 91 93 / 92 14 Móvil: 619 03 58 48
- E-mail: [gerencia@hotelvinuela.com](mailto:gerencia@hotelvinuela.com)

### 3. ASISTENTES

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Hotel Almazara	Frigiliana	José A. Armijo Antonio Gómez	952534212	<a href="mailto:info@hotelruralalmazara.com">info@hotelruralalmazara.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Cerro la Jaula	Benamocarra	Fatiha Bucetta	952535748	<a href="mailto:info@hotelcerrolajaula.com">info@hotelcerrolajaula.com</a>
Posada del Bandolero	El Borge	Concepción Vallejo	952519450	<a href="mailto:posadabandolero@hotmail.com">posadabandolero@hotmail.com</a>
Alojamientos Hueter	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshueter.com">info@alojamientoshueter.com</a>
Santa Rosa	Torrox	José Zurita	952530790	
Proamar	Vélez	J. Alberto Berenguer Emilio Soto Ramírez	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villafrigiliana@ihmhotels.com">villafrigiliana@ihmhotels.com</a>
Villaflamenca	Nerja	Ramón Pons	952521869	<a href="mailto:rpons@ihmhotels.com">rpons@ihmhotels.com</a>
Venta la Parra	Alcaucin	María Río	952115813	

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Inmaculada Bautista	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiadelsol.org">apta@axarquiadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero Enrique Martín	952381700	<a href="mailto:info@aehtcos.org">info@aehtcos.org</a>
Patronato De Turismo de la Costa del Sol	Roque Carmona (Resp Producto)	952058694	
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
SOPDE	Eugenio Sepúlveda M <sup>ª</sup> Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

### 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

A las 10:00 a.m comenzamos nuestra ruta, a continuación detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se realizaron.

La primera parada técnica la efectuamos en el **COMPLEJO CANTUESO** nos recibió su propietario el Sr. Antonio Villar

Tras una breve presentación de todos los asistentes nos dirigimos hacia el restaurante, donde el Sr. Villarraso nos ofreció amablemente un succulento desayuno, que sirvió como una primera toma de contacto para el conocimiento de los miembros del grupo. A continuación pasamos a la conversación meramente técnica donde se nos describió el Complejo, un conjunto formado por diez casas, seis de ellas con dos habitaciones y cuatro de ellas con una habitación. Cada casa dispone de un salón con chimenea, cocina con barra americana, cuarto de baño y un porche-barbacoa. El complejo dispone de un restaurante de nueva creación mandado construir por su actual propietario el Sr. Villarraso, no dispone de una carta autóctona, aunque sí muy variada, pescados, carnes y una carta de ensaladas. Como idea original cuenta con un diccionario culinario a disposición del cliente que lo solicite en inglés y alemán con todas las traducciones de la carta, disponiendo así de una sola carta en español, cuenta también con una carta vegetariana donde se distingue el producto con ( V ) para los derivados lácteos, y (V V) para los productos vegetales.



### **Problemas planteados por su propietario**

- Puesta en uso del embalse como importante recurso turístico en estos momentos tan sólo potencial.
- No dispone de red de alcantarillado ni control de residuos y badíos, por lo que demanda una financiación para acometer el saneamiento de aguas residuales y la recogida de residuos sólidos urbanos.
- No dispone de línea telefónica en su establecimiento, ahora cuenta con servicio de E-mail, gracias a la instalación de una antena de reciente ubicación que él se ha preocupado de introducir.
- Necesidad de personal de hostelería, concretamente un cocinero.
- Carencia de actividades complementarias en la zona, en estos momentos ya ha entrado en contacto con Receptur, empresa de reciente creación que surge como Agencia de Viajes para cubrir el vacío existente de cara a ofrecer unas actividades complementarias hasta el momento inexistentes en toda la comarca.

**Canales de comercialización del establecimiento** trabajan con Agencias de Viajes francesas, alemanas y holandesas principalmente, no trabaja con Touroperadores, y sobre todo le funciona el boca a boca, y en su caso cuenta con la ventaja adicional de disponer ya de una cartera de clientes.

**El perfil del cliente** que acude a su establecimiento es mayoritariamente un turismo familiar “Familias con niños pequeños”.

Su complejo dispone de piscina, mesa de ping-pong y billar. El nombre del establecimiento surge como necesidad de encontrar una palabra que distinga el carácter del establecimiento y se opta por un nombre natural, cantueso hace referencia a una planta muy abundante en la localidad.



Para finalizar nuestra visita el Sr. Villarraso nos enseñó sus instalaciones, y nos comentó que el complejo tenía unos ocho o nueve años de antigüedad, en Octubre hará cuatro años desde que él empezó a gestionarlo, como novedades han introducido la chimenea en el salón y la barbacoa en todas las casas. Manifestó también la contradicción que existe en los establecimientos rurales como el

suyo en donde no se puede ir acompañado de ningún animal de compañía, él nos dijo que era una queja frecuente manifestada por sus clientes, en su establecimiento los animales de compañía están permitidos, la única prohibición que tienen, son las denominadas razas peligrosas, que no son admitidas en su complejo.

A lo largo de la visita también se destacó entre los participantes el desconocimiento en materia técnica que existe entre los propios establecimientos hoteleros, siendo una queja tanto de los establecimientos del litoral como de la costa y la falta de unión en la comarca, el Sr. Villarraso aludió a la Feria de Fitur y a la multitud de Stands que se muestran, destacándolo como un grave error, ya que pone de manifiesto la desunión existente entre todos los sectores implicados en la comarca. Fueron muchas las opiniones aportadas por los participantes a este respecto.

Sobre las 12:00 am nos dirigimos a nuestra segunda parada técnica **VENTA LA PARRA** en el municipio de Alcaucín donde se encuentra este restaurante. Se trata de un negocio familiar regentado por el padre y sus dos hijas. Abre sus puertas en el año 1998. Desde entonces se han efectuado reformas acometidas hace un año, entre los cambios efectuados destaca la ampliación de la cocina. En estos momentos también está en construcción el proyecto de una empresa de actividades complementarias, y una zona que quieren habilitar para alojamientos, cubriendo de este modo los tres puntos alojamiento, restauración y actividades complementarias en un paquete global. Con respecto a la carta que ofrece el establecimiento, su propietario el Sr. Antonio Río nos comentó que su carta contempla la carne de caza (ciervo, jabalí) que no se comercializa apenas en la zona, carnes de chivo, cordero y algunos platos autóctonos previo encargo, como pueden ser las cachorreñas (sopa de Naranja).



#### **Problemática planteada por su propietario**

- Necesidad de asesoramiento técnico del sector
- Necesidad de Información relativa a subvenciones, ayudas, adaptación de nuevas tecnologías.
- Precariedad en los sistemas de telecomunicaciones
- Falta de profesionalidad en el sector de la Hostelería con respecto a los recursos humanos.

Hubo una participación intensa del grupo aportando ideas - El responsable de producto del Patronato de Turismo de La Costa Del Sol el Sr. Roque Carmona nos comentó que en la zona del Valle del Guadalhorce se ha implantado un nuevo sistema de telecomunicaciones basado en la tecnología wifi y la telefonía IP, este último sistema es muy positivo para el turismo extranjero, porque es un medio de telefonía más barato, consiste en la instalación de una serie de antenas que también dan acceso en banda ancha a Internet, allí lo llevó a cabo un emprendedor, se puede plantear como una posible opción si existe una demanda suficiente en la comarca. El responsable del departamento de calidad de A.E.H.C.O.S el Sr. Enrique Martín también quiso aportar sus conocimientos con respecto a la necesidad de asesoramiento demandado anteriormente por su propietario, le facilitó información sobre Aehma (engloba cafeterías, bares, restaurantes), y distintos participantes le ofrecieron información sobre las UTE (Unidades territoriales de Empleo), y los ADL (Agentes de Desarrollo Local), de cara a la orientación de su propietario en temas referentes a subvenciones, creación de empresas. Fue una conversación amena y llena de aportaciones de interés acompañada de una excelente

degustación de platos de la zona y un vino del lugar que nos ofreció el Sr. Antonio Ríos propietario del restaurante.

Siguiendo nuestro recorrido, ya saliéndonos un poquito del horario establecido en ruta, nos dirigimos a **BODEGA DE JUAN M<sup>a</sup>**, restaurante situado en el término municipal de Canillas de Aceituno, nos atendió su propietario el Sr. Francisco Rando, nos comentó que el establecimiento en un principio surgió como bodega, realizaban el vino y lo comercializaban en el mismo establecimiento acompañado de unas tapas, pero pronto la demanda se hizo mayor y fue necesario ampliar el bar y convertirlo en el restaurante que existe en la actualidad. La bodega ha dejado de funcionar como tal hace unos siete años, actualmente se conservan las barricas llenas de vino en la zona trasera del restaurante habilitada ahora para almacén, el vino que se comercializaba era el vino Moscatel, aún se conserva la prensa, lugar donde se prensaba la uva.

Con respecto a la carta su especialidad es el chivo al horno, que se realiza en un horno de leña, la peculiaridad que muestra este horno es que



el fuego no es directo, se encuentra más abajo en otra cámara, se calienta el aire, y este aire caliente pasa a través de un conducto, es un horno moruno. El chivo se prepara todos los días pero hay que avisar previamente pues su preparación puede tardar entre dos horas y media a tres horas aproximadamente.

**El perfil del cliente** que visita este establecimiento es un turismo mayoritariamente familiar, turismo nacional, tan sólo un 15% de turismo extranjero, es un cliente que acude a comer exclusivamente, el municipio no dispone de oferta hotelera, pero si casas rurales, que no es el cliente que demanda este tipo de servicio.

Como **Canales de Comercialización** que utiliza en estos momentos principalmente a través de prensa, revistas etc. Quiere contactar con Agencias de Viajes, para concertar comidas en grupo, siendo él la persona que introduciría el autobús y comercializarlo a través de la Agencia.

Como **nuevo proyecto** el Sr. Rando pretende crear un edificio de viviendas apartamentos, por lo que el restaurante va a sufrir alguna modificación, pero conservando su estructura original, pues la disposición del restaurante actual gusta mucho al cliente que lo visita.

**Problemática del empresario**

- Necesidad de mejoras en la infraestructura (Carreteras, accesos etc.)
- Necesidad de asesoramiento sobre todo técnico
- Pagina web propia
- Personal de hostelería especializado ( camareros, cocinero)

Nuestra siguiente parada técnica la efectuamos en **HOTEL LA VIÑUELA**, su Director el Sr. Cesar Herrero venia con nosotros en ruta. En un primer lugar nos enseñó las instalaciones de su establecimiento y la ampliación que se estaba realizando no solo en capacidad alojativas sino en servicios complementarios. En estos momentos la zona exterior se encuentra en obras,



como novedad se ha realizado una bajada al embalse, con unas escaleras, y una pequeña zona destinada a embarcadero ( antes no existía, lo han integrado al propio establecimiento). Isabel Hijano de Complejo Huetor nos enseñó sus instalaciones que se pueden divisar perfectamente desde el embalse su Complejo está formado por ocho casas pareadas.

Con respecto al **uso turístico del embalse**, algunas empresas se han interesado en su comercialización, pero han surgido problemas al no existir una visión clara de cómo explotar el recurso, no se puede usar motor, ha habido escuelas de vela interesadas como Club Mediterráneo, si han logrado quitarle la condición de Coto de Pesca, con lo cual con la licencia simple ya se puede pescar.

A continuación nos dirigimos hacia la zona destinada a comedor, cuenta con una capacidad de 300 a 350 personas, se encuentra insonorizado, existe un salón más pequeño para reuniones. En la nueva ampliación del establecimiento se va a crear un nuevo espacio con un aula para conferencias. Su director dejó clara la **política de su establecimiento** apostando por la calidad, diferenciando claramente al cliente alojado en el hotel, que busca tranquilidad, y el cliente del restaurante que acude a bodas y otros eventos que busca ambiente, atendiendo a las necesidades en todo momento de cada tipo de cliente y adaptándose a sus necesidades individuales.

A continuación se nos mostró la cocina, con una pequeña zona dedicada a office para los eventos, a destacar la amplitud, limpieza y buena organización además del magnifico equipo humano.

Seguidamente pasamos a un pequeño rincón habilitado para zona de descanso, en la idea de crear varios ambientes dentro del mismo establecimiento, la zona se haya decorada con cuadros, se trata de una **exposición de carácter rotativo** que mantienen gracias a la colaboración de La Asociación de Pintores de La Axarquía, y al mismo tiempo es un apoyo al arte local por parte del establecimiento.

El siguiente punto a visitar fue la zona dedicada a las habitaciones. Cada estancia posee una decoración diferente. La disposición de las habitaciones se encuentra ubicada en dos pasillos con dos escaleras diferentes, en la próxima reforma que se va a efectuar en el establecimiento se va a introducir ascensor. La capacidad alojativa del establecimiento en estos momentos es de quince habitaciones, y en la nueva ampliación del hotel se introducirán 22 mas, ampliables a 18, quedando el establecimiento con una capacidad total de 55 habitaciones, que sería el tope máximo previsto por el hotel.



**Diferentes líneas de negocio;** La dirección del hotel es la de mantener el concepto de hoteleros, tratando de dar prioridad a la comercialización de las habitaciones, y complementarlo con varias líneas de negocio paralelas como la organización de bodas, convenciones, comidas de empresa, manteniendo en todo momento unos niveles de calidad, aunque implique al principio esfuerzos de rentabilidad, la dirección está dispuesta a afrontarlos, aún a costa de una obtención mas reducida de los beneficios, para poder mantener una calidad superior en sus servicios, hacerse competitivos y que el mercado lo observe. En su línea de negocio está la de introducir y aprovechar el recurso turístico del embalse, potenciando la realización de actividades tales como piragüismo, vela, etc. En esa línea, se incluye como ampliación del establecimiento un Spa de uno 650m atendiendo a las demandas del mercado, supone una tendencia de mercado y los touroperadores lo demandan, en estas instalaciones se incluirá una sala médica pensando también en las actividades que se quieren llevar a cabo en el embalse, piragüismo, rutas en bicicleta, senderismo y posibles concentraciones deportivas.

Finalmente nos dirigimos a uno de sus restaurantes, el más pequeño utilizado para reuniones, donde realizamos el almuerzo de trabajo.

- El técnico de SOPDE Eugenio Sepúlveda realizó una breve introducción previa a la comida donde quiso poner de manifiesto las conclusiones cualitativas obtenidas hasta el momento reflejadas en el Informe de la Ruta 1 con el propósito de que sirvieran a modo de recordatorio de todas las cuestiones surgidas hasta el momento para bien profundizar mas en algunas cuestiones, como en la idea de la aportación de nuevos puntos a introducir.

Seguidamente pasamos al almuerzo propiamente dicho. El director del establecimiento nos hizo una previa presentación de cada plato. El ágape estuvo compuesto de cuatro platos compuestos por productos de la zona, preparados en un formato distinto adaptándose a los parámetros de “La Nueva Cocina”, pero integrando todas las materias primas de la comarca y de la provincia de Málaga.



En esta reunión contamos con la presencia de varios miembros pertenecientes a distintas entidades y organizaciones.

- Enrique Martín, responsable del Departamento de Calidad de A.E.H.C.O.S , que realizó una breve presentación informando a todo el grupo del Certificado de Calidad ( Q de Calidad ), sus orígenes, su recorrido y el número de empresas que ya ascienden a 583, de la más diversa índole, Establecimientos hoteleros, Agencias de Viajes, Estaciones de Esquí, Restaurantes, Casas Rurales, Playas, etc. Todos ellos forman en el año 2000 el ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española), que es el ente gestor que otorga la marca de calidad ( Q de Calidad), además de informar de todas las funciones de su departamento, entregó material explicativo del mismo a la persona que lo solicitase.
- Roque Carmona, responsable de Producto del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, que también nos informó de las funciones desempeñadas por su departamento, y realizó diversas intervenciones aludiendo al tema Promoción ( Que se quiere vender), necesidad de definición del Producto y las carencias observadas en el producto, como las relativas a Oferta Complementaria ( Observadas y señaladas por todos los Establecimientos Hoteleros), apuntó a la idea de que quizá se necesitasen mas empresas para cubrir este sector.

- David Camacho, como representante de Ceder (Centro de Desarrollo Rural), intervino en varias

ocasiones para informar sobre los proyectos y línea de trabajo seguida hasta el momento por su entidad. Nos informó de que van a llegar a un convenio en un tema de cooperación para introducir a una persona que se encargará de proporcionar información a todos los Establecimientos Hoteleros sobre todos los



sistemas de calidad existentes en el mercado. También nos comentó que en lo que respecta al Sistema de Información Territorial de la Provincia de Málaga están trabajando para la realización de una aplicación informática que permita a través del Sistema de la Información Digitalizada, un programa que está realizando La Diputación Provincial, y quieren aplicarlo a los Ayuntamientos, para que cualquier persona a través de un acceso web pueda recibir una información directa de un Establecimiento Hotelero con su fotografía, y toda la información relativa al establecimiento. También nos informó que respectó al tema de la promoción su entidad puede contribuir a través de la reedición de guías Histórico- Artísticas, Parque Natural, folletos, libros, etc. Y solicitó la colaboración de los participantes para medir el grado de satisfacción del material ya editado, para realizar nuevo material al respecto. Y también manifestó la necesidad de ofrecer información sobre las distintas asociaciones existentes en la comarca para el conocimiento de todo el sector hotelero.

- Cesar Herrero, como representante de AEHCOS, nos informó sobre la Asociación, recoge en su ámbito a Establecimientos Hoteleros y Apartamentos Turísticos. Como ofrecen información en tema de subvenciones, ayudas, y que la Asociación dispone de un gabinete jurídico y administrativo por lo que el asociado se encuentra bastante cubierto, e invitó a los participantes a unirse para que el peso específico dentro de la misma sea mayor.

## 5. APORTACIONES Y SUGERENCIAS

- Promoción “Marca Axarquía” “Axarquía Costa del Sol”.

- Calidad. Proyecto dirigido a la definición y adopción voluntaria de estándares de calidad.
- Definición del producto “Axarquía Costa del Sol”
- Necesidad de asociacionismo empresarial (Fomentar el conocimiento del sector empresarial)
- Introducir nuevas vías de comunicación y telefonía (Tecnología wifi y telefonía IP).
- El saneamiento de aguas residuales y la recogida de residuos sólidos urbanos y la limpieza viaria.
- Puesta en valor de recursos turísticos( P.Ej. El embalse de la Viñuela.)
- Cooperación Público-Privado.
- Adecuar el producto a las nuevas tendencias de la demanda.
- Existencia de una oferta complementaria diversificada y conocimiento de la misma
- Aumentar la calidad de los destinos, especialmente en lo relativo a los factores medioambientales que inciden en la percepción y satisfacción de los turistas.
- Necesidad de integración de los establecimientos de la costa y del interior, crear un nexo de unión entre ambos.
- Necesidad de promoción ( Representación en Ferias de Turismo de ámbito nacional e internacional, y la participación en la creación de folletos “ Un único folleto” en el que se oferte La Axarquía en su conjunto, productos que promocionen el destino P.ej. (Una botellita de aceite que se ofrezca en todos los establecimientos hoteleros.)

## **6. CONCLUSIONES CUALITATIVAS Y DEBATE**

- Aparición de oferta ilegal de empresas de actividades complementarias que no cumplen los requisitos, con el consiguiente riesgo para los clientes, los empresarios y las empresas regladas de la comarca. (Seguros.
- Necesidad de asesoramiento y formación técnica del personal que atiende a los visitantes.
- Adecuación de parajes naturales para su visita turística ( recuperación, ordenación, adaptación a la visita turística).
- El grado de asociacionismo empresarial, hotelero y de oferta complementaria, y su implicación en el proyecto, expresada en la adopción de compromisos tangibles.
- El que el municipio cuente con un Plan General de ordenación urbana, y las correspondientes normas subsidiarias de desarrollo, que controlen el crecimiento de la oferta alojativa, la densidad de las edificaciones, las cualidades estéticas de estas, la reserva de espacios para uso público o su recuperación y la preservación del paisaje.

## 1. ITINERARIO

### RUTA 3

MIÉRCOLES 27 DE ABRIL

BENAMOCARRA  
MACHARAVIAYA

Cerro la Jaula  
Molino de Santillan

## 2. VISITAS TÉCNICAS

### HOTEL CERRO LA JAULA (3\*)

- Persona de Contacto: Cristóbal España
- Teléfono / fax: 952 53 57 48
- E-mail: [info@hotelcerrolajaula.com](mailto:info@hotelcerrolajaula.com)

### MOLINO DE SANTILLAN (HOTEL DE CAMPO 2\*)

- Persona de Contacto: Alejandro Marchini
- Teléfono / fax: 902 12 02 40/ 952 40 09 50
- Móvil: 661 73 87 59
- E-mail: [reservas@molinodesantillan.es](mailto:reservas@molinodesantillan.es)

### 3. ASISTENTES A LA RUTA

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Hotel Almazara	Frigiliana	José A. Armijo	952534212	<a href="mailto:info@hotelruralalmazara.com">info@hotelruralalmazara.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Cerro la Jaula	Benamocarra	Cristóbal España	952535748	<a href="mailto:info@hotelcerrolajaula.com">info@hotelcerrolajaula.com</a>
Hotel Humaina	Colmenar	Juan M <sup>a</sup> Luna	952641025	<a href="mailto:info@hotelhumaina.es">info@hotelhumaina.es</a>
Alojamientos Hueter	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshueter.com">info@alojamientoshueter.com</a>
Santa Rosa	Torrox	José Zurita	952530790	
Proamar	Vélez	J. Alberto Berenguer Emilio Soto Ramirez	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villagrigiliana@ihmhotels.com">villagrigiliana@ihmhotels.com</a>
Villaflamenca	Nerja	Ramón Pons	952521869	<a href="mailto:rpons@ihmhotels.com">rpons@ihmhotels.com</a>
Plaza Cavana	Nerja	Francisco Rico	952524000	<a href="mailto:hotelplazacavana@infonegocio.com">hotelplazacavana@infonegocio.com</a>
Parador de Nerja	Nerja	Luz Montalbo	952520050	<a href="mailto:nerja@parador.es">nerja@parador.es</a>
Husa Mainake	Torre del Mar	M <sup>a</sup> Jesús Cestero	952547246	<a href="mailto:mainake@husa.es">mainake@husa.es</a>
Costamar	Torrox	Manuel Rico Olalla	952530049	

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Inmaculada Bautista	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiadelsol.org">apta@axarquiadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero	952381700	<a href="mailto:info@aeocos.org">info@aeocos.org</a>
JEFE DE ESTUDIO DE LA ESCUELA HOSTELERIA CASTILLO DE MARQUÉS	Antonio Garrido	952058694	
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
SOPDE	Eugenio Sepúlveda M <sup>a</sup> Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

#### 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

A las 10.00 a.m dio comienzo la ruta, seguidamente detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se realizaron.

La primera parada técnica la efectuamos en HOTEL CERRO LA JAULA nos recibió su Gerente el Sr. Cristóbal España. Se comenzó con una breve presentación de todos los asistentes, y a continuación pasamos a la jornada técnica de trabajo donde se formularon preguntas por parte de todos los establecimientos hoteleros asistentes a la citada ruta.

El Sr. España además de regentar el establecimiento es el jefe de cocina del establecimiento, el se define así mismo como un cocinero de fogones, y cuando le preguntamos sobre la carta de su establecimiento, nos señaló que su carta no es la mera carta convencional a la que estamos acostumbrados a encontrarnos en los hoteles del interior basada en carne principalmente. Su establecimiento ofrece un tipo de cocina diferente, disponiendo de una carta muy variada., pero basándose siempre en productos autóctonos.



A continuación el Sr. España nos ofreció un desayuno típico con productos autóctonos que supuso la felicitación de todo el grupo asistente, no sólo por sus excelentes productos, sino también por su exquisita presentación.

El **cliente** que visita el establecimiento es mayoritariamente español en que ocupa las estancias de restaurante, ingleses afincados en la comarca, y también recibe un cliente de negocios que ocupa el hotel durante la semana, con un número de pernoctaciones no superior a tres.

Los **Canales de Comercialización** utilizados por el establecimiento hotelero son principalmente, web, prensa local y provincial, radio, y centrales de reservas.

Para finalizar nuestra visita el Sr. España pasó a enseñarnos su establecimiento. El hotel dispone de diez habitaciones, cada una dispone de una decoración diferente, y aluden a nombres de municipios de La Comarca de La Axarquía, se encuentran situadas en la primera planta del edificio, en la última planta, el hotel dispone de un mirador, desde el que se ofrecen unas vistas impresionantes. El Sr. España nos comentó que está aprobada la construcción de un complejo de 650 viviendas, que va a cambiar la fisonomía del lugar en gran medida, introduciendo modificaciones en el acceso de

carretera sin necesidad de tener que pasar por el municipio para acceder a su establecimiento hotelero.

El nombre del hotel tiene un significado muy peculiar. El cerro en el que se haya ubicado el establecimiento tenía forma de jaula, concretamente la forma que presenta es la jaula de una perdiz, ya desde antaño, desde la época de los árabes se decía esto.

El Sr. España se ocupa de la gestión del establecimiento hotelero desde Diciembre que es cuando ha pasado a tomar la concepción. El hotel apenas ha sufrido remodelaciones en lo que respecta a sus instalaciones, pero si ha habido un cambio en las funciones de gestión del hotel.

### Problemática del empresario;

- Necesidad de personal de hostelería, (para ello contábamos con la presencia de Antonio Garrido, Director de La Escuela De Hostelería del Castillo del Marqués ).
- Deficiente señalización turística comarcal, y falta de señalización de las rutas de senderismo establecidas.
- Carencia de actividades complementarias en el municipio y esto se hace extensivo al resto de La Comarca de La Axarquía.
- Se hace imprescindible independizar las estancias, el restaurante del hotel, de cara al ruido que representa un problema para los clientes alojados en el hotel.

La conversación de los asistentes se centro principalmente en la necesidad y cualificación del personal de restauración, el Sr. Antonio Garrido (Jefe de estudios de la Escuela de Hostelería Castillo de Marqués) ofreció la posibilidad de trabajar con estudiantes de su escuela, y realizar con los hoteleros de la Axarquía, rutas o cursos de gastronomía, también se invito a la cata lHotel Cerro la Jaula el próximo día y se abrió la posibilidad de realizar posteriormente algún curso de cata para los restaurantes interesados en el tema.

La siguiente parada de nuestro recorrido la efectuamos en **EL MOLINO SANTILLÁN.** Nos recibió el encargado del establecimiento el Sr. Alejandro Marchini, y tras realizar la presentación de todos los asistentes el Sr. Marchini pasó a enseñarnos las instalaciones de su establecimiento.

El Sr. Marchini nos comento que el hotel había sido sometido a un proceso de tres ampliaciones, la primera con la creación de los salones, la segunda un patio andaluz, y la tercera la torre con una gran suite y diez habitaciones mirando al mar. El hotel dispone hasta el momento de un total de 23 habitaciones, se quiere llegar a contar con una capacidad de 50 habitaciones, habitaciones que dispondrían de otras características, serían habitaciones pequeñas con jardín (a modo de pequeños pueblos andaluces ), debajo a modo subterráneo van dos plantas de 500 metros cuadrados, donde

se ubicará un **spa con un gimnasio**, en octubre esta previsto que estén finalizadas.

El establecimiento hotelero lleva diez años en funcionamiento, el nombre actual del establecimiento alude a un molino de aceite que se encuentra a unos 500m del actual establecimiento hotelero, en un principio su propietario pensó en rehabilitarlo, pero las labores de restauración del edificio resultaban económicamente más caras que acometer las obras de un hotel nuevo.

A continuación el Sr. Marchini pasó a enseñarnos las dependencias de la piscina, que cuenta con una pequeña zona destinada a bar donde poder tomar un tentempié, y una **pista de paddel** construida en cristal para no romper con la estética del lugar. La pista ha sido diseñada con medidas profesionales, para poder llevar a cabo pequeñas competiciones por parte de empresas, ejecutivos de ciudad etc. Se ha convertido en los últimos tiempos en una actividad muy demandada.

El establecimiento dispone de varios salones para celebraciones, concretamente 3 salones con chimenea y un patio para cenas, que en verano se acondiciona para paliar las altas temperaturas.

El hotel cuenta en la actualidad con la presencia de un **invernadero**, que abastece de especies arbóreas y vegetales al establecimiento, y que fue creado con la idea de organizar cursos, ha sido confeccionado en cristal para no romper la estética del entorno, esta siendo bastante dificultoso de poner en marcha, el establecimiento lleva un periodo de seis meses con este proyecto, los **talleres** que se organizan no sólo van dirigidos a los clientes que pernoctan en el hotel, sino a clientes que tan sólo hagan uso del restaurante, pudiendo así disfrutar además de una actividad añadida que el establecimiento ofrece. Junto al invernadero se están construyendo unas **viviendas de personal** que se pretende que estén finalizadas las obras antes de finales de año.



El **personal** con el que cuenta el hotel son 13 personas, 12 de manera estable, en temporada alta el numero se eleva a 16 ó 18 personas. Para celebraciones y eventos se tiene un equipo de 9 personas y 2 personas a media jornada. Para efectuar las labores de jardinería se cuenta con un equipo de 4 personas, en esta área de jardinería está previsto un proyecto de ampliación y acondicionamiento de exteriores.

La política del establecimiento en cuanto al equipo de trabajo es mantener una plantilla fija y una plantilla temporal normalmente de fuera de la provincia de Málaga, de ciudades como Madrid, Barcelona, e incluso Londres, se trataría de un personal bien cualificado que se alojaría en las viviendas de personal habilitadas para tal fin.

El establecimiento hotelero cuenta también con un **taller de madera, y otro de cerámica y forja**, que se utiliza para abastecimiento del hotel y también se quieren organizar en un futuro talleres para personas con problemas para su inserción laboral y social. El hotel dispone también de una huerta ecológica con su gallinero, cuyos productos son utilizados para el autoabastecimiento del establecimiento hotelero.

**Canales de comercialización.** Agencias Minoristas, Internet y Centrales de Reserva principalmente.

El **tipo de cliente** que visita el establecimiento es extranjero en su gran mayoría, principalmente belga, holandés, alemán e inglés, también les visita el turista nacional, pero en menor medida. La estancia media del cliente de este establecimiento hotelero es de 3 días aproximadamente. Porcentaje de ocupación, es de un 40% entre semana, y un 55% los fines de semana, su media de ocupación anual es de un 60 ó un 65%. El hotel cuenta con una estacionalidad mínima, más de fin de semana que de temporada. El establecimiento por tanto cuenta con 3 ó 4 meses más bajo en lo que respecta a la ocupación, que el hotel pretende paliar en breve con la **instalación del spa, organizando cursos dietéticos y todo tipo de tratamientos de salud de 4 ó 5 días de duración mínimo.**



**Situación Geográfica.** La información que el hotel ofrece al cliente sobre su situación es la siguiente: El hotel está situado a media hora del aeropuerto, a 30 minutos de la estación de tren, a 10 Km de Rincón de La Victoria, situado en La Axarquía Malagueña, concretamente en la Villa Histórica de Macharaviaya.

### Problemas planteados por su propietario;

- Necesidad de personal de hostelería cualificado.
- Falta definición de este tipo de hotel en la actualidad, no se sabe definir este tipo de producto, primero se les denominaba como Hoteles de campo, después pasaron a ostentar la categoría de casas rurales, posteriormente son denominados Hoteles con encanto, y en este momento toman la denominación de Hoteles Rurales. Es difícil comunicar el concepto, pues en estos momentos sus instalaciones están dotadas de todo tipo de comodidades para el cliente alojado en su establecimiento, como bañeras de hidromasaje, etc.
- Dificultades con el carril de acceso a su establecimiento, debido en su mayor parte a la construcción de un nuevo proyecto que ya está aprobado y se va a situar en las inmediaciones del hotel.
- Deficiente señalización turística del establecimiento, problemas con su ubicación, se lo ponen en el paseo marítimo de Rincón de La Victoria, a su propietario no le interesa esta ubicación..
- Demasiados requisitos para implantar cualquier sistema de calidad en su establecimiento. Las necesidades que presenta un establecimiento como este con un número de habitaciones no superior a 30 no ha sido debidamente estudiada hasta este momento.
- Recogida de residuos sólidos urbanos.

## 5. ESTRATEGIAS Y ACTUACIONES A DESARROLLAR

Una vez finalizada la visita por las instalaciones del establecimiento, pasamos a un salón habilitado para trabajar, el objetivo era establecer una mesa de trabajo donde trabajar sobre las Estrategias y Actuaciones a desarrollar en el Destino Axarquía, partiendo de la problemática y necesidades detectadas. Se le entrego a cada asistente un dossier para trabajar sobre ocho estrategias, en concreto;

- A. Promoción y Comercialización
- B. Actividades complementarias
- C. Tecnológicas
- D. Formación
- E. Infraestructuras
- F. Entorno Patrimonial
- G. Calidad
- H. Producto



En cada una de ellas se detallaban las diferentes problemáticas y necesidades detectadas en las entrevistas personales mantenidas con el empresario y en las rutas realizadas.



La metodología de trabajo seguida fue que en primer lugar el empresario trabajase individualmente sobre este cuaderno aportando soluciones para cada problemática concreta para después, realizar una puesta en común con todos los asistentes, sobre las estrategias y actuaciones propuestas con la finalidad de poder realizar un informe con Estrategias y Actuaciones Turísticas a Desarrollar en el destino AXARQUIA.

A continuación se detalla a modo de esquema las respuestas por parte del tejido empresarial sobre las ocho estrategias trabajadas;

## A. PROMOCION Y COMERCIALIZACION

### A.1 DESCONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

- Fomentar el asociacionismo entre el tejido empresarial
- Información sobre los Canales de Comercialización que existen
- Posibilidad de asistir a ferias
- Encuentros y reuniones con el fin de presentación de ofertas conjuntas
- Investigación de segmentos específicos y búsquedas del canal adecuado al caso
- Trabajo conjunto

### A.2 FALTA DE FUERZA EN LA NEGOCIACIÓN CON LOS TT.OO

- Centralizar las negociaciones
- Estadística de ocupación por zona con precios medios
- Visitas a los TT.OO, Centrales de reservas, Cadenas hoteleras
- Una vez desarrollado la marca “Axarquía Costa del Sol” el problema no será tan acusado
- Plan conjunto de acción (Central de reserva “Axarquía”)
- Jornadas informativas
- Cursos de Negociación
- Imagen de Marca (personal preparado)

### A.3 DEFICIENTE PROMOCIÓN CONJUNTA DE LA COMARCA DE LA Axarquía

- Crear una oficina/asociación que se dedique a una promoción conjunta
- Plan de promoción conjunta
- Unión en el tejido empresarial
- La promoción Conjunta debe ser guiada por un organismo, el cual el empresario confíe, y que busque soluciones a problemas que puedan tener establecimientos pequeños
- Folleto actualizado
- Web promocional de la Axarquía
- Ejecutar proyectos de promoción conjunta de destino (oferta y entorno) solo de contrastada calidad
- Más fuerza por parte de las oficinas de turismos y más trabajo especializado
- Unificar oferta, presupuesto y fuerza
- Sensibilizar al empresario en este sentido, facilitándole ayudas para promoción
- Organización de jornadas conjuntas (gastronómicas, cultural, turismo activo)

### A.4 CREACIÓN Y/O FORTALECIMIENTO DE LA MARCA “AXARQUIA, COSTA DEL SOL”

- Crear atractivos para identificar la Axarquía
- Lugar donde dirigirnos y que promocioe dicha marca
- Apoyo por parte de los ayuntamientos, más promoción
- Esfuerzo conjunto, unión del tejido empresarial de la comarca
- Asociación para ello
- Estándares de calidad
- Recopilación oferta cultural, natural
- Revalorización gastronómica y artesanal
- Publicidad genérica
- Las instituciones tienen que crear la marca, necesitamos sonar como Axarquía
- Sensibilizar al empresariado la necesidad e importancia de la marca
- Mayor presencia de la palabra Axarquía

### A.5 DESCONOCIMIENTO DE LAS ASOCIACIONES EXISTENTES

- Información con listado de empresas y asociaciones
- Las distintas asociaciones se deben dar a conocer con ideas claras para trabajar,
  - vender ayuda global a un proyecto y no subvenciones particulares a establecimientos
  - acercando la información y objetivos al empresario (estudio de campo) poner en conocimiento del sector los medios para acceder a ello
- ¿Existen?

### A.6 DESCONOCIMIENTO EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE LA OFERTA DEL DESTINO AXARQUÍA

- Encuentros del tejido empresarial
- Inventarización de los establecimientos de la comarca
- Reuniones, cursos conjuntos, rutas, Foro
- Programas de conocimiento mutuo
- Web integral del tejido empresarial de la Axarquía

## B. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

### B.1 CARENCIA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- Baja organización en actividades con una buena calidad
- Deberíamos tener la información de actividades por zonas
- Aportar entre todos el conocimiento de ellas a empresas que las realicen
- Las hay pero debería existir un nexo “ente promocional Axarquía” que nos ponga en contacto
- Apoyo e iniciativas a la creación de empresas de actividades complementarias
- Necesidad de una agencia que nos facilite esas actividades que con seguridad podamos ofrecer
- Aunar esfuerzos en realizar una oferta atractiva y diversa que satisfaga a los clientes
- Potenciar las que haya, crear nuevas
- Ayudar a las empresas regladas a organizar actividades

### B.2 OFERTA DE ACTIVIDADES NO REGLADAS

- No contactar con ellas y el tiempo dirá
- Mas control y regulación al respecto
- Informarles con el fin de que se regulen, animarles a ello
- Simplemente que no existan
- Acabar de forma legal con esta competencia desleal

### B.3 AUSENCIA DE RUTAS DE SENDERISMO ESTABLECIDAS

- Establecer documentación al respecto
- Creación de folletos o guías (hay más guías en extranjero de la zona que en español)
- Inventariar recursos y solicitar apoyo para su adecuación
- Mejorar la señalización existente
- Creación de folletos informativos por zonas a clientes
- Implicación del sector público y privado
- Recopilaciones y traducciones del trabajo existente, y ampliarlo
- Establecerlas, tipificarlas y señalarlas

## C .TEGNOLOGICAS

### C.1 PRECARIEDAD EN EL SISTEMA DE TELECOMUNICACIONES

- Presión a empresas de telecomunicaciones que amplíen la red y tengan un buen mantenimiento
- Mayor infraestructura
- Buscar nuevas formas adaptables a establecimiento con problemas en telecomunicaciones
- Información sobre posibles alternativas

### C.2 DEFICIENTE ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS POR PARTE DEL EMPRESARIADO TURÍSTICO

- Cursos formativos directos y especializados
- Crear subvenciones para adaptación a las nuevas tecnologías
- Formación como iniciativa del propio establecimiento con ayuda de asociaciones
- El problema a veces es la falta de preparación profesional al respecto
- El coste de adaptación es alto. Se podría crear una Pág. web de la Axarquía a la que estuviesen vinculados las web de los establecimientos que ya tuviesen su propia Pág. y para los que no tienen, un enlace con una Pág. web estándar de la Axarquía

## D.FORMACIÓN

### D.1 DEFICIENTE NIVEL FORMATIVO EN EL SECTOR

- Cursos de seguimiento y reciclaje para profesionales de sector
- Cursos de especialización
- Evitar que la formación en practica sea un mero recurso para ahorrarse costes (aprovechar la oportunidad de formar)
- Sería interesante potenciar en establecimientos hoteleros y de restauración de la zona cursos como (repcionista, gobernanta, camarera de piso.....)
- Ayudas para dar cursos de formación y especialización a los trabajadores o facilidades para optar a ellos.

### D.2 DESCONOCIMIENTO DEL EMPRESARIADO DE LAS LINEAS DE AYUDAS Y SUBVENCIONES AL SECTOR

- Que las asociaciones nos tengan informados de ayudas y subvenciones que vayan saliendo
- Envío de dicha información al empresario (ayudas, subvenciones, cursos..)
- Información y canalización a través de organismos
- Jornadas informativas de donde acudir, gestión, baremos etc.
- Difundir los canales de ayudas ¿donde acudir?

### D.3 DEFICIENTE PROFESIONALIDAD EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

- Formación (camareros, pinches)
- El problema es que hoy en día obtienen titulación todo el mundo a veces sin estar preparado
- Fomentar cursos de reciclaje para el personal
- Hay que buscar una calidad a la hora de contratar
- Permitir que los trabajadores se reciclen y promocionen, facilitar asistencia a cursos formativos
- Crear una empresa de calificación, reciclaje, adaptación a nuevos hábitos, atención a cliente, protocolo de actuación
- Impulsar convenio de colaboración con las escuelas de gastronomía, realizando cursos de formación conjuntos con ellos en nuestros establecimientos

## E .INFRAESTRUCTURA

### E.1 AUSENCIA DE UNA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA HOMOGÉNEA (VIAL, DE ESTABLECIMIENTOS, RECURSOS...ETC)

- Presionar organismos pertinentes (Ayuntamiento, Diputación, Junta de Andalucía, Ceder...)
- Trabajar en común empresas y organismos
- Ampliar la información existente y homogeneizarla siempre controladamente

### E.2 ESTADO DEFICIENTE DE LA RED DE CARRETERAS DE LA COMARCA

- Presión sobre los organismos pertinentes (diputación, junta de Andalucía)
- Hay que denunciar y quejarse del mal estado de la red (única vía de actuación los organismos públicos)
- Inventariar por orden preferente las actuaciones necesarias
- Profundizar en algunas zonas y valorar el problema

### E.3 AUMENTOS DE LA OFERTA ILEGAL DE ALOJAMIENTOS

- Hay que animar a legalizarse
- Concienciación / denunciar
- Hay que controlar este problema inmediatamente
- Revisar y hacer seguimientos de los no reglados y no tanto seguimiento a los reglados (para cubrir expedientes)

## F. ENTORNO PATRIMONIAL

### F.1 DESAPARICIÓN PROGRESIVA DE LAS EMPRESAS TRADICIONALES ( PRODUCTOS ALIMENTICIOS, ARTESANIA...ETC )

- Promocionar los productos tradicionales a través de los establecimientos hoteleros y de restauración
- Ayuda en promoción y comercialización a los artesanos
- Incentivar el seguimiento en el mercado, de empresas tradicionales
- Facilitar información al empresariado de la ubicación de empresas agroalimentarias y artesanales de la comarca
- Cursos de adaptación a los nuevos canales de comercialización para este tipo de empresas

## F.2 DESCONOCIMIENTO DE LA OFERTA PATRIMONIAL DE LA AXARQUÍA

- Crear folletos informativos
- Pedir información a las oficinas de turismo y realización de jornadas informativas por su parte
- Convencimiento por parte de la entidad municipal de que este tipo de recursos se pueden poner en valor y formar parte del desarrollo turístico de la zona
- Promoción más información

## F.3 DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES

- Unificar
- Promoción
- Deficiencia en la gestión y baja calidad a causa de aparición de las empresas ilegales
- Promoción más información

## F.4 DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES

- Ponerlos en valor y que puedan ser visitados respetuosamente
- Una vez que se conozcan, promocionarlos
- Falta de coordinación entre distintas Concejalías y Oficinas de Turismo. No existe precedente de visitas guiadas pero tampoco están abiertos a reconocerlo y establecer nuevas iniciativas
- Información más promoción más organización

## G.CALIDAD

### G.1 ESCASA CALIDAD DEL DESTINO, Y ESPECIALMENTE EN ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

- Concienciación
- Certificaciones de calidad
- La calidad esta marcada por cada establecimiento de acuerdo a sus posibilidades y necesidades. No se puede pedir calidad llamándola “ISO”, la calidad no se mide.
- Concienciación ciudadana, ya que deberíamos ser los habitantes del municipio los más interesados al respecto.

## H.PRODUCTO

### H.1 NECESIDAD DE ADAPTARSE A LAS NUEVAS TENDENCIAS DE LA DEMANDA

→ Cursos de reciclaje e informativos al respecto

### H.2 MASIFICACIÓN URBANÍSTICA Y CONSTRUCCIONES NO ADECUADAS AL ENTORNO

→ Concienciar a los ayuntamientos

### H.3 DEFICIENTE ACCESIBILIDAD A LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS POR PARTE DE DISCAPACITADOS

→ Animar, concienciar e informar sobre medidas de adaptación

### H.4 PÉRDIDA DE LA GASTRONOMIA TRADICIONAL

→ Promoción de los platos autóctonos

→ Animar a los establecimientos de la importancia de mantener las raíces y utilizar productos autóctonos de la zona.



Finalizada la jornada de trabajo, se ofreció un almuerzo en uno de los restaurantes del hotel, donde pudimos disfrutar y relajarnos después del intenso día de trabajo.

## 1. ITINERARIO

<b>RUTA 4</b>	<b>JUEVES 16 DE JUNIO</b>
EL BORGE	Posada del Bandolero
RIOGORDO	Hospedería Retamar

## 2. VISITAS TECNICAS

### POSADA DEL BANDOLERO (Hotel 1\*)

- Persona de Contacto: Concepción Vallejp
- Teléfono : 952 51 94 50
- E-mail: [posadadelbandolero@hotmail.com](mailto:posadadelbandolero@hotmail.com)

### HOSPEDERÍA RETAMAR (Hotel de Campo 2\*)

- Persona de Contacto: Angel Sánchez / Angeles Vargas
- Teléfono : 952 03 12 25
- Móvil: 645 99 47 87

### 3. ASISTENTES RUTA

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Hotel Almazara	Frigiliana	José A.Armijo	952534212	<a href="mailto:info@hotelruralalmazara.com">info@hotelruralalmazara.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Hotel Humaina	Colmenar	Juan Mª Luna	952641025	<a href="mailto:info@hotelhumaina.es">info@hotelhumaina.es</a>
Alojamientos Huetor	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshuetor.com">info@alojamientoshuetor.com</a>
Proamar	Vélez	J.Alberto Berenguer	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villagrigiliana@ihmhotels.com">villagrigiliana@ihmhotels.com</a>
Husa Mainake	Torre del Mar	Mª Jesús Cestero	952547246	<a href="mailto:mainake@husa.es">mainake@husa.es</a>
Torre del Mar	Torre del Mar	Elena Sanchís	952547057	<a href="mailto:comercial@hoteltorremar.com">comercial@hoteltorremar.com</a>

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Isabel Ruíz	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiadelsol.org">apta@axarquiadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero	952381700	<a href="mailto:info@aeocos.org">info@aeocos.org</a>
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
NATURES	ROSA		
SOPDE	Eugenio Sepúlveda MªBelén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

## PONENTES

**DÑA. SARA SÁNCHEZ RIVAS**

*Diputada del Área de Recursos e  
Iniciativas Locales*

**D.RAFAEL SALAS GALLEGO**

*Jefe de Servicios de la Delegación  
Provincial de la Conserjería de Turismo*

## 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

A las 10.00 a.m estaba estipulada la salida de la ruta 4, a continuación detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se efectuaron.

La primera parada técnica tuvo lugar en **POSADA DEL BANDOLERO** situada en el municipio del Borge, municipio perteneciente a la Ruta de La Pasa. Allí nos atendió la encargada del establecimiento la Sra. Concepción Vallejo. Se hizo una breve presentación de todos los asistentes, y a continuación la Sra. Vallejo efectuó una breve descripción de su establecimiento.



El nombre del establecimiento alude al famoso bandolero Luis Muñoz, más conocido como El bizco del Borge que se cree que nació en la casa donde actualmente se ubica esta posada. Es de destacar la edición de un fascículo quincenal que relata la trayectoria vital del Bizco del Borge (iniciativa del Ayuntamiento del El Borge).

El inmueble ocupa una parcela de 300m distribuidos en dos plantas. En la planta baja se dispone de un pozo árabe ubicado en el patio, y la piedra del antiguo molino de la antigua almazara que se ha conservado como elemento decorativo, en la misma planta baja se ubican las dependencias del bar, y también existe un restaurante decorado con elementos que aluden al origen de La Posada, elementos que se remiten al bandolerismo, tales como fotografías distribuidas por todo el local que supone conocer de una manera breve la evolución del bandolerismo en toda Andalucía y particularmente en la Comarca de La Axarquía y concretamente en el municipio del El Borge donde se ubica el establecimiento, también disponen de una terraza abierta que desempeña las funciones de Bar - Restaurante, que en breve va a sufrir remodelaciones, se pretende cerrar esta estancia para así poder introducir en

sus dependencias aire acondicionado y poder utilizarla en verano, algo que resulta en estos momentos prácticamente inviable.

El restaurante del establecimiento ofrece una amplia carta basada en productos autóctonos y tradicionales, destacando sus postres caseros y como especialidad de la casa el chivo al horno, aunque el restaurante ofrece otras muchas especialidades dignas de ser degustadas.

Como nota a destacar en su restaurante, es la utilización en la preparación de sus platos de productos cultivados en su propia huerta.

En la primera planta se distribuyen las habitaciones, un total de 6 habitaciones, cada habitación lleva asignado un nombre que pertenece a cada uno de los miembros de la partida del famoso bandolero Luis Muñoz, El Bizco. Destaca la decoración que presentan cada una de sus habitaciones cuidada al mínimo detalle, con muebles antiguos restaurados, algunos de ellos con una antigüedad superior a los 100 años.

El régimen de propiedad que presenta en la actualidad el establecimiento es una concesión, perteneciendo su propiedad al Ayuntamiento.

**Canales de comercialización:** El establecimiento no dispone en la actualidad de canales de comercialización, tan sólo utiliza algunos **Canales de promoción** tales como su propia página web, medios como radio y prensa utilizados de manera puntual, el boca a boca, representación a través de algunas ferias locales, y es de destacar su intermediación con Agencias de Viajes para la organización de comidas en su restaurante. El **Tipo de cliente** que visita el establecimiento es Turista Nacional, turista de paso, sobre todo provincial, es un turista en su gran mayoría nacional (sobre todo el de fin de semana ). Su **Porcentaje de ocupación** es de aproximadamente un 40% durante la semana, convirtiéndose en 100% el fin de semana.

#### **Problemas planteados por su propietaria**

- Asesoramiento técnico. (Información referente a ayudas, subvenciones).
- Carencia de actividades complementarias en el municipio, y en la Comarca.
- información de La Comarca, tales como folletos, mapas, etc.
- Búsqueda de nuevos canales de comercialización.
- Información y asesoramiento técnico para la organización de cursos de restauración en las dependencias de su establecimiento.

Tras la visita por el establecimiento, el cual nos pareció muy acogedor y sobre todo original, su propietaria nos invito a un típico desayuno de la comarca (Pan tostado, aceite de oliva, tomate y bacalao) que hizo el deleite de todos los asistentes.



La siguiente y ultima parada en nuestro recorrido la realizamos en el municipio de Riogordo, municipio perteneciente a La Ruta del Aceite y Los Montes donde se ubica **HOSPEDERÍA RETAMAR** un hotel de 2 estrellas. Nos atendió su propietario el Sr. Angel Sánchez quién nos efectuó una presentación de su establecimiento pasando a enseñarnos las dependencias del hotel.

Se trata de un inmueble familiar restaurado. Inaugurado en 1998. Es un típico cortijo andaluz. Se trata de un negocio familiar. El establecimiento se distribuye en dos plantas. En la planta baja se ubica la recepción, un pequeño bar-Cafetería, y el restaurante con tres zonas claramente delimitadas **El Saladero, El Rincón y El Tinaillo**. En la primera planta se ubica un amplio salón con chimenea utilizado para bodas y grandes celebraciones, así como salón social para eventos y reuniones. Como nota peculiar, el hotel dispone de **capilla propia**.



La cocina que ofrece su restaurante es una cocina tradicional basada en platos autóctonos, como nota a destacar del establecimiento es que dispone de huerto propio donde cosechan sus propias hortalizas, y también árboles frutales, disponiendo además de un gallinero propio, hacer mención que el establecimiento reutiliza el aceite usado y le emplea para hacer jabón.

El hotel dispone de 11 habitaciones distribuidas a nivel del suelo ubicadas alrededor de un patio central que hacia antaño las funciones de abrevadero para los animales. Cada habitación está construida a dos niveles aprovechando los techos altos del inmueble. Es de destacar la cuidada y exquisita decoración que ofrece el hotel, empleando utensilios y objetos pertenecientes a los miembros de la saga familiar que regenta el establecimiento. El hotel también dispone de piscina, de reciente inauguración.

**Canales de Comercialización** - Touroperadores extranjeros mayoritariamente y como **Canales de Promoción** - Tarjetas, Periódicos locales (Diario Sur), diversos portales turísticos tales como (Andalucía. com) y revistas, aunque este último medio todavía no está concertado. El **Tipo de Cliente** que visita el hotel es un turista extranjero mayoritariamente, de una edad media - alta y un nivel adquisitivo alto que busca tranquilidad.

#### Problemas planteados por su propietario;

- Dificultades con el carril de acceso a su establecimiento, se han efectuado hasta el momento labores de ensanchamiento, pero quedan pendientes las funciones de asfaltado.
- Deficiente señalización turística del establecimiento, problemas con su ubicación, la señalización actual conlleva a errores y el cliente tiene dificultades para llegar al establecimiento.
- Recogida de residuos sólidos urbanos.
- Deficientes servicios de telecomunicaciones, el hotel no dispone de Internet, ni de red telefónica en sus dependencias.
- Carencia de información sobre La Comarca de La Axarquía, ( Mapas, folletos, etc. )
- Asesoramiento Técnico ( Ayudas, subvenciones, etc. )



El Sr. Sánchez propietario del establecimiento destacó la necesidad de una promoción conjunta de la Axarquía y la creación de una web integral vinculada a la pagina de cada establecimiento.

Aprovechando esta ruta cuatro se vio apropiado realizar la presentación del futuro Plan de Dinamización Turística De la Comarca de La Axarquía al sector empresarial de La Comarca, para lo cual se contó con la presencia de La Diputada del Área De Recursos e Iniciativas Locales de La Diputación Provincial de Málaga la Sra. Dña. Sara Sánchez Rivas y de D. Rafael Salas Gallego Jefe de Servicios de La Delegación Provincial de La Conserjería de Turismo, además de técnicos de Sopde y Ceder responsables de proyectos vinculados al Plan de Dinamización.

#### 4. PRESENTACIÓN AL TEJIDO EMPRESARIAL DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMARCA DE LA AXARQUÍA

A la 13.00 p.m hora prevista en la Planificación del día, dio comienzo la presentación del acto, a continuación pasamos a detallar las diferentes exposiciones

##### ➤ **EXPOSICIÓN DEL GERENTE DE CEDER AXARQUÍA ( D. DAVID CAMACHO)**

Comenzó la presentación introduciendo el proyecto que actualmente nos ocupa “ASISTENCIA TÉCNICA AL SECTOR TURÍSTICO FAVORECIENDO SU ARTICULACIÓN SOCIAL Y EMPRESARIAL E IDENTIFICANDO NECESIDADES DEL MISMO” en La Comarca De La Axarquía, como parte del mismo se están desarrollando estas rutas de conocimiento empresarial con una doble finalidad, por un lado, dar a conocer la Comarca de La Axarquía y establecer una sinergia de comunicación entre los distintos empresarios turísticos de la Comarca, para establecer lazos entre ellos, y por otro lado, identificar la problemática de cada uno de ellos de cara a establecer posibles líneas de actuación a seguir. Continuó argumentando que la asistencia a las rutas ha sido totalmente voluntaria habiendo empresarios que se han inscrito a una u otra dependiendo de sus necesidades personales en cada momento. Para la actual ruta cuatro se había tenido en consideración en la línea de las anteriores dar a conocer esta parte de la comarca que aún no se había visitado y poder establecer lazos con las distintas administraciones y para ello se contó con la presencia de representantes y técnicos concedores del sector turístico que paso a presentar;

- La Diputada del Área de Recursos e iniciativas Locales Dña. Sara Sánchez Rivas que hablaría sobre El Plan De Dinamización Turística en la Comarca de la Axarquía
- El Jefe de Servicios de La Delegación Provincial de la Conserjería de turismo, para hablar sobre futuros proyectos que conciernen al sector D.Rafael Salas Gallego

- *El Técnico de Sopde* el *Sr. Eugenio Sepúlveda* que presentaría un proyecto de Implementación de Web para el Ceder Axarquía
- *El Técnico de Ceder* la *Srta. Rosa Delgado* que efectuaría la presentación de un nuevo proyecto del Grupo de Cooperación Natures sobre el tema de Calidad Turística.

➤ **EXPOSICIÓN DE LA DIPUTADA DE RECURSOS E INICIATIVAS LOCALES ( DÑA. SARA SÁNCHEZ RIVAS)**

Comenzó agradeciendo su invitación al acto, y pasó a efectuar su presentación aludiendo a su trayectoria profesional, la cual ha transcurrido en su mayor parte en La Comarca de La Axarquía, es aquí donde empezó a detectar problemas de coordinación entre las distintas administraciones que tenían o no tenían competencias en temas de turismo pero las ejercían, junto con una serie de instituciones que no se ponían de acuerdo y que realizaban actuaciones similares desde distintos frentes coincidiendo en los mismos lugares de encuentro.

La primera oportunidad que le surge para poder contactar con los distintos organismos e instituciones, es cuando pasa a ocupar el puesto de Diputada de Recursos e Iniciativas Locales en La Diputación Provincial de Málaga, con la idea de asentar las bases de trabajo y consensuar algunas acciones logra dialogar con La Junta de Andalucía, El patronato de Turismo, Grupos de Desarrollo y Consorcios, ya que tanto unas instituciones como otras estaban actuando en temas de Turismo, y ninguna de ellas excepto La Junta de Andalucía y El Patronato de Turismo disponían de suficientes recursos para acometer medidas sobre todo en el interior de la provincia de Málaga. Es por lo que se hacia necesario canalizar los recursos y trabajar todos en una misma dirección.

En el área de Recursos e Iniciativas Locales se había iniciado El plan de Dinamización de La Sierra de Las Nieves, plan que sirvió para plantear la posibilidad de realizar más proyectos de este tipo en la provincia de Málaga. La Diputada argumento al respecto que este tipo de proyectos es vital en el desarrollo de una comarca siempre que la filosofía real de ese plan se pueda ejecutar, consiste en dinamizar la zona en el territorio concreto en el que se actué, movilizand o todos los recursos vengan de donde vengan, en la dirección que el territorio decida, es en este punto donde La



Sr. Rivas hace hincapié a la Junta de Andalucía alegando que si no se da un paso más, se puede embellecerse la zona, pero no se acabará de despegar turísticamente, la Comarca de la Axarquía es un ejemplo de esta situación.

En La Comarca de La Axarquía se han acometido muchas acciones en el proceso de los últimos 20 años, la comarca ha sufrido una transformación considerable como ejemplo podemos destacar la inexistencia de plazas de alojamiento en el interior de La Comarca de La Axarquía, ahora hay un número considerable, se carecían de bares y ahora todos los municipios disponen de ellos, todo esto son aportaciones en tema turístico. También se ha realizado un importante trabajo de promoción por parte de Ceder Axarquía ( Centro de Desarrollo Rural de La Axarquía ), Apta (Asociación para La Promoción Turística de La Axarquía ), Patronato de Turismo y Junta de Andalucía, en resumen se han acometido muchas acciones, sin embargo a pesar de ello no existe aún un producto turístico que defina La Comarca, un producto que permita poder ofrecer una oferta singular y diferente que sirva a los objetivos propuestos.

El Área de Recursos e Iniciativas Locales sigue creyendo que en La Comarca De La Axarquía se pueden compatibilizar Turismo, Agricultura, Cultura y Medio Ambiente, se sigue pensando que La Comarca De La Axarquía se encuentra preparada para poder ofertar un producto singular, un producto amplio que sea capaz de satisfacer las demandas que vayan surgiendo en el mercado, pero a eso aún no se ha llegado, se han invertido muchos esfuerzos, se han realizado muchas acciones, se ha acometido un esfuerzo enorme por parte de los privados, se ha puesto en marcha toda la maquinaria pero el proceso es muy lento, y para el empresario es muy problemático pues tiene que rentabilizar su inversión y en muchos casos los establecimientos tienen que echar el cierre como última medida.

El planteamiento que ha propuesto la Sr. Rivas a La Junta de Andalucía es que se efectúe una revisión del Plan de Dinamización, que este se oriente al tema de producto, que se den opciones a posteriori para seguir trabajando con otras líneas de subvención de La Junta de Andalucía en el tema específico de la Comercialización.

Diputación Provincial es una administración que se mantiene muy cercana a los Ayuntamientos, por lo que no sólo conoce el territorio, sino que todas las acciones que acomete las referencia al él y también al empresariado. El Área de Recursos e Iniciativas Locales defiende que el empresariado es parte fundamental en Los Planes de Dinamización, aunque no invierta directamente en la financiación del mismo, pero ayuda a establecer las directrices para desarrollar una zona y un producto determinado. Si hay oportunidades el empresario invertirá en su negocio y aportará con ello la infraestructura necesaria para desarrollar un producto turístico en ese destino que se está desarrollando entre todos, es por ese

motivo por lo que existe en la Comisión de seguimiento de los Planes de Dinamización una representación empresarial.

La Sra. Rivas, Diputada del Área de Recursos e Iniciativas Locales viendo que había posibilidades de entendimiento con La Junta de Andalucía, solicita a su área que realice un proyecto para presentar y argumentar la realización de un Plan de Dinamización en Guadalteba, y un Plan de Dinamización en La Axarquía, para ello cuenta con el trabajo previo que se ha efectuado por parte de Sopde ( Sociedad para La Planificación y Desarrollo S.A), y de los grupos de desarrollo de ambas zonas.

En la actualidad ya está aceptado El plan de Dinamización de Guadalteba, se está trabajando actualmente para formalizar la primera anualidad. Los Planes de Dinamización tienen una duración de 4 años de financiación y 5 años de ejecución. También ha sido presentado en La Junta de Andalucía con respecto al Plan de Dinamización de La Comarca de La Axarquía un primer documento en el que quedan reflejadas las necesidades y un segundo documento donde se señalan las medidas a adoptar presentado por El Ministro y El consejero de Turismo en Málaga, en estos momentos tan sólo resta asignarle una puntuación y una consignación presupuestaria. Se espera que el año próximo sea aprobado, a tal efecto la Sra. Rivas puso sobre la mesa a disposición de la persona que lo solicitase el primer documento en papel y en disquete. Ha sido también presentado ya el segundo documento, que en estos momentos está siendo evaluado en La Junta de Andalucía..

La Sr. Rivas apuntó a las posibles diferencias existentes entre el Plan de Dinamización de Guadalteba y de La Axarquía con respecto al plan de Dinamización de La Sierra de Las Nieves, por un lado, en estos dos nuevos planes se va a trabajar conjuntamente con Ayuntamientos y empresarios en el territorio de actuación, se ejecutarán reuniones periódicas con técnicos y políticos para establecer un diagnostico previo sobre las actuaciones a acometer, por otro lado, los nuevos Planes de Dinamización se va visualizar desde una línea de actuación global, que ha sido uno de los errores observado en El Plan de Dinamización de La Sierra de Las Nieves, centralizando todo la responsabilidad en los Ayuntamientos.

La filosofía del Plan de Dinamización es decidir entre todo el grupo de representación (sector público, privado y empresariado) las acciones a ejecutar, que tengan como finalidad beneficiar al entorno asignado, estableciendo el criterio que corresponda en cada momento, además todas las acciones que se acometan hay que ponerlas en valor. Se trata de establecer una sola voz, para ello la Sr. Rivas invitó al sector empresarial a crear una organización interna. Como miembros de La Comisión de Seguimiento además de los grupos señalados anteriormente, formarían parte también de esta Comisión de Seguimiento, Ceder Axarquía (Grupo de desarrollo Rural), Apta ( Asociación para la Promoción Turística de La Axarquía), y por supuesto como mencionábamos anteriormente sería conveniente establecer una

representación única que represente a todo el sector turístico de La Comarca de La Axarquía.

Otro punto mencionado por La Diputada de Recursos e Iniciativas Locales es la existencia de muchos documentos en los que La Comarca de La Axarquía aparece configurada por un total de 27 municipios, por supuesto La Comarca de La Axarquía la conforman 31 municipios, pero esta denominación de La Comarca de La Axarquía formada por 27 municipios, se debe única y exclusivamente a que los Planes de Dinamización no se ejecutaran en el litoral, no se van a efectuar acciones directas en el litoral pero si acciones de carácter indirecto como ejemplo el tema de señalización ya que el litoral interesa como entrada, como captación, y como posible comercialización del producto que se quiere vender.

La Comarca de La Axarquía a este respecto es una comarca en el que las vinculaciones existentes en el territorio, entre el litoral y el interior son muy notorias, hay pueblos del interior que distan del litoral tan sólo 15 minutos, estableciéndose en muchos casos la distancia máxima en 25 minutos, lo cual es una singularidad que presenta la Comarca de La Axarquía y que por supuesto debe ser tenida en cuenta.. Lo importante es el objetivo final, y hay que visionar el Plan de Dinamización como una globalidad con unos objetivos concretos que habrá que ejecutarlos donde estratégicamente convenga.

La Diputada habló de otros proyectos que se están llevando a cabo en su Área de Recursos e Iniciativas Locales, destacando de manera especial La obtención de La Certificación de Calidad. La Junta de Andalucía va a destinar una inversión importante en este aspecto y la Sr. Rivas invitó a los empresarios existentes a la ruta a participar en este tema, pues ella entiende que la Calidad es uno de los temas clave que pueden distinguir al destino turístico de La Comarca de La Axarquía de otros destinos turísticos.

## TURNO DE PREGUNTAS

⇒ ¿Cuál ha sido la financiación solicitada para El Plan De Dinamización de La Comarca de La Axarquía?

Se estima que el dinero que se reciba esté en torno a los 3 millones de euros, pero la Sr. Rivas ha iniciado conversaciones con La Junta de Andalucía para iniciar otras líneas de subvención en tema de producto y comercialización, que se llevarían a cabo en el inicio del Plan de Dinamización , o bien, cuando ya se hayan efectuado un par de anualidades.

⇒ ¿ Por qué no se realizan acciones en el litoral?

El litoral de la Axarquía ya ha tenido un plan de Excelencia. Los Planes de Dinamización sólo se ejecutan con destinos emergentes. Se trata de

desarrollar de modo estratégico aquellos productos de interior que respondan a los recursos endógenos de La Comarca de La Axarquía tanto en el ámbito de naturaleza como de Cultura del Interior, y acometer el proceso de comercialización donde sea oportuno, para ello se ubicarán algunas actuaciones donde estratégicamente convenga viéndose favorecido también el litoral.

⇒ ¿ Dentro de esas acciones estratégicas que lugar ocupa La Restauración del Patrimonio?

El Plan de Dinamización no va a destinar ningún tipo de inversión a la Restauración del Patrimonio, este tema es competencia de Cultura. Los Planes de Dinamización se centrarán en labores de acondicionamiento de acceso a los recursos, mejora del entorno, aunque sin olvidar que es un tema que singulariza al Destino turístico, por lo que habrá que tenerlo en cuenta. Otro problema que se plantea con el patrimonio es el acceso a los recursos, en muchos casos permanecen cerrados, o no está fijado un horario de apertura. Una de las exigencias que se les plantea a las tres administraciones, Gobierno Central, Gobierno Autonómico y Diputación Provincial es la puesta en valor de los recursos.

⇒ ¿ Quién decide en El plan de Dinamización ?

Básicamente en el tema de actuaciones, tiene decisión La Comisión de Seguimiento, en la que intervienen dos representantes del Gobierno Central, dos representantes del Gobierno autonómico, dos representantes de Diputación provincial, dos representantes del empresariado ( Grupos de Desarrollo, empresarios) .Las inversiones que se efectúen no van a ir dirigidas al empresariado, sino a la creación de un producto, un tipo de infraestructura que favorezca la valorización del Producto Turístico de La Axarquía.. La idea es realizar reuniones conjuntas con Los Ayuntamientos, con los empresarios, que nos transmitan sus necesidades y sus ideas.

➤ **EXPOSICIÓN DEL JEFE DE SERVICIOS DE LA DELEGACIÓN PROVINCIAL DE LA CONSERJERÍA DE TURISMO (D. RAFAEL SALAS GALLEGO )**

El Sr. Salas se reafirmó en todo lo expuesto por la Sr. Rivas y tan solo quiso aportar algunas matizaciones a la intervención de la Diputada de Recursos e Iniciativas Locales, quiso subrayar al respecto, que El Plan de Dinamización es un Plan Estratégico en el que se marcan las prioridades, los objetivos, las actuaciones que probablemente afectan a una comarca, a una zona, que es la que se piensa dinamizar, paralelamente a esos objetivos

existen otras líneas de subvenciones, otras líneas de apoyo para incidir en aspectos parciales dentro de ese plan, que puede ser desde reformar un establecimiento hasta arreglar un camino, recuperar una vieja ermita para hacerla visitable (por supuesto excluyendo la rehabilitación), hasta hacer un plan de calidad incluso financiando íntegramente una certificación de calidad.

En definitiva se trata de aunar objetivos y esfuerzos para caminar en una misma dirección. Existen en estos momentos 9 **ordenes de subvenciones**;

- Entre ellas una orden de ayuda al empresario en el tema de infraestructura turística. Esta orden entrará en vigor en Enero, aunque La Conserjería de Turismo pretende ampliar el plazo, los objetivos prioritarios de esta orden son La reforma y modernización de establecimientos turísticos, creación de nuevos productos turísticos, comercialización, promoción, en resumen cualquier actuación que se acometa en el ámbito empresarial.
- Existen también otras ordenes de subvención destinadas a ser gestionadas por las corporaciones locales que cubren el 88% de la actuación a acometer por el sector empresarial. Entre las acciones a acometer por estas ordenes se encuentran el embellecimiento y acceso a elementos turísticos, estas acciones se tramitarán a través de Los ayuntamientos .
- Está pendiente de salir en estos momentos una orden de formación .
- En el tema de Calidad existen dos ordenes, una para que se haga difusión de la importancia que representa la marca de calidad, y otra que irá dirigida a la implantación del sistema de calidad, que constará el proceso de dos pasos, por un lado la consultoría para la que se establecerá una cantidad de dinero en orden de subvención, y el segundo paso será el de la auditoría en el que entrará a formar parte el ICTE ( Instituto para la Calidad Turística española).

A continuación se pasó a hablar del **RAT** ( Registro de actividades Turísticas ). El Jefe de Servicios de La Delegación Provincial de Turismo destacó el requisito fundamental para la posterior inscripción en El Registro de Actividades Turísticas y esa condición imprescindible es La Prestación de Servicios Turísticos ( tales como dispensar servicio de desayuno, toallas, etc. ). El alquiler de una casa nada tiene que ver con esta actividad y pasaría a depender única y exclusivamente de La Ley de Arrendamiento Urbano. Después se inició un intenso debate sobre el tema de **La Clandestinidad** en el tema de los Alojamientos, principalmente referido a las casas rurales estableciendo lo que podríamos denominar como auténticas Agencias de Viajes Clandestinas. El delegado aludió a la preocupación mantenida sobre este tema por parte de La Conserjería de Turismo, describiendo seguidamente el funcionamiento de trabajo ejercido por los 6 inspectores asignados por La

Conserjería hasta este momento, ampliable en fechas próximas a 3 más, este número de inspectores resulta insuficiente a la hora de trabajar en el tema de la ilegalidad a nivel alojativo y es por lo que pidió la colaboración del empresario a la hora de denunciar las irregularidades mantenidas en el sector de alojamientos, siendo una colaboración en la que la identidad del denunciador se mantendría oculta en todo momento.

➤ **EXPOSICIÓN DEL TÉCNICO DE SOPDE S.A ( SOCIEDAD PARA LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO ) D. EUGENIO SEPÚLVEDA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE WEB PARA EL CEDER AXARQUÍA.**

El Sr. Eugenio Sepúlveda empezó contando que a propósito de la Implementación de web para el Ceder Axarquía ( Centro de Desarrollo Rural de La Axarquía ), el Departamento de Informática de Sopde S.A ( Sociedad para La Planificación y Desarrollo ) había mantenido una reunión previa con el Sr. David Camacho como Gerente de Ceder Axarquía y de esta reunión salieron dos posibles propuestas para la implementación de la web, y a continuación se entregó el dossier que contenía tales propuestas al sector empresarial convocado para la Ruta de Conocimiento del sector empresarial y de La Comarca de La Axarquía, para que en el plazo de una semana se tramitasen de modo individual, las sugerencias, modificaciones, vía E- mail a la dirección de Correo Electrónico de Sopde S. A.

La idea siguió argumentando el Sr. Sepúlveda es la unificación de páginas con enlace, del inventario desarrollado, y una opción sería la de establecer un link de acceso restringido a usuarios, o bien de enlace a una línea de comunicación ( Subvenciones, jornadas), que sea un foro que os pueda servir de utilidad, eso supliría las carencias que se han detectado a la hora de centralizar la información sobre ayudas, subvenciones, jornadas, desde el punto de vista empresarial.

Entonces a tal fin se plantea una primera opción que sería el establecimiento de un foro restringido, para lo que se necesitaría un acceso permanente a Internet, también este sistema permitiría en un momento determinado crear un E-Mail a todo el conjunto de empresarios comunicando el aspecto que consideraseis interesante, la segunda opción sería la de establecer simplemente un enlace para que a través de él se tuviese acceso a las ayudas, subvenciones específicas. Esta sería la estructura general de la página que habría que definir.

A continuación el Gerente de Ceder Axarquía invitó al personal asistente en la presente convocatoria a la asistencia de la implementación del sistema wifi en el Ayuntamiento de La Viñuela, realizado por Telefónica Comunicaciones, en el municipio de La Viñuela a partir de una conexión ADSL, se ha radiado a través de wifi, aportando cobertura a las pedanías, a las urbanizaciones, hoteles, etc. del mencionado municipio. El Ayuntamiento será el administrador de este sistema.

➤ ***EXPOSICIÓN DEL TÉCNICO DEL CEDER AXARQUÍA ( CENTRO DE DESARROLLO RURAL DE LA AXARQUÍA ), LA STA. ROSA DELGADO, SOBRE EL PROYECTO DE MEJORA DE LA CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMARCA DE LA AXARQUÍA.***

La Srta. Delgado comenzó su intervención presentando el proyecto que El Ceder Axarquía está realizando y que se suma a la iniciativa propuesta por parte de Sopde S.A con respecto al Desarrollo Turístico de La Comarca De La Axarquía. El proyecto se denomina Mejora De La Calidad De La Oferta Turística, y es una de las líneas de actuación que está efectuando El Grupo De Cooperación Natures ( Entidad integrada por 11 Grupos de Desarrollo Rural de un conjunto de territorios andaluces, entre los que se encuentra La UTE ( Unidad temporal de Empleo) de La Comarca de La Axarquía, siendo dicha comarca el único representante malagueño existente en la provincia de Málaga.

A estos Grupos de Desarrollo les une la peculiaridad de tener en sus territorios Un Espacio Natural Protegido, que en la Comarca de la Axarquía sería El Parque Natural de La Sierra Tejeda Almijara y Alhama y que se suma a la Iniciativa de Desarrollo Turístico pero haciendo especial hincapié en convertir la Oferta Turística de La Axarquía en una Oferta Turística De Calidad, para ello hemos marcado 2 líneas de actuación de trabajo.

Una de ellas es difundir entre el empresariado turístico las marcas de calidad, informando sobre los requisitos que se necesitan, ayudas proporcionadas por La Conserjería de Turismo, asesoramiento técnico y apoyo en la tramitación, etc. y ella va a ser la responsable del proyecto y su ubicación se encuentra en El Ceder Axarquía, también se va a trabajar en el diseño y la promoción de productos turísticos de calidad, que mejoren las expectativas comerciales de los empresarios, siempre que por supuesto asuman unos requisitos de calidad previamente definidos.

El Grupo que represento apuesta de una manera firme por la calidad, estableciendo el hecho de que La Comarca De La Axarquía cuente con establecimientos certificados supone una carta de presentación importantísima para presentar la oferta turística de la Axarquía a cualquier touroperador, porque creemos que sino insistimos y sino apostamos por el tema de la calidad, el propio mercado turístico a largo plazo nos va a dejar

fuera de la actividad turística, y porque indudablemente para el cliente que elige el destino turístico de la Axarquía supone una garantía alojarse en establecimientos que están respaldados con una certificación de calidad.



La jornada finalizó con un almuerzo en el que todos pudimos disfrutar de la gastronomía de la Axarquía.

**ANEXO 3.**

**ANÁLISIS DE LA OFERTA  
TURÍSTICA DE LA COMARCA DE LA  
AXARQUÍA**

## SITUACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA AXARQUÍA - COSTA DEL SOL

En el presente epígrafe se presenta la situación actual, al año 2005 de la oferta turística de la Axarquía integrada por 31 municipios. Las fuentes estadísticas utilizadas se han basado en los datos del R.A.T a 2005.

La metodología seguida en un primer análisis ha sido agrupar el total de las tipologías en tres grupos Establecimientos Hoteleros (Hoteles, Hoteles-Apartamentos, Pensiones), Otros Alojamientos (Apartamentos, Casas Rurales-Viviendas Turísticas Campamentos) y Restauración (Restaurantes, Cafeterías).

De esta manera en el cuadro siguiente se resumen los valores de la oferta turística en la Comarca de la Axarquía diferenciando por municipios y centrándose en el número de establecimientos por cada tipología.

ESTABLECIMIENTOS OFERTA TURISTICA POR MUNICIPIOS	E.HOTELEROS			OTROS ALOJAMIENTOS			RESTAURACION	
	HOTELES	PENSIONES	APARTAMENTOS	C.RURAL V.TURISTICAS	CAMPING	RESTAURANTES	CAFETERIAS	
ALFARNATEJO	-	-	-	4	5	-	-	-
ALCAUCIN	1	-	1	9	5	-	2	-
ALFARNATE	-	-	-	1	5	-	3	-
ALGARROBO	-	1	3	-	-	-	23	1
ALMACHAR	-	-	1	2	-	-	2	-
ARCHEZ	-	1	-	-	-	-	3	-
ARENAS	-	-	-	1	1	-	-	-
BENAMARGOSA	-	-	-	-	-	-	1	-
BENAMOCARRA	1	-	-	-	-	-	1	-
BORGE (EL)	1	-	-	10	3	-	1	-
CANILLAS DE ACEITUNO	-	-	-	1	8	-	-	-
CANILLAS DE ALBAIDA	-	-	-	-	2	-	2	-
COLMENAR	2	1	-	4	1	-	8	-
COMARES	1	-	-	1	3	-	1	-
COMPETA	2	2	2	7	10	-	6	1
CÚTAR	-	-	-	3	-	-	-	-
FRIGILIANA	4	-	1	-	70	-	4	1
IZNATE	-	1	-	1	5	-	-	1
MACHARAVIAYA	1	-	-	1	-	-	-	-
MOCLINEJO	1	-	-	-	-	-	-	-
NERJA	22	37	67	1	22	1	74	24
PERIANA	1	-	-	11	6	-	2	-
RINCON DE LA VICTORIA	4	-	4	-	-	-	38	1
RIOGORDO	1	-	-	1	2	-	-	-
SALARES	-	-	-	-	2	-	-	-
SAYALONGA	-	-	-	4	9	-	2	-
SEDELLA	-	1	-	-	2	-	-	-
TORROX	7	-	8	-	28	1	40	5
TOTALAN	-	-	-	1	-	-	-	-
VELEZ-MALAGA	11	11	10	3	6	5	118	15
VIÑUELA	1	-	1	1	7	1	1	-
<b>TOTALES</b>	<b>61</b>	<b>55</b>	<b>98</b>	<b>67</b>	<b>202</b>	<b>8</b>	<b>332</b>	<b>49</b>

Fuente: Conserjería de Turismo R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia.

Con el mismo criterio, a continuación se muestra una tabla donde se detalla la representación de cada tipología en los diferentes municipios para visualizar más claramente la oferta turística, sin valorar el número de establecimientos, solo si existe alguna representación.

	E.HOTELEROS	OTROS ALOJAMIENTOS	RESTAURACION
<b>AXARQUIA COSTA</b>			
Nerja	X	X	X
Rincon de la Victoria	X	X	X
Velez Málaga	X	X	X
Torrox	X	X	X
<b>AXARQUIA INTERIOR</b>			
Alcaucín	X	X	X
Algarrobo	X	X	X
Borge (EI)	X	X	X
Colmenar	X	X	X
Comares	X	X	X
Cómpeta	X	X	X
Frigiliana	X	X	X
Iznate	X	X	X
Periana	X	X	X
Viñuela	X	X	X
Alfarnate		X	X
Almáchar		X	X
Árchez	X		X
Benamocarra	X		X
Canillas de Albaida		X	X
Macharraviaya	X	X	
Riogordo	X	X	
Sayalonga		X	X
Sedella	X	X	
Alfarnatejo		X	
Arenas		X	
Benamargosa			X
Canillas de Aceituno		X	
Cútar		X	
Moclinejo	X		
Salares		X	
Totalán		X	

Fuente: Conserjería de Turismo R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia.

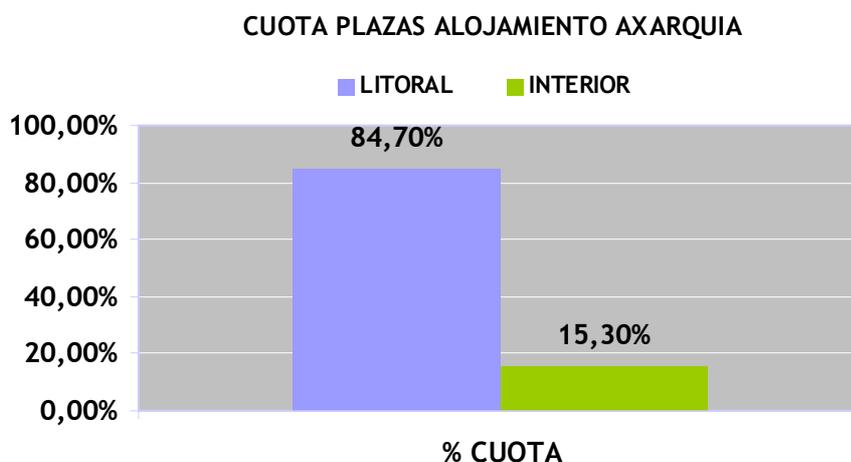
De los 31 municipios que componen el total de la comarca de la Axarquía el (67,74%) en concreto 21 municipios tienen oferta en el grupo Establecimientos hoteleros; el 87,10% (27 de los 31 municipios) tienen oferta en el grupo Otros Alojamientos; y por último, otro 67,74% (21 de 31) presenta oferta en el grupo de Restauración.

El siguiente cuadro detalla en porcentajes la cuota de plazas de alojamiento ofertada por cada municipio, podemos destacar como es lógico, que en los municipios del litoral se concentra el 84,70% del total de las plazas ofertadas, en concreto 11.974 plazas; frente a un 15,30% de plazas que disponen los municipios del interior con 2.159 plazas.

Por orden de importancia los municipios que ofertan el mayor número de plazas de alojamientos son Nerja, Vélez-Málaga, Torrox, Rincón de la Victoria, Frigiliana, Periana y Competa.

PLAZAS OFERTADAS MUNICIPIOS	COMARCA AXARQUIA COSTA DEL SOL - OFERTA RAT 2005					CUOTA PLAZAS POR MUNICIPIOS	
	HOTELES	PENSIONES	APARTAMENTOS	C.RURAL	V.TURIST	PLAZAS	CUOTA PORCENTUAL
NERJA	46,9%	66,1%	58,7%	1,4%	11,1%	6.884	48,71%
VELEZ-MALAGA	15,5%	26,9%	15,9%	3,9%	4,4%	2.164	15,31%
TORROX	17,5%	-	16,3%	-	13,4%	2.076	14,69%
RINCON DE LA VICTORIA	10,9%	-	4,0%	-	-	850	6,01%
FRIGILIANA	2,5%	-	1,2%	-	29,7%	570	4,03%
PERIANA	2,2%	-	-	8,7%	4,5%	218	1,54%
COMPETA	1,3%	2,0%	0,3%	11,7%	4,5%	216	1,53%
ALGARROBO	-	1,5%	2,1%	-	-	135	0,96%
VIÑUELA	0,4%	-	0,9%	1,4%	3,9%	126	0,89%
ALCAUCIN	0,2%	-	0,5%	12,0%	2,5%	120	0,85%
COLMENAR	0,8%	1,0%	-	7,4%	0,5%	97	0,69%
SAYALONGA	-	-	-	10,8%	4,0%	95	0,67%
BORGE (EL)	0,2%	-	-	13,8%	1,8%	93	0,66%
ALFARNATEJO	-	-	-	7,6%	3,9%	79	0,56%
RIOGORDO	0,4%	-	-	2,8%	2,1%	59	0,42%
ALFARNATE	-	-	-	2,3%	3,4%	50	0,35%
CANILLAS DE ACEITUNO	-	-	-	0,9%	3,8%	49	0,35%
IZNATE	-	0,7%	-	1,4%	2,3%	42	0,30%
COMARES	0,2%	-	-	3,2%	1,2%	40	0,28%
ALMACHAR	-	-	0,2%	3,2%	-	25	0,18%
MOCLINEJO	0,4%	-	-	-	-	24	0,17%
MACHARAVIAYA	0,2%	-	-	1,6%	-	21	0,15%
SEDELLA	-	0,9%	-	-	0,8%	20	0,14%
BENAMOCARRA	0,3%	-	-	-	-	18	0,13%
ARENAS	-	-	-	1,8%	0,7%	16	0,11%
CUTAR	-	-	-	3,7%	-	16	0,11%
CANILLAS DE ALBAIDA	-	-	-	-	0,9%	11	0,08%
ARCHEZ	-	0,9%	-	-	-	10	0,07%
SALARES	-	-	-	-	0,6%	7	0,05%
TOTALAN	-	-	-	0,5%	-	2	0,01%
BENAMARGOSA	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>14.133</b>	<b>100%</b>

Fuente: Conserjería de Turismo R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia.



A continuación se efectúa un análisis individualizado de cada uno de las tipologías que integran la oferta turística de la Axarquía registrada en RAT (hoteles y hoteles apartamentos, apartamentos, pensiones, casas rurales, viviendas turísticas, campamentos, restaurantes y cafeterías). En el estudio se incluye una análisis en la oferta según número de establecimientos, de plazas ofertadas y categoría de cada una de las tipologías en los 31 municipios.

## A. HOTELES

En el año actual y según los datos del RAT, en la Axarquía encontramos disponibles 61 establecimientos hoteleros que cuentan con un total de 5.791 plazas. Hay representación hotelera en 16 de los 31 municipios que componen la comarca. El 72,14% de los establecimientos, en concreto 47, se localizan en los municipios de Costa (Nerja, Torrox, Vélez-Málaga y Rincón de la Victoria); y el 27,86% restante se localizan en el interior destacando 3 municipios por orden de importancia, en primer lugar, Frigiliana con 4 establecimientos, y Competa y Colmenar con 2 establecimientos cada uno.

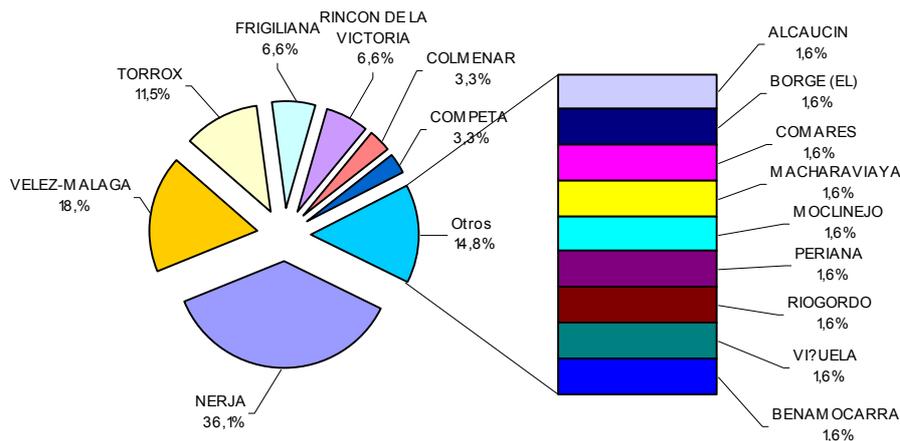
Hay que matizar que la oferta del interior es menos extensa en establecimientos y plazas por estar compuesta por establecimientos de

propiedad y explotaciones familiares, generalmente de escasa capacidad alojativa.

En el siguiente grafico podemos observar la distribución de la oferta hotelera en los municipios de la Axarquía.

	HOTELES	% AXARQUIA	PLAZAS	% AXARQUIA
NERJA	22	36,07%	2717	46,92%
VELEZ-MALAGA	11	18,03%	899	15,52%
TORROX	7	11,48%	1012	17,48%
FRIGILIANA	4	6,56%	146	2,52%
RINCON DE LA VICTORIA	4	6,56%	630	10,88%
COLMENAR	2	3,28%	47	0,81%
COMPETA	2	3,28%	74	1,28%
ALCAUCIN	1	1,64%	13	0,22%
BORGE (EL)	1	1,64%	11	0,19%
COMARES	1	1,64%	12	0,21%
MACHARAVIAYA	1	1,64%	14	0,24%
MOCLINEJO	1	1,64%	24	0,41%
PERIANA	1	1,64%	126	2,18%
RIOGORDO	1	1,64%	22	0,38%
VI?UELA	1	1,64%	26	0,45%
BENAMOCARRA	1	1,64%	18	0,31%
	<b>61</b>	<b>100,00%</b>	<b>5791</b>	<b>100,00%</b>

CUOTA HOTELERA POR MUNICIPIOS

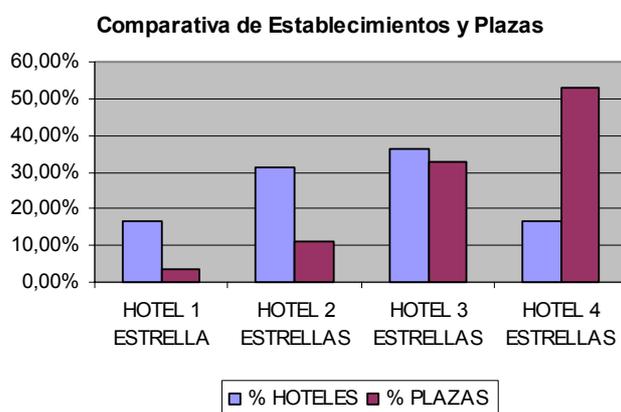


Según las categorías de los establecimientos hoteleros 10 de los mismos se ubican en la mínima categoría de 1 estrellas con una capacidad de 191 plazas;

32 establecimientos en categoría 2 y 3 estrellas con 2532 plazas y solo 10 disponen de oferta de 4 estrellas aunque soportan el 52,97 % de las plazas disponibles. La oferta de categoría más alta se centra en municipios de Costa (Nerja, Rincón de la Victoria, Torrox y Vélez-Málaga).

CATEGORIA	HOTELES	% HOTELES	PLAZAS	% PLAZAS
HOTEL 1 ESTRELLA	10	16,39%	191	3,31%
HOTEL 2 ESTRELLAS	19	31,15%	633	10,93%
HOTEL 3 ESTRELLAS	22	36,07%	1899	32,79%
HOTEL 4 ESTRELLAS	10	16,39%	3068	52,97%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00%</b>	<b>5791</b>	<b>100,00%</b>

A mayor categoría mayor es el porcentaje de plazas ofertadas.

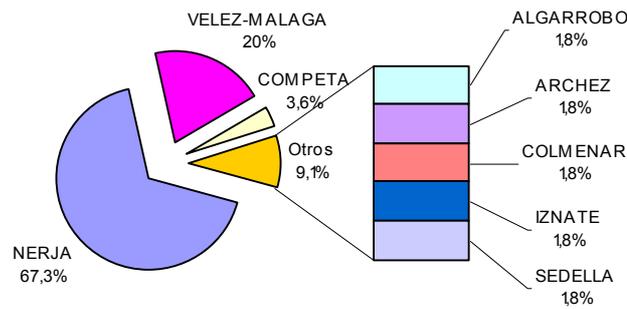


## B. PENSIONES

La Axarquía dispone de 55 pensiones con un total de 1.158 plazas ofertadas. La oferta de pensiones se encuentra distribuida en 8 municipios destacando por orden de importancia los municipios de Nerja, Vélez-Málaga y Competa, concentrando el 95,08% de las plazas.

	PENSIONES	% AXARQUIA	PLAZAS	% AXARQUIA
NERJA	37	67,27%	766	66,15%
VELEZ-MALAGA	11	20,00%	312	26,94%
COMPETA	2	3,64%	23	1,99%
ALGARROBO	1	1,82%	17	1,47%
ARCHEZ	1	1,82%	10	0,86%
COLMENAR	1	1,82%	12	1,04%
IZNATE	1	1,82%	8	0,69%
SEDELLA	1	1,82%	10	0,86%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100,00%</b>	<b>1158</b>	<b>100,00%</b>

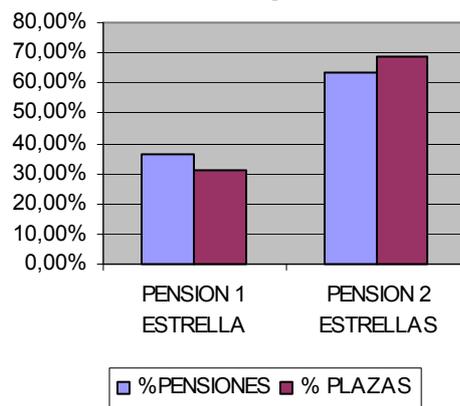
**CUOTA PENSIONES POR MUNICIPIOS**



Por categoría, nos encontramos la mayor concentración de establecimientos y plazas ofertadas en las pensiones el la categoría 2 estrellas.

CATEGORIA	PENSIONES	%PENSIONES	PLAZAS	% PLAZAS
PENSION 1 ESTRELLA	20	36,36%	360	31,09%
PENSION 2 ESTRELLAS	35	63,64%	798	68,91%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>55</b>	<b>100,00%</b>	<b>1158</b>	<b>100,00%</b>

**Comparativa de Establecimientos y Categorías**

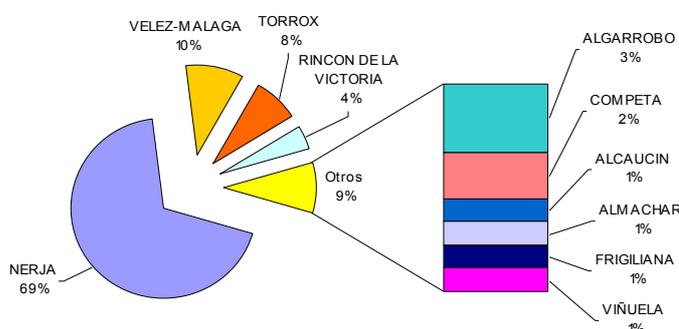


### C. APARTAMENTOS

En la Axarquía encontramos disponibles un total de 98 apartamentos distribuidos en 10 municipios con un total de 5.555 plazas ofertadas destacando los municipios de la Costa ( Nerja, Vélez, Málaga, Torrox, Rincón de la Victoria) con un 90,81% del total de la oferta seguido en importancia por los municipios de Algarrobo y Competa.

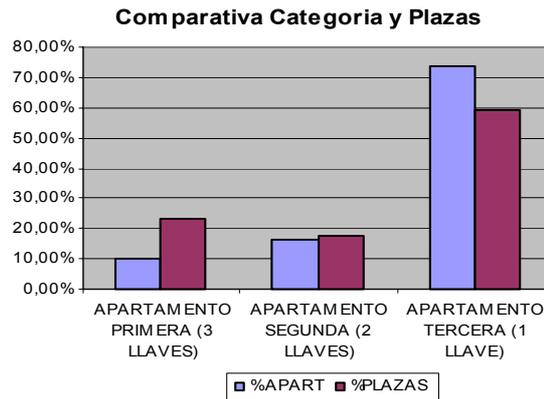
	APART.	% APART	PLAZAS	%PLAZAS
NERJA	67	68,37%	3262	58,72%
VELEZ-MALAGA	10	10,20%	884	15,91%
TORROX	8	8,16%	904	16,27%
RINCON DE LA VICTORIA	4	4,08%	220	3,96%
ALGARROBO	3	3,06%	118	2,12%
COMPETA	2	2,04%	14	0,25%
ALCAUCIN	1	1,02%	25	0,45%
ALMACHAR	1	1,02%	11	0,20%
FRIGILIANA	1	1,02%	69	1,24%
VINUELA	1	1,02%	48	0,86%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>	<b>5555</b>	<b>100,00%</b>

CUOTA APARTAMENTOS POR MUNICIPIOS



El mayor porcentaje de apartamentos y plazas ofertadas se concentran en las categoría más baja seguidos de los de segunda categoría y por último los de primera aunque estos superan en plazas ofertadas a los anteriores, centrándose la oferta de apartamento de más alta categoría en los establecimientos de Costa.

CATEGORIA	APARTM	% APART	PLAZAS	%PLAZAS
APARTAMENTO PRIMERA (3 LLAVES)	10	10,20%	1293	23,28%
APARTAMENTO SEGUNDA (2 LLAVES)	16	16,33%	982	17,68%
APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)	72	73,47%	3280	59,05%
<b>Total general</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>	<b>5555</b>	<b>100,00%</b>



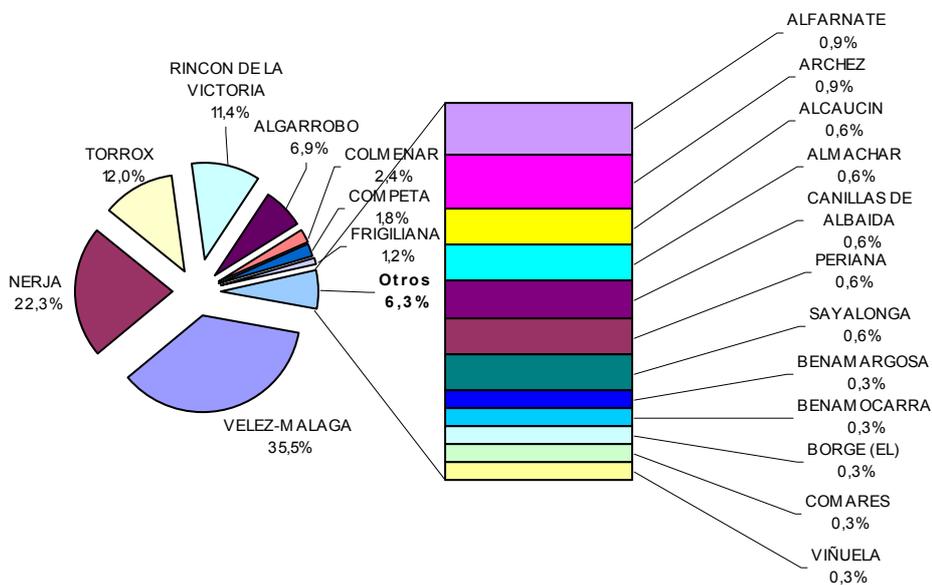
## D. RESTAURANTES

La oferta de restauración de la Axarquía es bastante amplia, 332 restaurantes con capacidad para 21.894 personas concentrados en 20 municipios.

Los municipios de Costa vuelven a liderar en número de establecimientos y plazas, aunque la oferta del interior representa el 18,67% del total con 62 establecimientos destacando los municipios de Algarrobo, Colmenar y Competa.

	RESTAURANTES	%RESTAURANTES	PLAZAS	%PLAZAS
VELEZ-MALAGA	118	35,54%	7565	34,55%
NERJA	74	22,29%	4701	21,47%
TORROX	40	12,05%	2378	10,86%
RINCON DE LA VICTORIA	38	11,45%	2813	12,85%
ALGARROBO	23	6,93%	1031	4,71%
COLMENAR	8	2,41%	926	4,23%
COMPETA	6	1,81%	447	2,04%
FRIGILIANA	4	1,20%	162	0,74%
ALFARNATE	3	0,90%	170	0,78%
ARCHEZ	3	0,90%	200	0,91%
ALCAUCIN	2	0,60%	202	0,92%
ALMACHAR	2	0,60%	190	0,87%
CANILLAS DE ALBAIDA	2	0,60%	125	0,57%
PERIANA	2	0,60%	234	1,07%
SAYALONGA	2	0,60%	129	0,59%
BENAMARGOSA	1	0,30%	96	0,44%

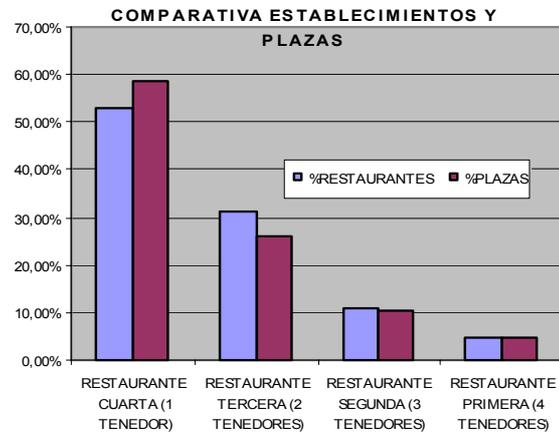
**CUOTA RESTAURACIÓN POR MUNICIPIOS**



Las categorías más representativas son las más bajas. De entre los municipios que tienen Restaurantes de primera y segunda destacan Colmenar, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Algarrobo Nerja, Torroz y Viñuela.

El mayor numero de plazas se concentran en los establecimientos de restauración de más baja categoría. Los porcentajes en numero de establecimientos de restauración y plazas ofertadas disminuyen proporcionalmente a medida que aumenta la categoría del establecimiento.

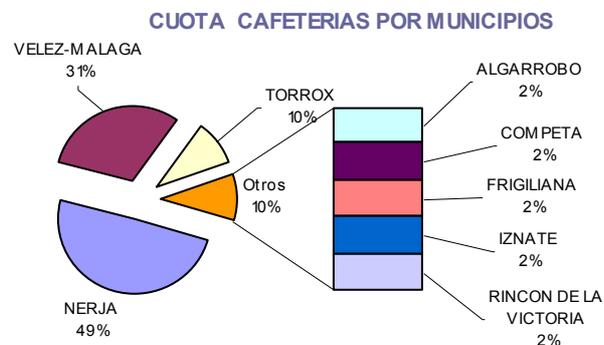
CATEGORIA	RESTAURANTES	%RESTAURANTES	PLAZAS	%PLAZAS
RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	176	53,01%	12853	58,71%
RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	104	31,33%	5732	26,18%
RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	36	10,84%	2265	10,35%
RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	16	4,82%	1044	4,77%
<b>Total general</b>	<b>332</b>	<b>100,00%</b>	<b>21894</b>	<b>100,00%</b>



### E. CAFETERIAS

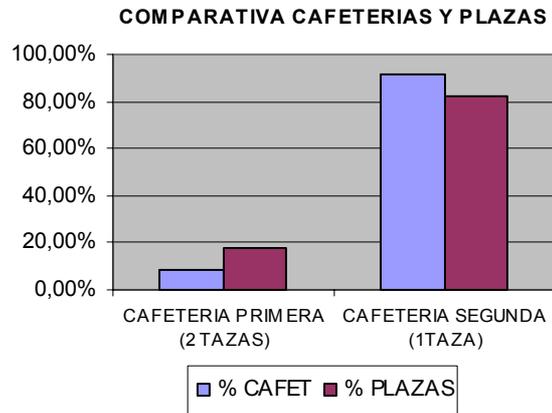
Vuelven a ser municipios del litoral los que lideran la oferta destacando Nerja en número de Cafeterías y Vélez Málaga en número de Plazas. Son 8 municipios de un total de 31 los que presentan oferta de esta actividad.

	CAFETERIAS	% CAFET	PLAZAS	% PLAZAS
NERJA	24	48,98%	670	29,96%
VELEZ-MALAGA	15	30,61%	1029	46,02%
TORROX	5	10,20%	207	9,26%
ALGARROBO	1	2,04%	64	2,86%
COMPETA	1	2,04%	88	3,94%
FRIGILIANA	1	2,04%	66	2,95%
IZNATE	1	2,04%	60	2,68%
RINCON DE LA VICTORIA	1	2,04%	52	2,33%
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>100,00%</b>	<b>2236</b>	<b>100,00%</b>



Destacar que los establecimientos de categoría más baja lideran con un 91,84% de la oferta frente a un 8,16% en los de categoría más alta.

CATEGORIA	Nº CAFET	% CAFET	PLAZAS	% PLAZAS
CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	4	8,16%	400	17,89%
CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	45	91,84%	1836	82,11%
<b>Total general</b>	<b>49</b>	<b>100,00%</b>	<b>2236</b>	<b>100,00%</b>

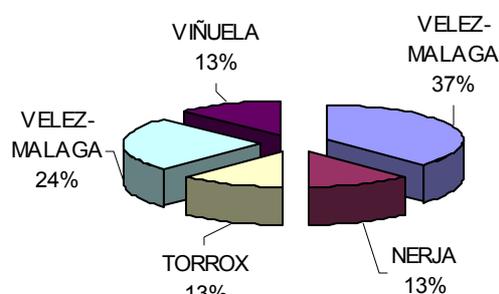


## F. CAMPAMENTOS

Son 8 campamentos dispuestos en 5 municipios los que componen el total de la oferta en la Axarquía, siendo Vélez-Málaga el único que dispone de campamentos de primera, el municipio de la viñuela dispone del único campamento que se ubica en el interior.

CATEGORIA	MUNICIPIO	NºCAMP	% CAMPAM
<b>CAMPAMENTO PRIMERA (3 ESTRELLAS)</b>		<b>3</b>	<b>37,50%</b>
	VELEZ-MALAGA	3	37,50%
<b>CAMPAMENTO SEGUNDA (2 ESTRELLAS)</b>		<b>5</b>	<b>62,50%</b>
	NERJA	1	12,50%
	TORROX	1	12,50%
	VELEZ-MALAGA	2	25,00%
	VIÑUELA	1	12,50%
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>100,00%</b>

### CUOTA CAMPAMENTO POR MUNICIPIOS



## G. C ASAS RURALES-VIVIENDAS TURISTICAS

En esta categoría estudiamos conjuntamente la tipología de Casas Rurales y de Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural de toda la Axarquía-Costa de Sol. Hay que destacar que los municipios del interior son líderes en esta categoría.

En la tipología de Casas Rurales hay oferta en 20 de los 31 municipios con 67 establecimientos y 435 plazas disponibles en su totalidad. Destacan, El Borge, Alcaucin, Competa y Sayalonga con el 48,26% de las plazas ofertadas distribuidas en 30 Casas Rurales.

MUNICIPIO	C.RURAL	% AXARQUIA	PLAZAS	% AXARQUIA
BORGE (EL)	10	14,93%	60	13,79%
ALCAUCIN	9	13,43%	52	11,95%
COMPETA	7	10,45%	51	11,72%
SAYALONGA	4	5,97%	47	10,80%
PERIANA	11	16,42%	38	8,74%
ALFARNATEJO	4	5,97%	33	7,59%
COLMENAR	4	5,97%	32	7,36%
VELEZ-MALAGA	3	4,48%	17	3,91%
CUTAR	3	4,48%	16	3,68%
ALMACHAR	2	2,99%	14	3,22%
COMARES	1	1,49%	14	3,22%
RIOGORDO	1	1,49%	12	2,76%
ALFARNATE	1	1,49%	10	2,30%
ARENAS	1	1,49%	8	1,84%
MACHARAVIAYA	1	1,49%	7	1,61%
IZNATE	1	1,49%	6	1,38%
NERJA	1	1,49%	6	1,38%
VINUELA	1	1,49%	6	1,38%
CANILLAS DE ACEITUNO	1	1,49%	4	0,92%
TOTALAN	1	1,49%	2	0,46%
<b>Total general</b>	<b>67</b>	<b>100,00%</b>	<b>435</b>	<b>100,00%</b>

Tipología: Casas Rurales Axarquía

En la Tipología de Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural 21 de los 31 municipios disponen de oferta, siendo el municipio líder Frigiliana con 70 establecimientos de las 202 viviendas que hay en toda la comarca,

representando el 34,65% de la oferta. Los municipios del interior soportan el 71,11% de las plazas ofertadas.

MUNICIPIO	V.TURISTICAS	%V.TURISTICAS	PLAZAS	%PLAZAS
Alcaucín	5	2,48%	30	2,51%
Alfarnate	5	2,48%	40	3,35%
Alfarnatejo	5	2,48%	46	3,85%
Arenas	1	0,50%	8	0,67%
Borge (EI)	3	1,49%	22	1,84%
Canillas de Aceituno	8	3,96%	45	3,77%
Canillas de Albaida	2	0,99%	11	0,92%
Colmenar	1	0,50%	6	0,50%
Comares	3	1,49%	14	1,17%
Cómpeta	10	4,95%	54	4,52%
Frigiliana	70	34,65%	355	29,73%
Iznate	5	2,48%	28	2,35%
Periana	6	2,97%	54	4,52%
Riogordo	2	0,99%	25	2,09%
Salares	2	0,99%	7	0,59%
Sayalonga	9	4,46%	48	4,02%
Sedella	2	0,99%	10	0,84%
Viñuela	7	3,47%	46	3,85%
Nerja	22	10,89%	133	11,14%
Torrox	28	13,86%	160	13,40%
Vélez-Málaga	6	2,97%	52	4,36%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>202</b>	<b>100,00%</b>	<b>1194</b>	<b>100,00%</b>

TIPOLOGÍA: Viviendas Turísticas Axarquía.

**ANEXO 4.**

**FICHAS DE AUDITORIA DE LA  
MUESTRA DE LA OFERTA  
TURÍSTICA DEL LITORAL**

La oferta alojativa de la Axarquía -Litoral es bastante extensa es por ello por lo que nos hemos centrados exclusivamente en oferta hotelera, a continuación detallamos dicha oferta por categorías.

OFERTA HOTELERA EN LA AXARQUIA-LITORAL		
MUNICIPIO	CATEGORIA	NUMERO
<b>NERJA</b>		<b>19</b>
	HOTEL 1 ESTRELLA	4
	HOTEL 2 ESTRELLAS	4
	HOTEL 3 ESTRELLAS	7
	HOTEL 4 ESTRELLAS	4
<b>RINCON DE LA VICTORIA</b>		<b>4</b>
	HOTEL 2 ESTRELLAS	1
	HOTEL 3 ESTRELLAS	2
	HOTEL 4 ESTRELLAS	1
<b>TORROX</b>		<b>7</b>
	HOTEL 1 ESTRELLA	1
	HOTEL 2 ESTRELLAS	1
	HOTEL 3 ESTRELLAS	4
	HOTEL 4 ESTRELLAS	1
<b>VELEZ-MALAGA</b>		<b>11</b>
	HOTEL 1 ESTRELLA	1
	HOTEL 2 ESTRELLAS	6
	HOTEL 3 ESTRELLAS	1
	HOTEL 4 ESTRELLAS	3
<b>Total general</b>		<b>41</b>

Como muestra representativa de nuestro estudio hemos analizado el 14,63% de los establecimientos hoteleros.

MUESTRA REPRESENTATIVA EN LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURISTICO DE LA AXARQUIA-LITORAL	
<b>NERJA</b>	
<b>PARADOR DE NERJA</b>	HOTEL 4 ESTRELLAS
<b>PLAZA CAVANA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>VELEZ-MALAGA</b>	
<b>PROAMAR</b>	HOTEL 4 ESTRELLAS
<b>HUSA MAINAKE</b>	HOTEL 4 ESTRELLAS
<b>TORROX</b>	
<b>COSTAMAR</b>	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>SANTA ROSA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### **PARADOR DE NERJA**

#### **Hotel 4 Estrella NERJA**



**DIRECCIÓN- C/Almuñecar 8  
29780 NERJA  
TELEFONO - 952520050**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Comisionista  
SITUACIÓN –Estab. De Playa**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1965</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>98</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>193</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>85%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 DÍAS</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Paradores/Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Propia

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES EXCELENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	SI
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Electrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

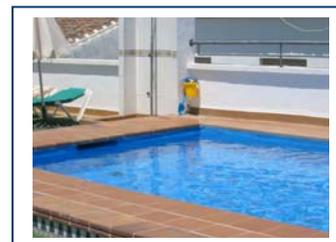
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL PLAZA CAVANA*

#### Hotel 3 Estrella NERJA



**DIRECCIÓN- Plaza Cavana 10  
29780 NERJA  
TELEFONO - 952524000**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Playa**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1990</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>39</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>78</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>60%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS OPTIMA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION OPTIMA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotelplazacavana.com">www.hotelplazacavana.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	NO

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicio Municipal
CLIMATIZACION	Electrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Regular
GRADO DE TRANQUILIDAD	Regular

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	NO
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Regular
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## **VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO**

***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### PROAMAR

#### Hotel 4 Estrella TORRE DEL MAR



**DIRECCIÓN – Paseo Marítimo de Poniente  
s/n 29740 TORRE DEL MAR  
TELEFONO - 952547970**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Playa**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2003</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>156</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>322</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>55%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 Dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>El País / Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Altur / Uniplaya

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES EXCELENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	SI
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios
CLIMATIZACION	Electrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

OPTIMA

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	NO
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**EXCELENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	SI
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIRACION	SI
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

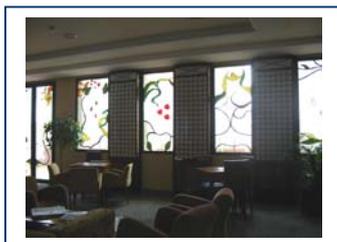
**VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO**

**OPTIMA**

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HUSA MAINAKE*

#### Hotel 4 Estrella TORRE DEL MAR



**DIRECCIÓN – Los Fenicios s/n  
29740 TORRE DEL MAR  
TELEFONO - 952547246**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Comisionista  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2000</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>40</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>80</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>55%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 Dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NIO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.husa.es">www.husa.es</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Propia

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES EXCELENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	SI
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Tubos Eliopticos
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica/Solar
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencional

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	NO
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	NO
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**EXCELENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	SI
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIRACION	SI
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

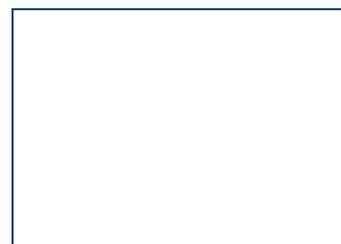
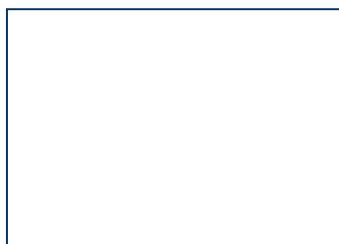
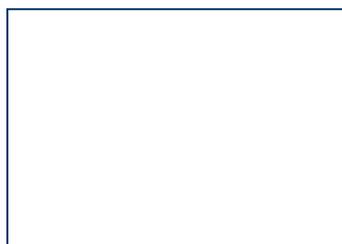
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### ***COSTAMAR***

#### Hotel 2 Estrella TORROX



**DIRECCIÓN-Ctra Málaga-Almeía  
EL MORCHE (TORROX)  
TELEFONO - 952160232**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1974</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>5</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>120</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>60%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 Dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	NO
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION DEFICIENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Organismo
DIRECCIÓN DE WEB	
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificación y Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

**VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR**

**OPTIMA**

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Regular</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Regular</b>

**VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES**

**DEFICIENTE**

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>NO</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Regular</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>NO</b>

**VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES**

**BASICA**

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>NO</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Mala</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### SANTA ROSA

#### Hotel 3 Estrella TORROX



DIRECCIÓN- Ctra Málaga-Almería  
TORROX-COSTA  
TELEFONO - 952530790

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN - Estab. De Playa

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA	1998
Nº HABITACIONES	41
Nº PLAZAS	82
SERVICIO DE RESTAURACIÓN	SI
GRADO DE OCUPACIÓN	60%
ESTANCIA MEDIA	4 días
CIERRE TEMPORAL	NO
ACEPTA ANIMALES	NO

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	SI
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	NO
MARCA DE CALIDAD	Ninguna

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todas
IDIOMAS	Ingles y Aleman
PRENSA DIARIA	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hoteles-santarosa.com">www.hoteles-santarosa.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Tourplaya / Sol.com

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES BASICA

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificación y servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	NO
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**EXCELENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	SI
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***OPTIMA***



## **ANEXO 2.**

### **INFORMES DE RUTAS**

## RUTA DE CONOCIMIENTO EMPRESARIAL

### OBJETIVOS

Convocatoria dirigida a obtener un mix de empresarios / as que garantice la presencia de las distintas actividades turísticas, con especial interés de participación en la ruta, de representantes de la oferta alojativa de Costa, y de empresas de actividades complementarias.

Facilitar la interrelación empresarial en la Comarca.

Establecer un debate abierto orientado sobre la realidad, problemática y actuaciones para acometer, para la dinamización del tejido y la actividad turística de la Axarquía.

### DOCUMENTACIÓN TÉCNICA ENTREGADA

- Una carpeta TÉCNICA con información y contactos de todos / as los/as asistentes a la ruta
- Una guía Histórico Artística de la Axarquía
- Una guía Gastronómica de la Axarquía
- Un mapa con información sobre las distintas rutas por la Axarquía
- Un calendario de Fiestas y tradiciones de los pueblos de la Axarquía
- Un folleto informativo sobre turismo activo en la Axarquía
- Un folleto informativo sobre Ceder ( Centro de Desarrollo Rural Axarquía )
- Un folleto informativo sobre Apta .
- Información sobre “Q” de calidad.
- Guía “Por la Sierra de Almijara”
- Guía “Por el Macizo de Velez”
- Guía “Por el Corredor de Colmenar-Periana”
- Guía “Parque Natural Tejeda, Almijara,Alhama”

### OBSEQUIOS

- Un pequeños cesto promocional de productos de cosmética naturales de empresas de la Axarquía, gentileza de APTA.

## 1. ITINERARIO

<b>RUTA 1</b>	<b>MARTES 29 DE MARZO</b>
FRIGILIANA	Hotel Almazara
FRIGILIANA	Posada Morisca
COMPETA	Museo del Vino,
COMPETA	Hotel Balcón de Competa
ARCHEZ	Posada Mesón Mudéjar

## 2. VISITAS TÉCNICAS

### HOTEL ALMAZARA (3\*)

- Persona de Contacto: José Antonio Gómez Armijo (Director)
- Teléfono / fax: 952 53 42 12/952 53 42 00 Móvil:637 51 55 32
- E-mail: [info@hotelruralalmazara.com](mailto:info@hotelruralalmazara.com)

### POSADA MORISCA (3\*)

- Persona de Contacto: Sara Navas (Director)
- Teléfono / fax: 952 53 41 51/952 53 43 39
- E-mail: [info@laposadamorisca.com](mailto:info@laposadamorisca.com)

### BALCON DE COMPETA (3\*)

- Persona de Contacto: José López Franquelo (Director)
- Teléfono / fax: 952 55 35 35 / 10
- E-mail: [info@hotel-competa.com](mailto:info@hotel-competa.com)

### MUSEO DEL VINO (Museo-Restaurante)

- Persona de Contacto: José Ruiz Oliva
- Teléfono / fax: 952 55 33 14

### POSADA-MESON MUDEJAR (Pensión 1\*- Restaurante)

- Persona de Contacto: Serafín López (Director)
- Teléfono / fax: 952 55 31 06 Móvil: 620 17 57 46

### 3. ASISTENTES RUTA

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Balcón de Competa	Competa	José López Franquelo M <sup>o</sup> Trinidad Vela	952553535	<a href="mailto:info@hotel-competa.com">info@hotel-competa.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Museo del Vino	Competa	José Ruiz Oliva	952553314	
Hotel Humaina	Colmenar	Juan M <sup>a</sup> Luna	952641025	<a href="mailto:info@hotelhumaina.es">info@hotelhumaina.es</a>
Alojamientos Huetor	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshuetor.com">info@alojamientoshuetor.com</a>
El Molino de los Abuelos	Comares	Pilar Díaz Maribel Díaz	952509309	<a href="mailto:info@molino-abuelos.com">info@molino-abuelos.com</a>
Proamar	Vélez	J.Alberto Berenger	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villagrigiliana@ihmhotels.com">villagrigiliana@ihmhotels.com</a>

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Isabel Ruiz	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiacostadelsol.org">apta@axarquiacostadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero	952381700	<a href="mailto:info@aehtcos.org">info@aehtcos.org</a>
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
SOPDE	Eugenio Sepúlveda M <sup>a</sup> Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

#### 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

La representante de Apta la Sra. Elisa Páez llega una de las primeras al punto de encuentro para poder conocer a todos los asistentes, ya que le era imposible acompañarnos en la jornada.

A las 10:00 a.m comenzamos nuestra ruta. A continuación detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se realizaron.

La primera parada técnica la efectuamos en el **HOTEL RURAL ALMAZARA ( 3\*)**, nos recibió su director *el Sr. José A. Gómez Armijo* tras una breve presentación de todos los asistentes pasamos a la terraza del hotel, desde donde se podía apreciar la piscina y el salón de eventos a modo de



carpa. El Sr. Armijo nos dio una breve introducción sobre las instalaciones de su hotel, y nos habló sobre los diferentes **Canales de Comercialización** usados por su hotel, principalmente ( agencias de viajes, y web), suelen trabajar también con turoperadores Ingleses y Alemanes. El restaurante le funciona muy bien también esta obteniendo buenos resultados en los eventos y grandes celebraciones.

Los asistentes del litoral apuntaron que su modo de trabajar era principalmente con turoperadores, los demás representantes del interior coincidían en que apenas trabajaban con turoperadores debido a la falta de capacidad alojativa, no tenían la fuerza suficiente de negociación.

Tras esta primera toma de contacto el Sr. Armijo nos enseñó parte de sus instalaciones.

En primer lugar pasamos a una habitación enfocada al relax de los clientes (con un jacuzzi, y una pequeña piscina climatizada, sauna, y una zona donde poder sentarse y tomar algo, pequeño pero acogedor y muy bien conseguido).

El Sr. Armijo nos indicó que al principio se abrió con carácter público a la clientela pero viendo que el objetivo de esta instalación no se cumplía, no se podía disfrutar del descanso y la comodidad con tu pareja, le dio un uso más restringido, previa reserva por los clientes y con un precio de 10€/hora por persona, con un máximo de cuatro personas. El cambio fue acertado y tuvo una gran aceptación por parte de los clientes que podían disfrutar de estas instalaciones en la más absoluta intimidad. Este nuevo enfoque y la idea fue muy aplaudida por los asistentes que vieron un gran valor añadido en el servicio ofrecido, todos se interesaron mucho por la construcción y la satisfacción de la clientela.

A continuación el Sr. Armijo nos enseñó una de las habitaciones del hotel y algunas de sus zonas comunes así como el restaurante, el cual funciona muy bien en la zona, a destacar lo bien trabajado de la carta aunque tiene bastantes platos típicos no diferencia en su carta cuales son autóctonos, a lo que se le hizo mención y se anotó que algunos establecimientos han tenido esta iniciativa al reconocer en su carta los platos autóctonos del lugar y de la comarca con una señal. A todos los asistentes les pareció una idea estupenda. A este respecto se indicó que sería una buena idea tener un sello de identidad en todos los establecimientos de la Axarquía algo que el cliente pudiera identificar con la comarca, como por ejemplo darle una copa de vino de la tierra como bienvenida o un pequeño obsequio originario de la zona, algo común que ofrecieran todos los establecimientos, como sello identificador de la comarca.



Tras la visita por el hotel nos ubicamos finalmente en el salón-biblioteca del hotel donde tomamos café a la vez que se hacían pequeños grupos que intercambiaron ideas y problemáticas comunes.

- La representante de Receptur (establecimiento de turismo activo) fue introduciéndose en cada grupo informando sobre las actividades que ofrecía su empresa y el beneficio que podría ser para el cliente del hotel.
- El Sr. Armijo nos comentó que no había tenido un 100% de ocupación en semana Santa, como en otros años, que le había fallado mucho el cliente de paso, su política en determinadas fechas es cortar las reservas con agencias de viajes.
- Finalmente se comentó un servicio complementario que dispone el hotel, la llamada "habitación de equipaje", ofrecida a los clientes en su último día de estancia para dejar sus maletas y seguir disfrutando de las instalaciones del hotel e incluso poder realizar alguna excursión de última hora, la habitación dispone de duchas y zona para cambiarse. Una idea muy acertada y que agradecen los clientes.

El Hotel Almazara tiene un gran salón totalmente independiente de eventos con su cocina y aseos propios, Sr. Armijo tienen tres negocios bien diferenciados en su hotel (Hotel, Restaurante, Celebraciones.)

Subimos al autobús y nos dirigimos a la segunda parada técnica prevista **LA POSADA MORISCA (3\*)**, nos recibió su directora la Sra. Sara Navas que tras la presentación de todos los asistentes no acomodo en la terraza.



Comenzó explicando su trayectoria, nos indicaba que los primeros años le había ido muy bien pero había notado que el cliente Ingles que tenía había desaparecido, puede ser debido apuntaba a la rivalidad creada entre Thomson y Tui, y la desaparición de este último al comprarlo Thomson.

Sobre los **Canales de Comercialización** utilizados, trabaja con turoperadores alemanes, ingleses (aunque se aquejaba de la pasividad de estos en los últimos tiempos), Rural andaluz, Rusticae, Internet, apenas trabaja con turoperadores españoles.

Su **política** es la de no hacer ofertas, no bajar sus precios, aunque se ha visto castigada por ello últimamente.

Hizo alusión a **problemáticas** como;

- El de las casas y establecimiento ilegales que desplazan y confunde al turista ya que la calidad no es la apropiada.
- El alto coste que supone tener el personal suficiente para dar la calidad adecuada.
- Nos hablaba de su problema personal con el restaurante que aunque es una parte de su establecimiento en el que ha puesto mucho empeño y ha intentado adecuarlos a los gustos de sus clientes no le funciona, ya que su clientela prefiere disfrutar de la gran oferta de restaurante que dispone Frigiliana y la Axarquía en su conjunto, al estar cerca del municipio ofrece esta posibilidad a los clientes, cuestión que por ejemplo Hotel Humaina situada en el parque natural y Hotel la Viñuela situado a pie del embalse la viñuela, tenían una gran ventaja al estar ubicado en parajes lejanos al municipio era casi de obligación cenar en el establecimiento.

Todo esto le ha hecho a su directora replantearse su negocio y en breve le dará un nuevo enfoque al establecimiento como “Casas rurales” con un servicio de desayuno en el restaurante habilitado y una pequeña tienda tipo snack, ensaladas, comidas preparadas



aunque de gran calidad, bebidas y algo de bollería, aunque abre la posibilidad a realizar algo en cocina si tuviese algún compromiso.

Esta idea fue muy discutida ya que la mayoría de los allí presente comentaron que perdían dinero con el restaurante pero era un servicio que demandaban los clientes, turoperadores y agencias con las que trabajaban. La materia prima y sobre todo el personal necesario era demasiado costoso, no cubrían apenas costes, algunos de los asistentes se interesaron especialmente por el nuevo enfoque que la Sra. Sara Navas iba a darle a su negocio e incluso le pidieron información y los contactos de las empresas con la que trabajaba para este nuevo enfoque. Aún así, esta contenta con su negocio y nos comentaba que tenía en proyecto un nuevo Complejo Rural.

Tras su presentación nos invito a visitar su establecimiento, un hotel rural de tres estrellas que mantiene la arquitectura popular andaluza de los cortijos de la Sierra almirajara, dispone de 12 habitaciones en un solo nivel a modo de pareado con un exquisito decorado, cuarto de baño y chimenea, todas con terraza y unas vistas espectaculares. El restaurante, la recepción las terrazas y todo el interior tiene un sabor auténticamente morisco. El recinto también dispone de piscina.

Próxima Parada Competa **MUSEO DEL VINO**, ( Museo-Restaurante) su director el Sr. José Ruiz venia con nosotros en ruta, al llegar nos tenían preparados unos aperitivos típicos de la tierra amenizados con vino de competa.



Fueron muchos los elogios al establecimiento, no solo por la decoración y la tienda muy bien conseguida sino al buen hacer del Sr. Ruiz, el cual nos comenta que su negocio le iba muy bien, aunque había invertido mucho en publicidad todavía le faltaba una asignatura pendiente, tener su propia pagina web.

Entre sus **necesidades** hizo hincapié en lo difícil de encontrar personal adecuado sobre todo en cocina y del mal estado de las carreteras en general y en especial del acceso a competa que dificultaba enormemente la afluencia de turismo al municipio.

Una vez repuesto fuerzas nos dirigimos al **BALCÓN DE COMPETA** su director estaba con nosotros en ruta el Sr. José López Franquelo, el Sr. Franquelo nos enseñó su establecimiento un hotel con 26 habitaciones y restaurante a la carta, dispone también de una zona con bungalow - apartamentos ideales para familias, pista de tenis, pista de petanca, piscina, un salón de eventos y una enorme terraza, tras el recorrido pasamos al bar-cafetería donde tomamos un aperitivo. La **Política del Balcón de Competa** es satisfacer todas las necesidades del cliente, se organiza todo desde recepción (rutas, excursiones, actividades...)

-La representante de Receptur comento la importancia de ofrecer actividades al cliente a través de una empresa reglada.

Competa es un municipio que ofrece la posibilidad de realizar diferentes actividades al aire libre de ahí la importancia de hacerlo siempre con seguridad. Se vio apropiado el informar mediante las diferentes organizaciones de las obligaciones y responsabilidades de los empresarios ante este tema incluso cuando hay agencias de viajes como intermediarios. Que los clientes estén siempre cubiertos, pero el hotel también.

Ultima parada **POSADA MESÓN MUDEJAR** (Posada-Restaurante). Un antiguo edificio de S XVII, rehabilitado y decorado con mobiliario y objetos de tiendas de antigüedades de toda la provincia. La estructura del edificio se ha mantenido como era, salvo los techos, realizados con vigas de madera de pino y eucalipto. El hermoso conjunto completa su encanto con los colores de las paredes. Tanto el mesón como cada una de las cinco habitaciones esta pintada de uno distinto: añil, verde, rojo, morado y albero. Un Alojamiento rural que invita al descanso en un ambiente museístico.

Su director el Sr.Serafín López nos comento que sus **Canales de Comercialización** eran principalmente Centrales de reservas como Axartur, Rural andaluz y turoperadores nacionales, con respecto a su clientela era distinta en cada caso mientras al mesón acudían parejas sobre todo de turismo nacional la posada tenia una mayor afluencia de excursionistas extranjeros principalmente de Holanda, Alemania e Inglaterra.



Allí teníamos previsto el almuerzo de trabajo, su director el Sr. Serafín López nos tenia preparado un reservado, nos deleito con un menú degustación de lo más típico de su establecimiento con un vino de la tierra, de postre surtido de helados caseros (Algarroba, Higos- pasas y dátiles).

Tras la comida los puntos a debatir por los asistentes fueron varios y diversos, destacaron;

- Una especial atención al medio ambiente al cuidado del entorno y al reciclaje. Se propuso realizar unas jornadas informativas.
- Malos accesos a los Municipios
- Hay que apuntarse a un servicio y a una clientela de calidad hay que prepararse para el nuevo turismo, este punto fue discutido por algunos de los asistentes que argumentaba que primero había que consolidarse, crecer y después especializarse buscando la calidad, su política era prioritariamente la rentabilidad
- Más información técnica sobre el sector. Saber donde dirigirse para publicitarse, ferias, donde acudir, información sobre como poder ser un establecimiento de calidad, nuevos mercados emergentes.
- Potenciar los recursos naturales disponibles.
- Una promoción conjunta de la Axarquía.
- El miedo a una masificación urbanística en los próximos años en la Axarquía.

## 5. CONCLUSIONES CUALITATIVAS

- Punto débil de la mayoría de los hoteles del interior, la falta de fuerza suficiente en la negociación con los grandes turoperadores, debido a la baja capacidad alojativa de los establecimientos.
- Ausencia de manual de bienvenida común dirigido al cliente que pueda identificar a la comarca y al producto.
- Aumento de la oferta de casas y establecimiento ilegales que desplazan y confunde al turista, debido de manera principal, al crecimiento del turismo residencial extranjero.
- Mal estado de la red de carreteras de la comarca.
- Ausencia de una señalización turística homogénea.
- Necesidad de potenciar las diferentes actividades de ocio y tiempo libre, mejorando y ampliando las ya existentes.
- Búsqueda de nuevos canales para atraer a un turismo interesado en disfrutar de todo lo que conlleva el contacto directo con la naturaleza y poder aprovecharse de la gran oferta de actividades al aire libre.
- Falta de información al empresariado.

- Fomentar nuestra gastronomía, productos típicos, empresas tradicionales.
- Aparición de oferta ilegal de empresas de actividades complementarias que no cumplen los requisitos, con el consiguiente riesgo para los clientes, los empresarios y las empresas regladas de la comarca.
- Falta de cualificación de recursos humanos (restauración).
- Especial atención al medio ambiente al cuidado del entorno.
- Potenciar el uso turístico de los recursos naturales disponibles
- Una mayor unión público / privada en promoción conjunta de la Axarquía.
- El miedo a una masificación urbanística en los próximos años.

## **6. APORTACIONES Y SUGERENCIAS**

- Sería una buena idea tener un sello de identidad en todos los establecimientos de la Axarquía algo que el cliente pudiera identificar con la comarca, como por ejemplo darle una copa de vino de la tierra como bienvenida o un pequeño obsequio originario de la zona (Una etiqueta común en términos comerciales).
- Importancia de ofrecer actividades complementarias a los clientes a través de empresas regladas que cumplan los requisitos legales (seguros)
- Difusión de las obligaciones y responsabilidades de los empresarios ante los clientes en la contratación de actividades a agencias de viajes como intermediarios. (Que los clientes estén siempre cubiertos, pero el establecimiento también).
- Jornadas Técnicas y de difusión sobre medio ambiente y calidad.
- Desarrollar actividades formativas para aquellas empresas o actividades que lo necesiten procurando la asistencia técnica adecuada y un plan de seguimiento.
- Identificar en nuestra carta de restauración platos y productos originarios de la zona.
- Guía ilustrativa e informativa sobre las diferentes rutas, excursiones y actividades que se puedan realizar en la Axarquía (oferta complementaria).

## 1. ITINERARIO

### RUTA 2 MARTES 5 DE ABRIL

PERIANA	Complejo Cantueso
ALCAUCIN	Venta la Parra
CANILLAS DE ACEITUNO	Bodega de Juan M <sup>a</sup>
VIÑUELA	Hotel Viñuela

## 2. VISITAS TÉCNICAS

### COMPLEJO CANTUESO

- Persona de Contacto: Antonio Villarraso / Theda Schatteburg
- Teléfono: 699 94 62 13
- E-mail: [cantueso@info.net](mailto:cantueso@info.net)

### VENTA LA PARRA ( RESTAURANTE )

- Persona de Contacto: Antonio Río
- Teléfono: 952 11 58 13

### BODEGA DE JUAN M<sup>a</sup> ( RESTAURANTE )

- Persona de Contacto: Francisco Rando
- Teléfono: 952 51 80 41
- E-mail: [paquillo18@hotmail.com](mailto:paquillo18@hotmail.com)

### HOTEL VIÑUELA ( 3\* )

- Persona de Contacto: Cesar Herrero (Director)
- Teléfono / fax: 952 51 91 93 / 92 14 Móvil: 619 03 58 48
- E-mail: [gerencia@hotelvinuela.com](mailto:gerencia@hotelvinuela.com)

### 3. ASISTENTES

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Hotel Almazara	Frigiliana	José A. Armijo Antonio Gómez	952534212	<a href="mailto:info@hotelruralalmazara.com">info@hotelruralalmazara.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Cerro la Jaula	Benamocarra	Fatiha Bucetta	952535748	<a href="mailto:info@hotelcerrolajaula.com">info@hotelcerrolajaula.com</a>
Posada del Bandolero	El Borge	Concepción Vallejo	952519450	<a href="mailto:posadabandolero@hotmail.com">posadabandolero@hotmail.com</a>
Alojamientos Hueter	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshueter.com">info@alojamientoshueter.com</a>
Santa Rosa	Torrox	José Zurita	952530790	
Proamar	Vélez	J. Alberto Berenguer Emilio Soto Ramírez	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villafrigiliana@ihmhotels.com">villafrigiliana@ihmhotels.com</a>
Villaflamenca	Nerja	Ramón Pons	952521869	<a href="mailto:rpons@ihmhotels.com">rpons@ihmhotels.com</a>
Venta la Parra	Alcaucin	María Río	952115813	

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Inmaculada Bautista	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiadelsol.org">apta@axarquiadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero Enrique Martín	952381700	<a href="mailto:info@aehtcos.org">info@aehtcos.org</a>
Patronato De Turismo de la Costa del Sol	Roque Carmona (Resp Producto)	952058694	
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
SOPDE	Eugenio Sepúlveda Mª Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

### 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

A las 10:00 a.m comenzamos nuestra ruta, a continuación detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se realizaron.

La primera parada técnica la efectuamos en el **COMPLEJO CANTUESO** nos recibió su propietario el Sr. Antonio Villar

Tras una breve presentación de todos los asistentes nos dirigimos hacia el restaurante, donde el Sr. Villarraso nos ofreció amablemente un succulento desayuno, que sirvió como una primera toma de contacto para el conocimiento de los miembros del grupo. A continuación pasamos a la conversación meramente técnica donde se nos describió el Complejo, un conjunto formado por diez casas, seis de ellas con dos habitaciones y cuatro de ellas con una habitación. Cada casa dispone de un salón con chimenea, cocina con barra americana, cuarto de baño y un porche-barbacoa. El complejo dispone de un restaurante de nueva creación mandado construir por su actual propietario el Sr. Villarraso, no dispone de una carta autóctona, aunque sí muy variada, pescados, carnes y una carta de ensaladas. Como idea original cuenta con un diccionario culinario a disposición del cliente que lo solicite en inglés y alemán con todas las traducciones de la carta, disponiendo así de una sola carta en español, cuenta también con una carta vegetariana donde se distingue el producto con ( V ) para los derivados lácteos, y (V V) para los productos vegetales.



### Problemas planteados por su propietario

- Puesta en uso del embalse como importante recurso turístico en estos momentos tan sólo potencial.
- No dispone de red de alcantarillado ni control de residuos y badíos, por lo que demanda una financiación para acometer el saneamiento de aguas residuales y la recogida de residuos sólidos urbanos.
- No dispone de línea telefónica en su establecimiento, ahora cuenta con servicio de E-mail, gracias a la instalación de una antena de reciente ubicación que él se ha preocupado de introducir.
- Necesidad de personal de hostelería, concretamente un cocinero.
- Carencia de actividades complementarias en la zona, en estos momentos ya ha entrado en contacto con Receptur, empresa de reciente creación que surge como Agencia de Viajes para cubrir el vacío existente de cara a ofrecer unas actividades complementarias hasta el momento inexistentes en toda la comarca.

**Canales de comercialización del establecimiento** trabajan con Agencias de Viajes francesas, alemanas y holandesas principalmente, no trabaja con Touroperadores, y sobre todo le funciona el boca a boca, y en su caso cuenta con la ventaja adicional de disponer ya de una cartera de clientes.

**El perfil del cliente** que acude a su establecimiento es mayoritariamente un turismo familiar “Familias con niños pequeños”.

Su complejo dispone de piscina, mesa de ping-pong y billar. El nombre del establecimiento surge como necesidad de encontrar una palabra que distinga el carácter del establecimiento y se opta por un nombre natural, cantueso hace referencia a una planta muy abundante en la localidad.



Para finalizar nuestra visita el Sr. Villarraso nos enseñó sus instalaciones, y nos comentó que el complejo tenía unos ocho o nueve años de antigüedad, en Octubre hará cuatro años desde que él empezó a gestionarlo, como novedades han introducido la chimenea en el salón y la barbacoa en todas las casas. Manifestó también la contradicción que existe en los establecimientos rurales como el

suyo en donde no se puede ir acompañado de ningún animal de compañía, él nos dijo que era una queja frecuente manifestada por sus clientes, en su establecimiento los animales de compañía están permitidos, la única prohibición que tienen, son las denominadas razas peligrosas, que no son admitidas en su complejo.

A lo largo de la visita también se destacó entre los participantes el desconocimiento en materia técnica que existe entre los propios establecimientos hoteleros, siendo una queja tanto de los establecimientos del litoral como de la costa y la falta de unión en la comarca, el Sr. Villarraso aludió a la Feria de Fitur y a la multitud de Stands que se muestran, destacándolo como un grave error, ya que pone de manifiesto la desunión existente entre todos los sectores implicados en la comarca. Fueron muchas las opiniones aportadas por los participantes a este respecto.

Sobre las 12:00 am nos dirigimos a nuestra segunda parada técnica **VENTA LA PARRA** en el municipio de Alcaucín donde se encuentra este restaurante. Se trata de un negocio familiar regentado por el padre y sus dos hijas. Abre sus puertas en el año 1998. Desde entonces se han efectuado reformas acometidas hace un año, entre los cambios efectuados destaca la ampliación de la cocina. En estos momentos también está en construcción el proyecto de una empresa de actividades complementarias, y una zona que quieren habilitar para alojamientos, cubriendo de este modo los tres puntos alojamiento, restauración y actividades complementarias en un paquete global. Con respecto a la carta que ofrece el establecimiento, su propietario el Sr. Antonio Río nos comentó que su carta contempla la carne de caza (ciervo, jabalí) que no se comercializa apenas en la zona, carnes de chivo, cordero y algunos platos autóctonos previo encargo, como pueden ser las cachorreñas (sopa de Naranja).



#### **Problemática planteada por su propietario**

- Necesidad de asesoramiento técnico del sector
- Necesidad de Información relativa a subvenciones, ayudas, adaptación de nuevas tecnologías.
- Precariedad en los sistemas de telecomunicaciones
- Falta de profesionalidad en el sector de la Hostelería con respecto a los recursos humanos.

Hubo una participación intensa del grupo aportando ideas - El responsable de producto del Patronato de Turismo de La Costa Del Sol el Sr. Roque Carmona nos comentó que en la zona del Valle del Guadalhorce se ha implantado un nuevo sistema de telecomunicaciones basado en la tecnología wifi y la telefonía IP, este último sistema es muy positivo para el turismo extranjero, porque es un medio de telefonía más barato, consiste en la instalación de una serie de antenas que también dan acceso en banda ancha a Internet, allí lo llevó a cabo un emprendedor, se puede plantear como una posible opción si existe una demanda suficiente en la comarca. El responsable del departamento de calidad de A.E.H.C.O.S el Sr. Enrique Martín también quiso aportar sus conocimientos con respecto a la necesidad de asesoramiento demandado anteriormente por su propietario, le facilitó información sobre Aehma (engloba cafeterías, bares, restaurantes), y distintos participantes le ofrecieron información sobre las UTE (Unidades territoriales de Empleo), y los ADL (Agentes de Desarrollo Local), de cara a la orientación de su propietario en temas referentes a subvenciones, creación de empresas. Fue una conversación amena y llena de aportaciones de interés acompañada de una excelente

degustación de platos de la zona y un vino del lugar que nos ofreció el Sr. Antonio Ríos propietario del restaurante.

Siguiendo nuestro recorrido, ya saliéndonos un poquito del horario establecido en ruta, nos dirigimos a **BODEGA DE JUAN M<sup>a</sup>**, restaurante situado en el término municipal de Canillas de Aceituno, nos atendió su propietario el Sr. Francisco Rando, nos comentó que el establecimiento en un principio surgió como bodega, realizaban el vino y lo comercializaban en el mismo establecimiento acompañado de unas tapas, pero pronto la demanda se hizo mayor y fue necesario ampliar el bar y convertirlo en el restaurante que existe en la actualidad. La bodega ha dejado de funcionar como tal hace unos siete años, actualmente se conservan las barricas llenas de vino en la zona trasera del restaurante habilitada ahora para almacén, el vino que se comercializaba era el vino Moscatel, aún se conserva la prensa, lugar donde se prensaba la uva.

Con respecto a la carta su especialidad es el chivo al horno, que se realiza en un horno de leña, la peculiaridad que muestra este horno es que



el fuego no es directo, se encuentra más abajo en otra cámara, se calienta el aire, y este aire caliente pasa a través de un conducto, es un horno moruno. El chivo se prepara todos los días pero hay que avisar previamente pues su preparación puede tardar entre dos horas y media a tres horas aproximadamente.

**El perfil del cliente** que visita este establecimiento es un turismo mayoritariamente familiar, turismo nacional, tan sólo un 15% de turismo extranjero, es un cliente que acude a comer exclusivamente, el municipio no dispone de oferta hotelera, pero si casas rurales, que no es el cliente que demanda este tipo de servicio.

Como **Canales de Comercialización** que utiliza en estos momentos principalmente a través de prensa, revistas etc. Quiere contactar con Agencias de Viajes, para concertar comidas en grupo, siendo él la persona que introduciría el autobús y comercializarlo a través de la Agencia.

Como **nuevo proyecto** el Sr. Rando pretende crear un edificio de viviendas apartamentos, por lo que el restaurante va a sufrir alguna modificación, pero conservando su estructura original, pues la disposición del restaurante actual gusta mucho al cliente que lo visita.

**Problemática del empresario**

- Necesidad de mejoras en la infraestructura (Carreteras, accesos etc.)
- Necesidad de asesoramiento sobre todo técnico
- Pagina web propia
- Personal de hostelería especializado ( camareros, cocinero)

Nuestra siguiente parada técnica la efectuamos en **HOTEL LA VIÑUELA**, su Director el Sr. Cesar Herrero venia con nosotros en ruta. En un primer lugar nos enseñó las instalaciones de su establecimiento y la ampliación que se estaba realizando no solo en capacidad alojativas sino en servicios complementarios. En estos momentos la zona exterior se encuentra en obras,



como novedad se ha realizado una bajada al embalse, con unas escaleras, y una pequeña zona destinada a embarcadero ( antes no existía, lo han integrado al propio establecimiento). Isabel Hijano de Complejo Huetor nos enseñó sus instalaciones que se pueden divisar perfectamente desde el embalse su Complejo está formado por ocho casas pareadas.

Con respecto al **uso turístico del embalse**, algunas empresas se han interesado en su comercialización, pero han surgido problemas al no existir una visión clara de cómo explotar el recurso, no se puede usar motor, ha habido escuelas de vela interesadas como Club Mediterráneo, si han logrado quitarle la condición de Coto de Pesca, con lo cual con la licencia simple ya se puede pescar.

A continuación nos dirigimos hacia la zona destinada a comedor, cuenta con una capacidad de 300 a 350 personas, se encuentra insonorizado, existe un salón más pequeño para reuniones. En la nueva ampliación del establecimiento se va a crear un nuevo espacio con un aula para conferencias. Su director dejó clara la **política de su establecimiento** apostando por la calidad, diferenciando claramente al cliente alojado en el hotel, que busca tranquilidad, y el cliente del restaurante que acude a bodas y otros eventos que busca ambiente, atendiendo a las necesidades en todo momento de cada tipo de cliente y adaptándose a sus necesidades individuales.

A continuación se nos mostró la cocina, con una pequeña zona dedicada a office para los eventos, a destacar la amplitud, limpieza y buena organización además del magnifico equipo humano.

Seguidamente pasamos a un pequeño rincón habilitado para zona de descanso, en la idea de crear varios ambientes dentro del mismo establecimiento, la zona se haya decorada con cuadros, se trata de una **exposición de carácter rotativo** que mantienen gracias a la colaboración de La Asociación de Pintores de La Axarquía, y al mismo tiempo es un apoyo al arte local por parte del establecimiento.

El siguiente punto a visitar fue la zona dedicada a las habitaciones. Cada estancia posee una decoración diferente. La disposición de las habitaciones se encuentra ubicada en dos pasillos con dos escaleras diferentes, en la próxima reforma que se va a efectuar en el establecimiento se va a introducir ascensor. La capacidad alojativa del establecimiento en estos momentos es de quince habitaciones, y en la nueva ampliación del hotel se introducirán 22 mas, ampliables a 18, quedando el establecimiento con una capacidad total de 55 habitaciones, que sería el tope máximo previsto por el hotel.



**Diferentes líneas de negocio;** La dirección del hotel es la de mantener el concepto de hoteleros, tratando de dar prioridad a la comercialización de las habitaciones, y complementarlo con varias líneas de negocio paralelas como la organización de bodas, convenciones, comidas de empresa, manteniendo en todo momento unos niveles de calidad, aunque implique al principio esfuerzos de rentabilidad, la dirección está dispuesta a afrontarlos, aún a costa de una obtención mas reducida de los beneficios, para poder mantener una calidad superior en sus servicios, hacerse competitivos y que el mercado lo observe. En su línea de negocio está la de introducir y aprovechar el recurso turístico del embalse, potenciando la realización de actividades tales como piragüismo, vela, etc. En esa línea, se incluye como ampliación del establecimiento un Spa de uno 650m atendiendo a las demandas del mercado, supone una tendencia de mercado y los touroperadores lo demandan, en estas instalaciones se incluirá una sala médica pensando también en las actividades que se quieren llevar a cabo en el embalse, piragüismo, rutas en bicicleta, senderismo y posibles concentraciones deportivas.

Finalmente nos dirigimos a uno de sus restaurantes, el más pequeño utilizado para reuniones, donde realizamos el almuerzo de trabajo.

- El técnico de SOPDE Eugenio Sepúlveda realizó una breve introducción previa a la comida donde quiso poner de manifiesto las conclusiones cualitativas obtenidas hasta el momento reflejadas en el Informe de la Ruta 1 con el propósito de que sirvieran a modo de recordatorio de todas las cuestiones surgidas hasta el momento para bien profundizar mas en algunas cuestiones, como en la idea de la aportación de nuevos puntos a introducir.

Seguidamente pasamos al almuerzo propiamente dicho. El director del establecimiento nos hizo una previa presentación de cada plato. El ágape estuvo compuesto de cuatro platos compuestos por productos de la zona, preparados en un formato distinto adaptándose a los parámetros de “La Nueva Cocina”, pero integrando todas las materias primas de la comarca y de la provincia de Málaga.



En esta reunión contamos con la presencia de varios miembros pertenecientes a distintas entidades y organizaciones.

- Enrique Martín, responsable del Departamento de Calidad de A.E.H.C.O.S , que realizó una breve presentación informando a todo el grupo del Certificado de Calidad ( Q de Calidad ), sus orígenes, su recorrido y el número de empresas que ya ascienden a 583, de la más diversa índole, Establecimientos hoteleros, Agencias de Viajes, Estaciones de Esquí, Restaurantes, Casas Rurales, Playas, etc. Todos ellos forman en el año 2000 el ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española), que es el ente gestor que otorga la marca de calidad ( Q de Calidad), además de informar de todas las funciones de su departamento, entregó material explicativo del mismo a la persona que lo solicitase.
- Roque Carmona, responsable de Producto del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, que también nos informó de las funciones desempeñadas por su departamento, y realizó diversas intervenciones aludiendo al tema Promoción ( Que se quiere vender), necesidad de definición del Producto y las carencias observadas en el producto, como las relativas a Oferta Complementaria ( Observadas y señaladas por todos los Establecimientos Hoteleros), apuntó a la idea de que quizá se necesitasen mas empresas para cubrir este sector.

- David Camacho, como representante de Ceder (Centro de Desarrollo Rural), intervino en varias

ocasiones para informar sobre los proyectos y línea de trabajo seguida hasta el momento por su entidad. Nos informó de que van a llegar a un convenio en un tema de cooperación para introducir a una persona que se encargará de proporcionar información a todos los Establecimientos Hoteleros sobre todos los



sistemas de calidad existentes en el mercado. También nos comentó que en lo que respecta al Sistema de Información Territorial de la Provincia de Málaga están trabajando para la realización de una aplicación informática que permita a través del Sistema de la Información Digitalizada, un programa que está realizando La Diputación Provincial, y quieren aplicarlo a los Ayuntamientos, para que cualquier persona a través de un acceso web pueda recibir una información directa de un Establecimiento Hotelero con su fotografía, y toda la información relativa al establecimiento. También nos informó que respectó al tema de la promoción su entidad puede contribuir a través de la reedición de guías Histórico- Artísticas, Parque Natural, folletos, libros, etc. Y solicitó la colaboración de los participantes para medir el grado de satisfacción del material ya editado, para realizar nuevo material al respecto. Y también manifestó la necesidad de ofrecer información sobre las distintas asociaciones existentes en la comarca para el conocimiento de todo el sector hotelero.

- Cesar Herrero, como representante de AEHCOS, nos informó sobre la Asociación, recoge en su ámbito a Establecimientos Hoteleros y Apartamentos Turísticos. Como ofrecen información en tema de subvenciones, ayudas, y que la Asociación dispone de un gabinete jurídico y administrativo por lo que el asociado se encuentra bastante cubierto, e invitó a los participantes a unirse para que el peso específico dentro de la misma sea mayor.

## 5. APORTACIONES Y SUGERENCIAS

- Promoción “Marca Axarquía” “Axarquía Costa del Sol”.

- Calidad. Proyecto dirigido a la definición y adopción voluntaria de estándares de calidad.
- Definición del producto “Axarquía Costa del Sol”
- Necesidad de asociacionismo empresarial (Fomentar el conocimiento del sector empresarial)
- Introducir nuevas vías de comunicación y telefonía (Tecnología wifi y telefonía IP).
- El saneamiento de aguas residuales y la recogida de residuos sólidos urbanos y la limpieza viaria.
- Puesta en valor de recursos turísticos( P.Ej. El embalse de la Viñuela.)
- Cooperación Público-Privado.
- Adecuar el producto a las nuevas tendencias de la demanda.
- Existencia de una oferta complementaria diversificada y conocimiento de la misma
- Aumentar la calidad de los destinos, especialmente en lo relativo a los factores medioambientales que inciden en la percepción y satisfacción de los turistas.
- Necesidad de integración de los establecimientos de la costa y del interior, crear un nexo de unión entre ambos.
- Necesidad de promoción ( Representación en Ferias de Turismo de ámbito nacional e internacional, y la participación en la creación de folletos “ Un único folleto” en el que se oferte La Axarquía en su conjunto, productos que promocionen el destino P.ej. (Una botellita de aceite que se ofrezca en todos los establecimientos hoteleros.)

## **6. CONCLUSIONES CUALITATIVAS Y DEBATE**

- Aparición de oferta ilegal de empresas de actividades complementarias que no cumplen los requisitos, con el consiguiente riesgo para los clientes, los empresarios y las empresas regladas de la comarca. (Seguros.
- Necesidad de asesoramiento y formación técnica del personal que atiende a los visitantes.
- Adecuación de parajes naturales para su visita turística ( recuperación, ordenación, adaptación a la visita turística).
- El grado de asociacionismo empresarial, hotelero y de oferta complementaria, y su implicación en el proyecto, expresada en la adopción de compromisos tangibles.
- El que el municipio cuente con un Plan General de ordenación urbana, y las correspondientes normas subsidiarias de desarrollo, que controlen el crecimiento de la oferta alojativa, la densidad de las edificaciones, las cualidades estéticas de estas, la reserva de espacios para uso público o su recuperación y la preservación del paisaje.

## 1. ITINERARIO

### RUTA 3

MIÉRCOLES 27 DE ABRIL

BENAMOCARRA  
MACHARAVIAYA

Cerro la Jaula  
Molino de Santillan

## 2. VISITAS TÉCNICAS

### HOTEL CERRO LA JAULA (3\*)

- Persona de Contacto: Cristóbal España
- Teléfono / fax: 952 53 57 48
- E-mail: [info@hotelcerrolajaula.com](mailto:info@hotelcerrolajaula.com)

### MOLINO DE SANTILLAN (HOTEL DE CAMPO 2\*)

- Persona de Contacto: Alejandro Marchini
- Teléfono / fax: 902 12 02 40/ 952 40 09 50
- Móvil: 661 73 87 59
- E-mail: [reservas@molinodesantillan.es](mailto:reservas@molinodesantillan.es)

### 3. ASISTENTES A LA RUTA

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Hotel Almazara	Frigiliana	José A. Armijo	952534212	<a href="mailto:info@hotelruralalmazara.com">info@hotelruralalmazara.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Cerro la Jaula	Benamocarra	Cristóbal España	952535748	<a href="mailto:info@hotelcerrolajaula.com">info@hotelcerrolajaula.com</a>
Hotel Humaina	Colmenar	Juan M <sup>a</sup> Luna	952641025	<a href="mailto:info@hotelhumaina.es">info@hotelhumaina.es</a>
Alojamientos Hueter	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshueter.com">info@alojamientoshueter.com</a>
Santa Rosa	Torrox	José Zurita	952530790	
Proamar	Vélez	J. Alberto Berenguer Emilio Soto Ramirez	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villagrigiliana@ihmhotels.com">villagrigiliana@ihmhotels.com</a>
Villaflamenca	Nerja	Ramón Pons	952521869	<a href="mailto:rpons@ihmhotels.com">rpons@ihmhotels.com</a>
Plaza Cavana	Nerja	Francisco Rico	952524000	<a href="mailto:hotelplazacavana@infonegocio.com">hotelplazacavana@infonegocio.com</a>
Parador de Nerja	Nerja	Luz Montalbo	952520050	<a href="mailto:nerja@parador.es">nerja@parador.es</a>
Husa Mainake	Torre del Mar	M <sup>a</sup> Jesús Cestero	952547246	<a href="mailto:mainake@husa.es">mainake@husa.es</a>
Costamar	Torrox	Manuel Rico Olalla	952530049	

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Inmaculada Bautista	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiadelsol.org">apta@axarquiadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero	952381700	<a href="mailto:info@aeocos.org">info@aeocos.org</a>
JEFE DE ESTUDIO DE LA ESCUELA HOSTELERIA CASTILLO DE MARQUÉS	Antonio Garrido	952058694	
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
SOPDE	Eugenio Sepúlveda M <sup>a</sup> Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

#### 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

A las 10.00 a.m dio comienzo la ruta, seguidamente detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se realizaron.

La primera parada técnica la efectuamos en **HOTEL CERRO LA JAULA** nos recibió su Gerente el Sr. Cristóbal España. Se comenzó con una breve presentación de todos los asistentes, y a continuación pasamos a la jornada técnica de trabajo donde se formularon preguntas por parte de todos los establecimientos hoteleros asistentes a la citada ruta.

El Sr. España además de regentar el establecimiento es el jefe de cocina del establecimiento, el se define así mismo como un cocinero de fogones, y cuando le preguntamos sobre la carta de su establecimiento, nos señaló que su carta no es la mera carta convencional a la que estamos acostumbrados a encontrarnos en los hoteles del interior basada en carne principalmente. Su establecimiento ofrece un tipo de cocina diferente, disponiendo de una carta muy variada., pero basándose siempre en productos autóctonos.



A continuación el Sr. España nos ofreció un desayuno típico con productos autóctonos que supuso la felicitación de todo el grupo asistente, no sólo por sus excelentes productos, sino también por su exquisita presentación.

El **cliente** que visita el establecimiento es mayoritariamente español en que ocupa las estancias de restaurante, ingleses afincados en la comarca, y también recibe un cliente de negocios que ocupa el hotel durante la semana, con un número de pernотaciones no superior a tres.

Los **Canales de Comercialización** utilizados por el establecimiento hotelero son principalmente, web, prensa local y provincial, radio, y centrales de reservas.

Para finalizar nuestra visita el Sr. España pasó a enseñarnos su establecimiento. El hotel dispone de diez habitaciones, cada una dispone de una decoración diferente, y aluden a nombres de municipios de La Comarca de La Axarquía, se encuentran situadas en la primera planta del edificio, en la última planta, el hotel dispone de un mirador, desde el que se ofrecen unas vistas impresionantes. El Sr. España nos comentó que está aprobada la construcción de un complejo de 650 viviendas, que va a cambiar la fisonomía del lugar en gran medida, introduciendo modificaciones en el acceso de

carretera sin necesidad de tener que pasar por el municipio para acceder a su establecimiento hotelero.

El nombre del hotel tiene un significado muy peculiar. El cerro en el que se haya ubicado el establecimiento tenía forma de jaula, concretamente la forma que presenta es la jaula de una perdiz, ya desde antaño, desde la época de los árabes se decía esto.

El Sr. España se ocupa de la gestión del establecimiento hotelero desde Diciembre que es cuando ha pasado a tomar la concepción. El hotel apenas ha sufrido remodelaciones en lo que respecta a sus instalaciones, pero si ha habido un cambio en las funciones de gestión del hotel.

### Problemática del empresario;

- Necesidad de personal de hostelería, (para ello contábamos con la presencia de Antonio Garrido, Director de La Escuela De Hostelería del Castillo del Marqués ).
- Deficiente señalización turística comarcal, y falta de señalización de las rutas de senderismo establecidas.
- Carencia de actividades complementarias en el municipio y esto se hace extensivo al resto de La Comarca de La Axarquía.
- Se hace imprescindible independizar las estancias, el restaurante del hotel, de cara al ruido que representa un problema para los clientes alojados en el hotel.

La conversación de los asistentes se centro principalmente en la necesidad y cualificación del personal de restauración, el Sr. Antonio Garrido (Jefe de estudios de la Escuela de Hostelería Castillo de Marqués) ofreció la posibilidad de trabajar con estudiantes de su escuela, y realizar con los hoteleros de la Axarquía, rutas o cursos de gastronomía, también se invito a la cata lHotel Cerro la Jaula el próximo día y se abrió la posibilidad de realizar posteriormente algún curso de cata para los restaurantes interesados en el tema.

La siguiente parada de nuestro recorrido la efectuamos en **EL MOLINO SANTILLÁN.** Nos recibió el encargado del establecimiento el Sr. Alejandro Marchini, y tras realizar la presentación de todos los asistentes el Sr. Marchini pasó a enseñarnos las instalaciones de su establecimiento.

El Sr. Marchini nos comento que el hotel había sido sometido a un proceso de tres ampliaciones, la primera con la creación de los salones, la segunda un patio andaluz, y la tercera la torre con una gran suite y diez habitaciones mirando al mar. El hotel dispone hasta el momento de un total de 23 habitaciones, se quiere llegar a contar con una capacidad de 50 habitaciones, habitaciones que dispondrían de otras características, serían habitaciones pequeñas con jardín (a modo de pequeños pueblos andaluces ), debajo a modo subterráneo van dos plantas de 500 metros cuadrados, donde

se ubicará un **spa con un gimnasio**, en octubre esta previsto que estén finalizadas.

El establecimiento hotelero lleva diez años en funcionamiento, el nombre actual del establecimiento alude a un molino de aceite que se encuentra a unos 500m del actual establecimiento hotelero, en un principio su propietario pensó en rehabilitarlo, pero las labores de restauración del edificio resultaban económicamente más caras que acometer las obras de un hotel nuevo.

A continuación el Sr. Marchini pasó a enseñarnos las dependencias de la piscina, que cuenta con una pequeña zona destinada a bar donde poder tomar un tentempié, y una **pista de paddel** construida en cristal para no romper con la estética del lugar. La pista ha sido diseñada con medidas profesionales, para poder llevar a cabo pequeñas competiciones por parte de empresas, ejecutivos de ciudad etc. Se ha convertido en los últimos tiempos en una actividad muy demandada.

El establecimiento dispone de varios salones para celebraciones, concretamente 3 salones con chimenea y un patio para cenas, que en verano se acondiciona para paliar las altas temperaturas.

El hotel cuenta en la actualidad con la presencia de un **invernadero**, que abastece de especies arbóreas y vegetales al establecimiento, y que fue creado con la idea de organizar cursos, ha sido confeccionado en cristal para no romper la estética del entorno, esta siendo bastante dificultoso de poner en marcha, el establecimiento lleva un periodo de seis meses con este proyecto, los **talleres** que se organizan no sólo van dirigidos a los clientes que pernoctan en el hotel, sino a clientes que tan sólo hagan uso del restaurante, pudiendo así disfrutar además de una actividad añadida que el establecimiento ofrece. Junto al invernadero se están construyendo unas **viviendas de personal** que se pretende que estén finalizadas las obras antes de finales de año.



El **personal** con el que cuenta el hotel son 13 personas, 12 de manera estable, en temporada alta el numero se eleva a 16 ó 18 personas. Para celebraciones y eventos se tiene un equipo de 9 personas y 2 personas a media jornada. Para efectuar las labores de jardinería se cuenta con un equipo de 4 personas, en esta área de jardinería está previsto un proyecto de ampliación y acondicionamiento de exteriores.

La política del establecimiento en cuanto al equipo de trabajo es mantener una plantilla fija y una plantilla temporal normalmente de fuera de la provincia de Málaga, de ciudades como Madrid, Barcelona, e incluso Londres, se trataría de un personal bien cualificado que se alojaría en las viviendas de personal habilitadas para tal fin.

El establecimiento hotelero cuenta también con un **taller de madera, y otro de cerámica y forja**, que se utiliza para abastecimiento del hotel y también se quieren organizar en un futuro talleres para personas con problemas para su inserción laboral y social. El hotel dispone también de una huerta ecológica con su gallinero, cuyos productos son utilizados para el autoabastecimiento del establecimiento hotelero.

**Canales de comercialización.** Agencias Minoristas, Internet y Centrales de Reserva principalmente.

El **tipo de cliente** que visita el establecimiento es extranjero en su gran mayoría, principalmente belga, holandés, alemán e inglés, también les visita el turista nacional, pero en menor medida. La estancia media del cliente de este establecimiento hotelero es de 3 días aproximadamente. Porcentaje de ocupación, es de un 40% entre semana, y un 55% los fines de semana, su media de ocupación anual es de un 60 ó un 65%. El hotel cuenta con una estacionalidad mínima, más de fin de semana que de temporada. El establecimiento por tanto cuenta con 3 ó 4 meses más bajo en lo que respecta a la ocupación, que el hotel pretende paliar en breve con la **instalación del spa, organizando cursos dietéticos y todo tipo de tratamientos de salud de 4 ó 5 días de duración mínimo.**



**Situación Geográfica.** La información que el hotel ofrece al cliente sobre su situación es la siguiente: El hotel está situado a media hora del aeropuerto, a 30 minutos de la estación de tren, a 10 Km de Rincón de La Victoria, situado en La Axarquía Malagueña, concretamente en la Villa Histórica de Macharaviaya.

### Problemas planteados por su propietario;

- Necesidad de personal de hostelería cualificado.
- Falta definición de este tipo de hotel en la actualidad, no se sabe definir este tipo de producto, primero se les denominaba como Hoteles de campo, después pasaron a ostentar la categoría de casas rurales, posteriormente son denominados Hoteles con encanto, y en este momento toman la denominación de Hoteles Rurales. Es difícil comunicar el concepto, pues en estos momentos sus instalaciones están dotadas de todo tipo de comodidades para el cliente alojado en su establecimiento, como bañeras de hidromasaje, etc.
- Dificultades con el carril de acceso a su establecimiento, debido en su mayor parte a la construcción de un nuevo proyecto que ya está aprobado y se va a situar en las inmediaciones del hotel.
- Deficiente señalización turística del establecimiento, problemas con su ubicación, se lo ponen en el paseo marítimo de Rincón de La Victoria, a su propietario no le interesa esta ubicación..
- Demasiados requisitos para implantar cualquier sistema de calidad en su establecimiento. Las necesidades que presenta un establecimiento como este con un número de habitaciones no superior a 30 no ha sido debidamente estudiada hasta este momento.
- Recogida de residuos sólidos urbanos.

## 5. ESTRATEGIAS Y ACTUACIONES A DESARROLLAR

Una vez finalizada la visita por las instalaciones del establecimiento, pasamos a un salón habilitado para trabajar, el objetivo era establecer una mesa de trabajo donde trabajar sobre las Estrategias y Actuaciones a desarrollar en el Destino Axarquía, partiendo de la problemática y necesidades detectadas. Se le entrego a cada asistente un dossier para trabajar sobre ocho estrategias, en concreto;

- A. Promoción y Comercialización
- B. Actividades complementarias
- C. Tecnológicas
- D. Formación
- E. Infraestructuras
- F. Entorno Patrimonial
- G. Calidad
- H. Producto



En cada una de ellas se detallaban las diferentes problemáticas y necesidades detectadas en las entrevistas personales mantenidas con el empresario y en las rutas realizadas.



La metodología de trabajo seguida fue que en primer lugar el empresario trabajase individualmente sobre este cuaderno aportando soluciones para cada problemática concreta para después, realizar una puesta en común con todos los asistentes, sobre las estrategias y actuaciones propuestas con la finalidad de poder realizar un informe con Estrategias y Actuaciones Turísticas a Desarrollar en el destino AXARQUIA.

A continuación se detalla a modo de esquema las respuestas por parte del tejido empresarial sobre las ocho estrategias trabajadas;

## A. PROMOCION Y COMERCIALIZACION

### A.1 DESCONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

- Fomentar el asociacionismo entre el tejido empresarial
- Información sobre los Canales de Comercialización que existen
- Posibilidad de asistir a ferias
- Encuentros y reuniones con el fin de presentación de ofertas conjuntas
- Investigación de segmentos específicos y búsquedas del canal adecuado al caso
- Trabajo conjunto

### A.2 FALTA DE FUERZA EN LA NEGOCIACIÓN CON LOS TT.OO

- Centralizar las negociaciones
- Estadística de ocupación por zona con precios medios
- Visitas a los TT.OO, Centrales de reservas, Cadenas hoteleras
- Una vez desarrollado la marca “Axarquía Costa del Sol” el problema no será tan acusado
- Plan conjunto de acción (Central de reserva “Axarquía”)
- Jornadas informativas
- Cursos de Negociación
- Imagen de Marca (personal preparado)

### A.3 DEFICIENTE PROMOCIÓN CONJUNTA DE LA COMARCA DE LA Axarquía

- Crear una oficina/asociación que se dedique a una promoción conjunta
- Plan de promoción conjunta
- Unión en el tejido empresarial
- La promoción Conjunta debe ser guiada por un organismo, el cual el empresario confíe, y que busque soluciones a problemas que puedan tener establecimientos pequeños
- Folleto actualizado
- Web promocional de la Axarquía
- Ejecutar proyectos de promoción conjunta de destino (oferta y entorno) solo de contrastada calidad
- Más fuerza por parte de las oficinas de turismos y más trabajo especializado
- Unificar oferta, presupuesto y fuerza
- Sensibilizar al empresario en este sentido, facilitándole ayudas para promoción
- Organización de jornadas conjuntas (gastronómicas, cultural, turismo activo)

### A.4 CREACIÓN Y/O FORTALECIMIENTO DE LA MARCA “AXARQUIA, COSTA DEL SOL”

- Crear atractivos para identificar la Axarquía
- Lugar donde dirigirnos y que promocioe dicha marca
- Apoyo por parte de los ayuntamientos, más promoción
- Esfuerzo conjunto, unión del tejido empresarial de la comarca
- Asociación para ello
- Estándares de calidad
- Recopilación oferta cultural, natural
- Revalorización gastronómica y artesanal
- Publicidad genérica
- Las instituciones tienen que crear la marca, necesitamos sonar como Axarquía
- Sensibilizar al empresariado la necesidad e importancia de la marca
- Mayor presencia de la palabra Axarquía

### A.5 DESCONOCIMIENTO DE LAS ASOCIACIONES EXISTENTES

- Información con listado de empresas y asociaciones
- Las distintas asociaciones se deben dar a conocer con ideas claras para trabajar,
  - vender ayuda global a un proyecto y no subvenciones particulares a establecimientos
  - acercando la información y objetivos al empresario (estudio de campo) poner en conocimiento del sector los medios para acceder a ello
- ¿Existen?

### A.6 DESCONOCIMIENTO EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE LA OFERTA DEL DESTINO AXARQUÍA

- Encuentros del tejido empresarial
- Inventarización de los establecimientos de la comarca
- Reuniones, cursos conjuntos, rutas, Foro
- Programas de conocimiento mutuo
- Web integral del tejido empresarial de la Axarquía

## B. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

### B.1 CARENCIA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- Baja organización en actividades con una buena calidad
- Deberíamos tener la información de actividades por zonas
- Aportar entre todos el conocimiento de ellas a empresas que las realicen
- Las hay pero debería existir un nexo “ente promocional Axarquía” que nos ponga en contacto
- Apoyo e iniciativas a la creación de empresas de actividades complementarias
- Necesidad de una agencia que nos facilite esas actividades que con seguridad podamos ofrecer
- Aunar esfuerzos en realizar una oferta atractiva y diversa que satisfaga a los clientes
- Potenciar las que haya, crear nuevas
- Ayudar a las empresas regladas a organizar actividades

### B.2 OFERTA DE ACTIVIDADES NO REGLADAS

- No contactar con ellas y el tiempo dirá
- Mas control y regulación al respecto
- Informarles con el fin de que se regulen, animarles a ello
- Simplemente que no existan
- Acabar de forma legal con esta competencia desleal

### B.3 AUSENCIA DE RUTAS DE SENDERISMO ESTABLECIDAS

- Establecer documentación al respecto
- Creación de folletos o guías (hay más guías en extranjero de la zona que en español)
- Inventariar recursos y solicitar apoyo para su adecuación
- Mejorar la señalización existente
- Creación de folletos informativos por zonas a clientes
- Implicación del sector público y privado
- Recopilaciones y traducciones del trabajo existente, y ampliarlo
- Establecerlas, tipificarlas y señalarlas

## C .TEGNOLOGICAS

### C.1 PRECARIEDAD EN EL SISTEMA DE TELECOMUNICACIONES

- Presión a empresas de telecomunicaciones que amplíen la red y tengan un buen mantenimiento
- Mayor infraestructura
- Buscar nuevas formas adaptables a establecimiento con problemas en telecomunicaciones
- Información sobre posibles alternativas

### C.2 DEFICIENTE ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS POR PARTE DEL EMPRESARIADO TURÍSTICO

- Cursos formativos directos y especializados
- Crear subvenciones para adaptación a las nuevas tecnologías
- Formación como iniciativa del propio establecimiento con ayuda de asociaciones
- El problema a veces es la falta de preparación profesional al respecto
- El coste de adaptación es alto. Se podría crear una Pág. web de la Axarquía a la que estuviesen vinculados las web de los establecimientos que ya tuviesen su propia Pág. y para los que no tienen, un enlace con una Pág. web estándar de la Axarquía

## D.FORMACIÓN

### D.1 DEFICIENTE NIVEL FORMATIVO EN EL SECTOR

- Cursos de seguimiento y reciclaje para profesionales de sector
- Cursos de especialización
- Evitar que la formación en practica sea un mero recurso para ahorrarse costes (aprovechar la oportunidad de formar)
- Sería interesante potenciar en establecimientos hoteleros y de restauración de la zona cursos como (repcionista, gobernanta, camarera de piso.....)
- Ayudas para dar cursos de formación y especialización a los trabajadores o facilidades para optar a ellos.

### D.2 DESCONOCIMIENTO DEL EMPRESARIADO DE LAS LINEAS DE AYUDAS Y SUBVENCIONES AL SECTOR

- Que las asociaciones nos tengan informados de ayudas y subvenciones que vayan saliendo
- Envío de dicha información al empresario (ayudas, subvenciones, cursos..)
- Información y canalización a través de organismos
- Jornadas informativas de donde acudir, gestión, baremos etc.
- Difundir los canales de ayudas ¿donde acudir?

### D.3 DEFICIENTE PROFESIONALIDAD EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

- Formación (camareros, pinches)
- El problema es que hoy en día obtienen titulación todo el mundo a veces sin estar preparado
- Fomentar cursos de reciclaje para el personal
- Hay que buscar una calidad a la hora de contratar
- Permitir que los trabajadores se reciclen y promocionen, facilitar asistencia a cursos formativos
- Crear una empresa de calificación, reciclaje, adaptación a nuevos hábitos, atención a cliente, protocolo de actuación
- Impulsar convenio de colaboración con las escuelas de gastronomía, realizando cursos de formación conjuntos con ellos en nuestros establecimientos

## E .INFRAESTRUCTURA

### E.1 AUSENCIA DE UNA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA HOMOGÉNEA (VIAL, DE ESTABLECIMIENTOS, RECURSOS...ETC)

- Presionar organismos pertinentes (Ayuntamiento, Diputación, Junta de Andalucía, Ceder...)
- Trabajar en común empresas y organismos
- Ampliar la información existente y homogeneizarla siempre controladamente

### E.2 ESTADO DEFICIENTE DE LA RED DE CARRETERAS DE LA COMARCA

- Presión sobre los organismos pertinentes (diputación, junta de Andalucía)
- Hay que denunciar y quejarse del mal estado de la red (única vía de actuación los organismos públicos)
- Inventariar por orden preferente las actuaciones necesarias
- Profundizar en algunas zonas y valorar el problema

### E.3 AUMENTOS DE LA OFERTA ILEGAL DE ALOJAMIENTOS

- Hay que animar a legalizarse
- Concienciación / denunciar
- Hay que controlar este problema inmediatamente
- Revisar y hacer seguimientos de los no reglados y no tanto seguimiento a los reglados (para cubrir expedientes)

## F. ENTORNO PATRIMONIAL

### F.1 DESAPARICIÓN PROGRESIVA DE LAS EMPRESAS TRADICIONALES ( PRODUCTOS ALIMENTICIOS, ARTESANIA...ETC )

- Promocionar los productos tradicionales a través de los establecimientos hoteleros y de restauración
- Ayuda en promoción y comercialización a los artesanos
- Incentivar el seguimiento en el mercado, de empresas tradicionales
- Facilitar información al empresariado de la ubicación de empresas agroalimentarias y artesanales de la comarca
- Cursos de adaptación a los nuevos canales de comercialización para este tipo de empresas

## F.2 DESCONOCIMIENTO DE LA OFERTA PATRIMONIAL DE LA AXARQUÍA

- Crear folletos informativos
- Pedir información a las oficinas de turismo y realización de jornadas informativas por su parte
- Convencimiento por parte de la entidad municipal de que este tipo de recursos se pueden poner en valor y formar parte del desarrollo turístico de la zona
- Promoción más información

## F.3 DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES

- Unificar
- Promoción
- Deficiencia en la gestión y baja calidad a causa de aparición de las empresas ilegales
- Promoción más información

## F.4 DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES

- Ponerlos en valor y que puedan ser visitados respetuosamente
- Una vez que se conozcan, promocionarlos
- Falta de coordinación entre distintas Concejalías y Oficinas de Turismo. No existe precedente de visitas guiadas pero tampoco están abiertos a reconocerlo y establecer nuevas iniciativas
- Información más promoción más organización

## G.CALIDAD

### G.1 ESCASA CALIDAD DEL DESTINO, Y ESPECIALMENTE EN ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

- Concienciación
- Certificaciones de calidad
- La calidad esta marcada por cada establecimiento de acuerdo a sus posibilidades y necesidades. No se puede pedir calidad llamándola “ISO”, la calidad no se mide.
- Concienciación ciudadana, ya que deberíamos ser los habitantes del municipio los más interesados al respecto.

## H.PRODUCTO

### H.1 NECESIDAD DE ADAPTARSE A LAS NUEVAS TENDENCIAS DE LA DEMANDA

→ Cursos de reciclaje e informativos al respecto

### H.2 MASIFICACIÓN URBANÍSTICA Y CONSTRUCCIONES NO ADECUADAS AL ENTORNO

→ Concienciar a los ayuntamientos

### H.3 DEFICIENTE ACCESIBILIDAD A LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS POR PARTE DE DISCAPACITADOS

→ Animar, concienciar e informar sobre medidas de adaptación

### H.4 PÉRDIDA DE LA GASTRONOMIA TRADICIONAL

→ Promoción de los platos autóctonos

→ Animar a los establecimientos de la importancia de mantener las raíces y utilizar productos autóctonos de la zona.



Finalizada la jornada de trabajo, se ofreció un almuerzo en uno de los restaurantes del hotel, donde pudimos disfrutar y relajarnos después del intenso día de trabajo.

## 1. ITINERARIO

<b>RUTA 4</b>	<b>JUEVES 16 DE JUNIO</b>
EL BORGE	Posada del Bandolero
RIOGORDO	Hospedería Retamar

## 2. VISITAS TECNICAS

### POSADA DEL BANDOLERO (Hotel 1\*)

- Persona de Contacto: Concepción Vallejp
- Teléfono : 952 51 94 50
- E-mail: [posadadelbandolero@hotmail.com](mailto:posadadelbandolero@hotmail.com)

### HOSPEDERÍA RETAMAR (Hotel de Campo 2\*)

- Persona de Contacto: Angel Sánchez / Angeles Vargas
- Teléfono : 952 03 12 25
- Móvil: 645 99 47 87

### 3. ASISTENTES RUTA

ESTABLECIMIENTO	MUNICIPIO	REPRESENTANTE	TLF/MOVIL	E-MAIL
Hotel la Viñuela	La Viñuela	Cesar Herrero	952519193	<a href="mailto:hotel@hotelvinuela.com">hotel@hotelvinuela.com</a>
Hotel Almazara	Frigiliana	José A.Armijo	952534212	<a href="mailto:info@hotelruralalmazara.com">info@hotelruralalmazara.com</a>
Posada la Plaza	Canillas de Albaida	Gustavo Romero	952553254	<a href="mailto:reception@posada-laplaza.com">reception@posada-laplaza.com</a>
Posada Morisca	Frigiliana	Sara Navas	952534151	<a href="mailto:posada.morisca@terra.e">posada.morisca@terra.e</a>
Hotel Humaina	Colmenar	Juan M <sup>a</sup> Luna	952641025	<a href="mailto:info@hotelhumaina.es">info@hotelhumaina.es</a>
Alojamientos Huetor	La Viñuela	Isabel Hijano	659589562	<a href="mailto:info@alojamientoshuetor.com">info@alojamientoshuetor.com</a>
Proamar	Vélez	J.Alberto Berenguer	952547970	
Villafrigiliana	Frigiliana	Antonio Torralbo	952533393	<a href="mailto:villagrigiliana@ihmhotels.com">villagrigiliana@ihmhotels.com</a>
Husa Mainake	Torre del Mar	M <sup>a</sup> Jesús Cestero	952547246	<a href="mailto:mainake@husa.es">mainake@husa.es</a>
Torre del Mar	Torre del Mar	Elena Sanchís	952547057	<a href="mailto:comercial@hoteltorremar.com">comercial@hoteltorremar.com</a>

AGENTES COLABORADORES	REPRESENTANTES	TLF/MOVIL	E-MAIL
RECEPTUR (T.Activo)	Isabel Ruíz	952503734	<a href="mailto:recepturaxarquia@hotmail.com">recepturaxarquia@hotmail.com</a>
A.P.T.A	Elisa Páez	952542808	<a href="mailto:apta@axarquiadelsol.org">apta@axarquiadelsol.org</a>
A.E.H.C.O.S	Cesar Herrero	952381700	<a href="mailto:info@aeocos.org">info@aeocos.org</a>
CEDER Axarquía	David Camacho	952509727	<a href="mailto:cederax@interbook.net">cederax@interbook.net</a>
NATURES	ROSA		
SOPDE	Eugenio Sepúlveda M <sup>a</sup> Belén García Ana Belén Montosa	952029099 680576613 655268482	<a href="mailto:esepulveda@sopde.es">esepulveda@sopde.es</a>

## PONENTES

**DÑA. SARA SÁNCHEZ RIVAS**

*Diputada del Área de Recursos e  
Iniciativas Locales*

**D.RAFAEL SALAS GALLEGO**

*Jefe de Servicios de la Delegación  
Provincial de la Conserjería de Turismo*

## 4. DESCRIPCIÓN DE LA RUTA

A las 10.00 a.m estaba estipulada la salida de la ruta 4, a continuación detallamos el recorrido y las distintas paradas técnicas que se efectuaron.

La primera parada técnica tuvo lugar en **POSADA DEL BANDOLERO** situada en el municipio del Borge, municipio perteneciente a la Ruta de La Pasa. Allí nos atendió la encargada del establecimiento la Sra. Concepción Vallejo. Se hizo una breve presentación de todos los asistentes, y a continuación la Sra. Vallejo efectuó una breve descripción de su establecimiento.



El nombre del establecimiento alude al famoso bandolero Luis Muñoz, más conocido como El bizco del Borge que se cree que nació en la casa donde actualmente se ubica esta posada. Es de destacar la edición de un fascículo quincenal que relata la trayectoria vital del Bizco del Borge (iniciativa del Ayuntamiento del El Borge).

El inmueble ocupa una parcela de 300m distribuidos en dos plantas. En la planta baja se dispone de un pozo árabe ubicado en el patio, y la piedra del antiguo molino de la antigua almazara que se ha conservado como elemento decorativo, en la misma planta baja se ubican las dependencias del bar, y también existe un restaurante decorado con elementos que aluden al origen de La Posada, elementos que se remiten al bandolerismo, tales como fotografías distribuidas por todo el local que supone conocer de una manera breve la evolución del bandolerismo en toda Andalucía y particularmente en la Comarca de La Axarquía y concretamente en el municipio del El Borge donde se ubica el establecimiento, también disponen de una terraza abierta que desempeña las funciones de Bar - Restaurante, que en breve va a sufrir remodelaciones, se pretende cerrar esta estancia para así poder introducir en

sus dependencias aire acondicionado y poder utilizarla en verano, algo que resulta en estos momentos prácticamente inviable.

El restaurante del establecimiento ofrece una amplia carta basada en productos autóctonos y tradicionales, destacando sus postres caseros y como especialidad de la casa el chivo al horno, aunque el restaurante ofrece otras muchas especialidades dignas de ser degustadas.

Como nota a destacar en su restaurante, es la utilización en la preparación de sus platos de productos cultivados en su propia huerta.

En la primera planta se distribuyen las habitaciones, un total de 6 habitaciones, cada habitación lleva asignado un nombre que pertenece a cada uno de los miembros de la partida del famoso bandolero Luis Muñoz, El Bizco. Destaca la decoración que presentan cada una de sus habitaciones cuidada al mínimo detalle, con muebles antiguos restaurados, algunos de ellos con una antigüedad superior a los 100 años.

El régimen de propiedad que presenta en la actualidad el establecimiento es una concesión, perteneciendo su propiedad al Ayuntamiento.

**Canales de comercialización:** El establecimiento no dispone en la actualidad de canales de comercialización, tan sólo utiliza algunos **Canales de promoción** tales como su propia página web, medios como radio y prensa utilizados de manera puntual, el boca a boca, representación a través de algunas ferias locales, y es de destacar su intermediación con Agencias de Viajes para la organización de comidas en su restaurante. El **Tipo de cliente** que visita el establecimiento es Turista Nacional, turista de paso, sobre todo provincial, es un turista en su gran mayoría nacional (sobre todo el de fin de semana ). Su **Porcentaje de ocupación** es de aproximadamente un 40% durante la semana, convirtiéndose en 100% el fin de semana.

#### **Problemas planteados por su propietaria**

- Asesoramiento técnico. (Información referente a ayudas, subvenciones).
- Carencia de actividades complementarias en el municipio, y en la Comarca.
- información de La Comarca, tales como folletos, mapas, etc.
- Búsqueda de nuevos canales de comercialización.
- Información y asesoramiento técnico para la organización de cursos de restauración en las dependencias de su establecimiento.

Tras la visita por el establecimiento, el cual nos pareció muy acogedor y sobre todo original, su propietaria nos invito a un típico desayuno de la comarca (Pan tostado, aceite de oliva, tomate y bacalao) que hizo el deleite de todos los asistentes.



La siguiente y ultima parada en nuestro recorrido la realizamos en el municipio de Riogordo, municipio perteneciente a La Ruta del Aceite y Los Montes donde se ubica **HOSPEDERÍA RETAMAR** un hotel de 2 estrellas. Nos atendió su propietario el Sr. Angel Sánchez quién nos efectuó una presentación de su establecimiento pasando a enseñarnos las dependencias del hotel.

Se trata de un inmueble familiar restaurado. Inaugurado en 1998. Es un típico cortijo andaluz. Se trata de un negocio familiar. El establecimiento se distribuye en dos plantas. En la planta baja se ubica la recepción, un pequeño bar-Cafetería, y el restaurante con tres zonas claramente delimitadas **El Saladero, El Rincón y El Tinaillo**. En la primera planta se ubica un amplio salón con chimenea utilizado para bodas y grandes celebraciones, así como salón social para eventos y reuniones. Como nota peculiar, el hotel dispone de **capilla propia**.



La cocina que ofrece su restaurante es una cocina tradicional basada en platos autóctonos, como nota a destacar del establecimiento es que dispone de huerto propio donde cosechan sus propias hortalizas, y también árboles frutales, disponiendo además de un gallinero propio, hacer mención que el establecimiento reutiliza el aceite usado y le emplea para hacer jabón.

El hotel dispone de 11 habitaciones distribuidas a nivel del suelo ubicadas alrededor de un patio central que hacia antaño las funciones de abrevadero para los animales. Cada habitación está construida a dos niveles aprovechando los techos altos del inmueble. Es de destacar la cuidada y exquisita decoración que ofrece el hotel, empleando utensilios y objetos pertenecientes a los miembros de la saga familiar que regenta el establecimiento. El hotel también dispone de piscina, de reciente inauguración.

**Canales de Comercialización** - Touroperadores extranjeros mayoritariamente y como **Canales de Promoción** - Tarjetas, Periódicos locales (Diario Sur), diversos portales turísticos tales como (Andalucía. com) y revistas, aunque este último medio todavía no está concertado. El **Tipo de Cliente** que visita el hotel es un turista extranjero mayoritariamente, de una edad media - alta y un nivel adquisitivo alto que busca tranquilidad.

#### Problemas planteados por su propietario;

- Dificultades con el carril de acceso a su establecimiento, se han efectuado hasta el momento labores de ensanchamiento, pero quedan pendientes las funciones de asfaltado.
- Deficiente señalización turística del establecimiento, problemas con su ubicación, la señalización actual conlleva a errores y el cliente tiene dificultades para llegar al establecimiento.
- Recogida de residuos sólidos urbanos.
- Deficientes servicios de telecomunicaciones, el hotel no dispone de Internet, ni de red telefónica en sus dependencias.
- Carencia de información sobre La Comarca de La Axarquía, ( Mapas, folletos, etc. )
- Asesoramiento Técnico ( Ayudas, subvenciones, etc. )



El Sr. Sánchez propietario del establecimiento destacó la necesidad de una promoción conjunta de la Axarquía y la creación de una web integral vinculada a la pagina de cada establecimiento.

Aprovechando esta ruta cuatro se vio apropiado realizar la presentación del futuro Plan de Dinamización Turística De la Comarca de La Axarquía al sector empresarial de La Comarca, para lo cual se contó con la presencia de La Diputada del Área De Recursos e Iniciativas Locales de La Diputación Provincial de Málaga la Sra. Dña. Sara Sánchez Rivas y de D. Rafael Salas Gallego Jefe de Servicios de La Delegación Provincial de La Conserjería de Turismo, además de técnicos de Sopde y Ceder responsables de proyectos vinculados al Plan de Dinamización.

#### 4. PRESENTACIÓN AL TEJIDO EMPRESARIAL DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMARCA DE LA AXARQUÍA

A la 13.00 p.m hora prevista en la Planificación del día, dio comienzo la presentación del acto, a continuación pasamos a detallar las diferentes exposiciones

##### ➤ **EXPOSICIÓN DEL GERENTE DE CEDER AXARQUÍA ( D. DAVID CAMACHO)**

Comenzó la presentación introduciendo el proyecto que actualmente nos ocupa “ASISTENCIA TÉCNICA AL SECTOR TURÍSTICO FAVORECIENDO SU ARTICULACIÓN SOCIAL Y EMPRESARIAL E IDENTIFICANDO NECESIDADES DEL MISMO” en La Comarca De La Axarquía, como parte del mismo se están desarrollando estas rutas de conocimiento empresarial con una doble finalidad, por un lado, dar a conocer la Comarca de La Axarquía y establecer una sinergia de comunicación entre los distintos empresarios turísticos de la Comarca, para establecer lazos entre ellos, y por otro lado, identificar la problemática de cada uno de ellos de cara a establecer posibles líneas de actuación a seguir. Continuó argumentando que la asistencia a las rutas ha sido totalmente voluntaria habiendo empresarios que se han inscrito a una u otra dependiendo de sus necesidades personales en cada momento. Para la actual ruta cuatro se había tenido en consideración en la línea de las anteriores dar a conocer esta parte de la comarca que aún no se había visitado y poder establecer lazos con las distintas administraciones y para ello se contó con la presencia de representantes y técnicos concedores del sector turístico que paso a presentar;

- La Diputada del Área de Recursos e iniciativas Locales Dña. Sara Sánchez Rivas que hablaría sobre El Plan De Dinamización Turística en la Comarca de la Axarquía
- El Jefe de Servicios de La Delegación Provincial de la Conserjería de turismo, para hablar sobre futuros proyectos que conciernen al sector D.Rafael Salas Gallego

- *El Técnico de Sopde* el *Sr. Eugenio Sepúlveda* que presentaría un proyecto de Implementación de Web para el Ceder Axarquía
- *El Técnico de Ceder* la *Srta. Rosa Delgado* que efectuaría la presentación de un nuevo proyecto del Grupo de Cooperación Natures sobre el tema de Calidad Turística.

➤ **EXPOSICIÓN DE LA DIPUTADA DE RECURSOS E INICIATIVAS LOCALES ( DÑA. SARA SÁNCHEZ RIVAS)**

Comenzó agradeciendo su invitación al acto, y pasó a efectuar su presentación aludiendo a su trayectoria profesional, la cual ha transcurrido en su mayor parte en La Comarca de La Axarquía, es aquí donde empezó a detectar problemas de coordinación entre las distintas administraciones que tenían o no tenían competencias en temas de turismo pero las ejercían, junto con una serie de instituciones que no se ponían de acuerdo y que realizaban actuaciones similares desde distintos frentes coincidiendo en los mismos lugares de encuentro.

La primera oportunidad que le surge para poder contactar con los distintos organismos e instituciones, es cuando pasa a ocupar el puesto de Diputada de Recursos e Iniciativas Locales en La Diputación Provincial de Málaga, con la idea de asentar las bases de trabajo y consensuar algunas acciones logra dialogar con La Junta de Andalucía, El patronato de Turismo, Grupos de Desarrollo y Consorcios, ya que tanto unas instituciones como otras estaban actuando en temas de Turismo, y ninguna de ellas excepto La Junta de Andalucía y El Patronato de Turismo disponían de suficientes recursos para acometer medidas sobre todo en el interior de la provincia de Málaga. Es por lo que se hacia necesario canalizar los recursos y trabajar todos en una misma dirección.

En el área de Recursos e Iniciativas Locales se había iniciado El plan de Dinamización de La Sierra de Las Nieves, plan que sirvió para plantear la posibilidad de realizar más proyectos de este tipo en la provincia de Málaga. La Diputada argumento al respecto que este tipo de proyectos es vital en el desarrollo de una comarca siempre que la filosofía real de ese plan se pueda ejecutar, consiste en dinamizar la zona en el territorio concreto en el que se actué, movilizando todos los recursos vengan de donde vengan, en la dirección que el territorio decida, es en este punto donde La



Sr. Rivas hace hincapié a la Junta de Andalucía alegando que si no se da un paso más, se puede embellecerse la zona, pero no se acabará de despegar turísticamente, la Comarca de la Axarquía es un ejemplo de esta situación.

En La Comarca de La Axarquía se han acometido muchas acciones en el proceso de los últimos 20 años, la comarca ha sufrido una transformación considerable como ejemplo podemos destacar la inexistencia de plazas de alojamiento en el interior de La Comarca de La Axarquía, ahora hay un número considerable, se carecían de bares y ahora todos los municipios disponen de ellos, todo esto son aportaciones en tema turístico. También se ha realizado un importante trabajo de promoción por parte de Ceder Axarquía ( Centro de Desarrollo Rural de La Axarquía ), Apta (Asociación para La Promoción Turística de La Axarquía ), Patronato de Turismo y Junta de Andalucía, en resumen se han acometido muchas acciones, sin embargo a pesar de ello no existe aún un producto turístico que defina La Comarca, un producto que permita poder ofrecer una oferta singular y diferente que sirva a los objetivos propuestos.

El Área de Recursos e Iniciativas Locales sigue creyendo que en La Comarca De La Axarquía se pueden compatibilizar Turismo, Agricultura, Cultura y Medio Ambiente, se sigue pensando que La Comarca De La Axarquía se encuentra preparada para poder ofertar un producto singular, un producto amplio que sea capaz de satisfacer las demandas que vayan surgiendo en el mercado, pero a eso aún no se ha llegado, se han invertido muchos esfuerzos, se han realizado muchas acciones, se ha acometido un esfuerzo enorme por parte de los privados, se ha puesto en marcha toda la maquinaria pero el proceso es muy lento, y para el empresario es muy problemático pues tiene que rentabilizar su inversión y en muchos casos los establecimientos tienen que echar el cierre como ultima medida.

El planteamiento que ha propuesto la Sr. Rivas a La Junta de Andalucía es que se efectuó una revisión del Plan de Dinamización, que este se oriente al tema de producto, que se den opciones a posteriori para seguir trabajando con otras líneas de subvención de La Junta de Andalucía en el tema específico de la Comercialización.

Diputación Provincial es una administración que se mantiene muy cercana a los Ayuntamientos, por lo que no sólo conoce el territorio, sino que todas las acciones que acomete las referencia al él y también al empresariado. El Área de Recursos e Iniciativas Locales defiende que el empresariado es parte fundamental en Los Planes de Dinamización , aunque no invierta directamente en la financiación del mismo, pero ayuda a establecer las directrices para desarrollar una zona y un producto determinado. Si hay oportunidades el empresario invertirá en su negocio y aportará con ello la infraestructura necesaria para desarrollar un producto turístico en ese destino que se está desarrollando entre todos, es por ese

motivo por lo que existe en la Comisión de seguimiento de los Planes de Dinamización una representación empresarial.

La Sra. Rivas, Diputada del Área de Recursos e Iniciativas Locales viendo que había posibilidades de entendimiento con La Junta de Andalucía, solicita a su área que realice un proyecto para presentar y argumentar la realización de un Plan de Dinamización en Guadalteba, y un Plan de Dinamización en La Axarquía, para ello cuenta con el trabajo previo que se ha efectuado por parte de Sopde ( Sociedad para La Planificación y Desarrollo S.A), y de los grupos de desarrollo de ambas zonas.

En la actualidad ya está aceptado El plan de Dinamización de Guadalteba, se está trabajando actualmente para formalizar la primera anualidad. Los Planes de Dinamización tienen una duración de 4 años de financiación y 5 años de ejecución. También ha sido presentado en La Junta de Andalucía con respecto al Plan de Dinamización de La Comarca de La Axarquía un primer documento en el que quedan reflejadas las necesidades y un segundo documento donde se señalan las medidas a adoptar presentado por El Ministro y El consejero de Turismo en Málaga, en estos momentos tan sólo resta asignarle una puntuación y una consignación presupuestaria. Se espera que el año próximo sea aprobado, a tal efecto la Sra. Rivas puso sobre la mesa a disposición de la persona que lo solicitase el primer documento en papel y en disquete. Ha sido también presentado ya el segundo documento, que en estos momentos está siendo evaluado en La Junta de Andalucía..

La Sr. Rivas apuntó a las posibles diferencias existentes entre el Plan de Dinamización de Guadalteba y de La Axarquía con respecto al plan de Dinamización de La Sierra de Las Nieves, por un lado, en estos dos nuevos planes se va a trabajar conjuntamente con Ayuntamientos y empresarios en el territorio de actuación, se ejecutarán reuniones periódicas con técnicos y políticos para establecer un diagnostico previo sobre las actuaciones a acometer, por otro lado, los nuevos Planes de Dinamización se va visualizar desde una línea de actuación global, que ha sido uno de los errores observado en El Plan de Dinamización de La Sierra de Las Nieves, centralizando todo la responsabilidad en los Ayuntamientos.

La filosofía del Plan de Dinamización es decidir entre todo el grupo de representación (sector público, privado y empresariado) las acciones a ejecutar, que tengan como finalidad beneficiar al entorno asignado, estableciendo el criterio que corresponda en cada momento, además todas las acciones que se acometan hay que ponerlas en valor. Se trata de establecer una sola voz, para ello la Sr. Rivas invitó al sector empresarial a crear una organización interna. Como miembros de La Comisión de Seguimiento además de los grupos señalados anteriormente, formarían parte también de esta Comisión de Seguimiento, Ceder Axarquía (Grupo de desarrollo Rural), Apta ( Asociación para la Promoción Turística de La Axarquía), y por supuesto como mencionábamos anteriormente sería conveniente establecer una

representación única que represente a todo el sector turístico de La Comarca de La Axarquía.

Otro punto mencionado por La Diputada de Recursos e Iniciativas Locales es la existencia de muchos documentos en los que La Comarca de La Axarquía aparece configurada por un total de 27 municipios, por supuesto La Comarca de La Axarquía la conforman 31 municipios, pero esta denominación de La Comarca de La Axarquía formada por 27 municipios, se debe única y exclusivamente a que los Planes de Dinamización no se ejecutaran en el litoral, no se van a efectuar acciones directas en el litoral pero si acciones de carácter indirecto como ejemplo el tema de señalización ya que el litoral interesa como entrada, como captación, y como posible comercialización del producto que se quiere vender.

La Comarca de La Axarquía a este respecto es una comarca en el que las vinculaciones existentes en el territorio, entre el litoral y el interior son muy notorias, hay pueblos del interior que distan del litoral tan sólo 15 minutos, estableciéndose en muchos casos la distancia máxima en 25 minutos, lo cual es una singularidad que presenta la Comarca de La Axarquía y que por supuesto debe ser tenida en cuenta.. Lo importante es el objetivo final, y hay que visionar el Plan de Dinamización como una globalidad con unos objetivos concretos que habrá que ejecutarlos donde estratégicamente convenga.

La Diputada habló de otros proyectos que se están llevando a cabo en su Área de Recursos e Iniciativas Locales, destacando de manera especial La obtención de La Certificación de Calidad. La Junta de Andalucía va a destinar una inversión importante en este aspecto y la Sr. Rivas invitó a los empresarios existentes a la ruta a participar en este tema, pues ella entiende que la Calidad es uno de los temas clave que pueden distinguir al destino turístico de La Comarca de La Axarquía de otros destinos turísticos.

## TURNO DE PREGUNTAS

⇒ ¿Cuál ha sido la financiación solicitada para El Plan De Dinamización de La Comarca de La Axarquía?

Se estima que el dinero que se reciba esté en torno a los 3 millones de euros, pero la Sr. Rivas ha iniciado conversaciones con La Junta de Andalucía para iniciar otras líneas de subvención en tema de producto y comercialización, que se llevarían a cabo en el inicio del Plan de Dinamización , o bien, cuando ya se hayan efectuado un par de anualidades.

⇒ ¿ Por qué no se realizan acciones en el litoral?

El litoral de la Axarquía ya ha tenido un plan de Excelencia. Los Planes de Dinamización sólo se ejecutan con destinos emergentes. Se trata de

desarrollar de modo estratégico aquellos productos de interior que respondan a los recursos endógenos de La Comarca de La Axarquía tanto en el ámbito de naturaleza como de Cultura del Interior, y acometer el proceso de comercialización donde sea oportuno, para ello se ubicarán algunas actuaciones donde estratégicamente convenga viéndose favorecido también el litoral.

⇒ ¿ Dentro de esas acciones estratégicas que lugar ocupa La Restauración del Patrimonio?

El Plan de Dinamización no va a destinar ningún tipo de inversión a la Restauración del Patrimonio, este tema es competencia de Cultura. Los Planes de Dinamización se centrarán en labores de acondicionamiento de acceso a los recursos, mejora del entorno, aunque sin olvidar que es un tema que singulariza al Destino turístico, por lo que habrá que tenerlo en cuenta. Otro problema que se plantea con el patrimonio es el acceso a los recursos, en muchos casos permanecen cerrados, o no está fijado un horario de apertura. Una de las exigencias que se les plantea a las tres administraciones, Gobierno Central, Gobierno Autonómico y Diputación Provincial es la puesta en valor de los recursos.

⇒ ¿ Quién decide en El plan de Dinamización ?

Básicamente en el tema de actuaciones, tiene decisión La Comisión de Seguimiento, en la que intervienen dos representantes del Gobierno Central, dos representantes del Gobierno autonómico, dos representantes de Diputación provincial, dos representantes del empresariado ( Grupos de Desarrollo, empresarios) .Las inversiones que se efectúen no van a ir dirigidas al empresariado, sino a la creación de un producto, un tipo de infraestructura que favorezca la valorización del Producto Turístico de La Axarquía.. La idea es realizar reuniones conjuntas con Los Ayuntamientos, con los empresarios, que nos transmitan sus necesidades y sus ideas.

➤ **EXPOSICIÓN DEL JEFE DE SERVICIOS DE LA DELEGACIÓN PROVINCIAL DE LA CONSERJERÍA DE TURISMO (D. RAFAEL SALAS GALLEGO )**

El Sr. Salas se reafirmó en todo lo expuesto por la Sr. Rivas y tan solo quiso aportar algunas matizaciones a la intervención de la Diputada de Recursos e Iniciativas Locales, quiso subrayar al respecto, que El Plan de Dinamización es un Plan Estratégico en el que se marcan las prioridades, los objetivos, las actuaciones que probablemente afectan a una comarca, a una zona, que es la que se piensa dinamizar, paralelamente a esos objetivos

existen otras líneas de subvenciones, otras líneas de apoyo para incidir en aspectos parciales dentro de ese plan, que puede ser desde reformar un establecimiento hasta arreglar un camino, recuperar una vieja ermita para hacerla visitable (por supuesto excluyendo la rehabilitación), hasta hacer un plan de calidad incluso financiando íntegramente una certificación de calidad.

En definitiva se trata de aunar objetivos y esfuerzos para caminar en una misma dirección. Existen en estos momentos 9 **ordenes de subvenciones**;

- Entre ellas una orden de ayuda al empresario en el tema de infraestructura turística. Esta orden entrará en vigor en Enero, aunque La Conserjería de Turismo pretende ampliar el plazo, los objetivos prioritarios de esta orden son La reforma y modernización de establecimientos turísticos, creación de nuevos productos turísticos, comercialización, promoción, en resumen cualquier actuación que se acometa en el ámbito empresarial.
- Existen también otras ordenes de subvención destinadas a ser gestionadas por las corporaciones locales que cubren el 88% de la actuación a acometer por el sector empresarial. Entre las acciones a acometer por estas ordenes se encuentran el embellecimiento y acceso a elementos turísticos, estas acciones se tramitarán a través de Los ayuntamientos .
- Está pendiente de salir en estos momentos una orden de formación .
- En el tema de Calidad existen dos ordenes, una para que se haga difusión de la importancia que representa la marca de calidad, y otra que irá dirigida a la implantación del sistema de calidad, que constará el proceso de dos pasos, por un lado la consultoría para la que se establecerá una cantidad de dinero en orden de subvención, y el segundo paso será el de la auditoría en el que entrará a formar parte el ICTE ( Instituto para la Calidad Turística española).

A continuación se pasó a hablar del **RAT** ( Registro de actividades Turísticas ). El Jefe de Servicios de La Delegación Provincial de Turismo destacó el requisito fundamental para la posterior inscripción en El Registro de Actividades Turísticas y esa condición imprescindible es La Prestación de Servicios Turísticos ( tales como dispensar servicio de desayuno, toallas, etc. ). El alquiler de una casa nada tiene que ver con esta actividad y pasaría a depender única y exclusivamente de La Ley de Arrendamiento Urbano. Después se inició un intenso debate sobre el tema de **La Clandestinidad** en el tema de los Alojamientos, principalmente referido a las casas rurales estableciendo lo que podríamos denominar como auténticas Agencias de Viajes Clandestinas. El delegado aludió a la preocupación mantenida sobre este tema por parte de La Conserjería de Turismo, describiendo seguidamente el funcionamiento de trabajo ejercido por los 6 inspectores asignados por La

Conserjería hasta este momento, ampliable en fechas próximas a 3 más, este número de inspectores resulta insuficiente a la hora de trabajar en el tema de la ilegalidad a nivel alojativo y es por lo que pidió la colaboración del empresario a la hora de denunciar las irregularidades mantenidas en el sector de alojamientos, siendo una colaboración en la que la identidad del denunciador se mantendría oculta en todo momento.

➤ **EXPOSICIÓN DEL TÉCNICO DE SOPDE S.A ( SOCIEDAD PARA LA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO ) D. EUGENIO SEPÚLVEDA SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE WEB PARA EL CEDER AXARQUÍA.**

El Sr. Eugenio Sepúlveda empezó contando que a propósito de la Implementación de web para el Ceder Axarquía ( Centro de Desarrollo Rural de La Axarquía ), el Departamento de Informática de Sopde S.A ( Sociedad para La Planificación y Desarrollo ) había mantenido una reunión previa con el Sr. David Camacho como Gerente de Ceder Axarquía y de esta reunión salieron dos posibles propuestas para la implementación de la web, y a continuación se entregó el dossier que contenía tales propuestas al sector empresarial convocado para la Ruta de Conocimiento del sector empresarial y de La Comarca de La Axarquía, para que en el plazo de una semana se tramitasen de modo individual, las sugerencias, modificaciones, vía E- mail a la dirección de Correo Electrónico de Sopde S. A.

La idea siguió argumentando el Sr. Sepúlveda es la unificación de páginas con enlace, del inventario desarrollado, y una opción sería la de establecer un link de acceso restringido a usuarios, o bien de enlace a una línea de comunicación ( Subvenciones, jornadas), que sea un foro que os pueda servir de utilidad, eso supliría las carencias que se han detectado a la hora de centralizar la información sobre ayudas, subvenciones, jornadas, desde el punto de vista empresarial.

Entonces a tal fin se plantea una primera opción que sería el establecimiento de un foro restringido, para lo que se necesitaría un acceso permanente a Internet, también este sistema permitiría en un momento determinado crear un E-Mail a todo el conjunto de empresarios comunicando el aspecto que consideraseis interesante, la segunda opción sería la de establecer simplemente un enlace para que a través de él se tuviese acceso a las ayudas, subvenciones específicas. Esta sería la estructura general de la página que habría que definir.

A continuación el Gerente de Ceder Axarquía invitó al personal asistente en la presente convocatoria a la asistencia de la implementación del sistema wifi en el Ayuntamiento de La Viñuela, realizado por Telefónica Comunicaciones, en el municipio de La Viñuela a partir de una conexión ADSL, se ha radiado a través de wifi, aportando cobertura a las pedanías, a las urbanizaciones, hoteles, etc. del mencionado municipio. El Ayuntamiento será el administrador de este sistema.

➤ ***EXPOSICIÓN DEL TÉCNICO DEL CEDER AXARQUÍA ( CENTRO DE DESARROLLO RURAL DE LA AXARQUÍA ), LA STA. ROSA DELGADO, SOBRE EL PROYECTO DE MEJORA DE LA CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA COMARCA DE LA AXARQUÍA.***

La Srta. Delgado comenzó su intervención presentando el proyecto que El Ceder Axarquía está realizando y que se suma a la iniciativa propuesta por parte de Sopde S.A con respecto al Desarrollo Turístico de La Comarca De La Axarquía. El proyecto se denomina Mejora De La Calidad De La Oferta Turística, y es una de las líneas de actuación que está efectuando El Grupo De Cooperación Natures ( Entidad integrada por 11 Grupos de Desarrollo Rural de un conjunto de territorios andaluces, entre los que se encuentra La UTE ( Unidad temporal de Empleo) de La Comarca de La Axarquía, siendo dicha comarca el único representante malagueño existente en la provincia de Málaga.

A estos Grupos de Desarrollo les une la peculiaridad de tener en sus territorios Un Espacio Natural Protegido, que en la Comarca de la Axarquía sería El Parque Natural de La Sierra Tejeda Almijara y Alhama y que se suma a la Iniciativa de Desarrollo Turístico pero haciendo especial hincapié en convertir la Oferta Turística de La Axarquía en una Oferta Turística De Calidad, para ello hemos marcado 2 líneas de actuación de trabajo.

Una de ellas es difundir entre el empresariado turístico las marcas de calidad, informando sobre los requisitos que se necesitan, ayudas proporcionadas por La Conserjería de Turismo, asesoramiento técnico y apoyo en la tramitación, etc. y ella va a ser la responsable del proyecto y su ubicación se encuentra en El Ceder Axarquía, también se va a trabajar en el diseño y la promoción de productos turísticos de calidad, que mejoren las expectativas comerciales de los empresarios, siempre que por supuesto asuman unos requisitos de calidad previamente definidos.

El Grupo que represento apuesta de una manera firme por la calidad, estableciendo el hecho de que La Comarca De La Axarquía cuente con establecimientos certificados supone una carta de presentación importantísima para presentar la oferta turística de la Axarquía a cualquier touroperador, porque creemos que sino insistimos y sino apostamos por el tema de la calidad, el propio mercado turístico a largo plazo nos va a dejar

fuera de la actividad turística, y porque indudablemente para el cliente que elige el destino turístico de la Axarquía supone una garantía alojarse en establecimientos que están respaldados con una certificación de calidad.



La jornada finalizó con un almuerzo en el que todos pudimos disfrutar de la gastronomía de la Axarquía.

**ANEXO 3.**  
**ANÁLISIS DE LA OFERTA**  
**TURÍSTICA DE LA COMARCA DE LA**  
**AXARQUÍA**

## SITUACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA AXARQUÍA - COSTA DEL SOL

En el presente epígrafe se presenta la situación actual, al año 2005 de la oferta turística de la Axarquía integrada por 31 municipios. Las fuentes estadísticas utilizadas se han basado en los datos del R.A.T a 2005.

La metodología seguida en un primer análisis ha sido agrupar el total de las tipologías en tres grupos Establecimientos Hoteleros (Hoteles, Hoteles-Apartamentos, Pensiones), Otros Alojamientos (Apartamentos, Casas Rurales-Viviendas Turísticas Campamentos) y Restauración (Restaurantes, Cafeterías).

De esta manera en el cuadro siguiente se resumen los valores de la oferta turística en la Comarca de la Axarquía diferenciando por municipios y centrándose en el número de establecimientos por cada tipología.

ESTABLECIMIENTOS OFERTA TURISTICA POR MUNICIPIOS	E.HOTELEROS			OTROS ALOJAMIENTOS			RESTAURACION	
	HOTELES	PENSIONES	APARTAMENTOS	C.RURAL V.TURISTICAS	CAMPING	RESTAURANTES	CAFETERIAS	
ALFARNATEJO	-	-	-	4	5	-	-	-
ALCAUCIN	1	-	1	9	5	-	2	-
ALFARNATE	-	-	-	1	5	-	3	-
ALGARROBO	-	1	3	-	-	-	23	1
ALMACHAR	-	-	1	2	-	-	2	-
ARCHEZ	-	1	-	-	-	-	3	-
ARENAS	-	-	-	1	1	-	-	-
BENAMARGOSA	-	-	-	-	-	-	1	-
BENAMOCARRA	1	-	-	-	-	-	1	-
BORGE (EL)	1	-	-	10	3	-	1	-
CANILLAS DE ACEITUNO	-	-	-	1	8	-	-	-
CANILLAS DE ALBAIDA	-	-	-	-	2	-	2	-
COLMENAR	2	1	-	4	1	-	8	-
COMARES	1	-	-	1	3	-	1	-
COMPETA	2	2	2	7	10	-	6	1
CÚTAR	-	-	-	3	-	-	-	-
FRIGILIANA	4	-	1	-	70	-	4	1
IZNATE	-	1	-	1	5	-	-	1
MACHARAVIAYA	1	-	-	1	-	-	-	-
MOCLINEJO	1	-	-	-	-	-	-	-
NERJA	22	37	67	1	22	1	74	24
PERIANA	1	-	-	11	6	-	2	-
RINCON DE LA VICTORIA	4	-	4	-	-	-	38	1
RIOGORDO	1	-	-	1	2	-	-	-
SALARES	-	-	-	-	2	-	-	-
SAYALONGA	-	-	-	4	9	-	2	-
SEDELLA	-	1	-	-	2	-	-	-
TORROX	7	-	8	-	28	1	40	5
TOTALAN	-	-	-	1	-	-	-	-
VELEZ-MALAGA	11	11	10	3	6	5	118	15
VIÑUELA	1	-	1	1	7	1	1	-
<b>TOTALES</b>	<b>61</b>	<b>55</b>	<b>98</b>	<b>67</b>	<b>202</b>	<b>8</b>	<b>332</b>	<b>49</b>

Fuente: Conserjería de Turismo R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia.

Con el mismo criterio, a continuación se muestra una tabla donde se detalla la representación de cada tipología en los diferentes municipios para visualizar más claramente la oferta turística, sin valorar el número de establecimientos, solo si existe alguna representación.

	E.HOTELEROS	OTROS ALOJAMIENTOS	RESTAURACION
<b>AXARQUIA COSTA</b>			
Nerja	X	X	X
Rincon de la Victoria	X	X	X
Velez Málaga	X	X	X
Torrox	X	X	X
<b>AXARQUIA INTERIOR</b>			
Alcaucín	X	X	X
Algarrobo	X	X	X
Borge (EI)	X	X	X
Colmenar	X	X	X
Comares	X	X	X
Cómpeta	X	X	X
Frigiliana	X	X	X
Iznate	X	X	X
Periana	X	X	X
Viñuela	X	X	X
Alfarnate		X	X
Almáchar		X	X
Árchez	X		X
Benamocarra	X		X
Canillas de Albaida		X	X
Macharraviaya	X	X	
Riogordo	X	X	
Sayalonga		X	X
Sedella	X	X	
Alfarnatejo		X	
Arenas		X	
Benamargosa			X
Canillas de Aceituno		X	
Cútar		X	
Moclinejo	X		
Salares		X	
Totalán		X	

Fuente: Conserjería de Turismo R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia.

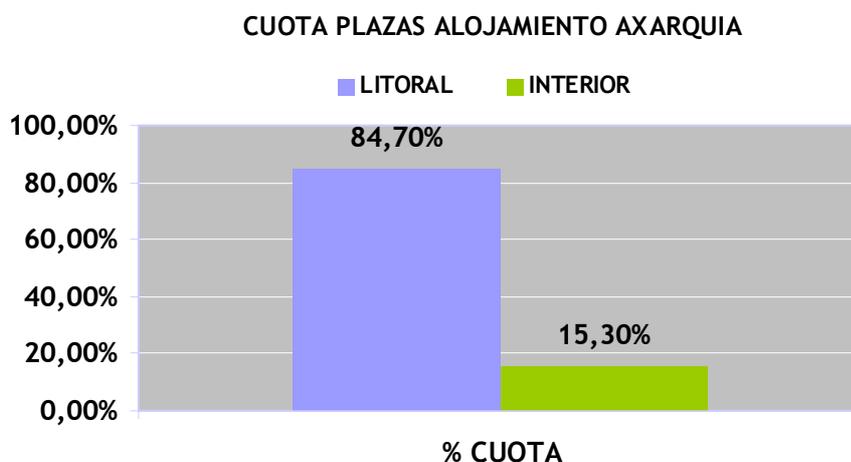
De los 31 municipios que componen el total de la comarca de la Axarquía el (67,74%) en concreto 21 municipios tienen oferta en el grupo Establecimientos hoteleros; el 87,10% (27 de los 31 municipios) tienen oferta en el grupo Otros Alojamientos; y por último, otro 67,74% (21 de 31) presenta oferta en el grupo de Restauración.

El siguiente cuadro detalla en porcentajes la cuota de plazas de alojamiento ofertada por cada municipio, podemos destacar como es lógico, que en los municipios del litoral se concentra el 84,70% del total de las plazas ofertadas, en concreto 11.974 plazas; frente a un 15,30% de plazas que disponen los municipios del interior con 2.159 plazas.

Por orden de importancia los municipios que ofertan el mayor número de plazas de alojamientos son Nerja, Vélez-Málaga, Torrox, Rincón de la Victoria, Frigiliana, Periana y Competa.

PLAZAS OFERTADAS MUNICIPIOS	COMARCA AXARQUIA COSTA DEL SOL - OFERTA RAT 2005					CUOTA PLAZAS POR MUNICIPIOS	
	HOTELES	PENSIONES	APARTAMENTOS	C.RURAL	V.TURIST	PLAZAS	CUOTA PORCENTUAL
NERJA	46,9%	66,1%	58,7%	1,4%	11,1%	6.884	48,71%
VELEZ-MALAGA	15,5%	26,9%	15,9%	3,9%	4,4%	2.164	15,31%
TORROX	17,5%	-	16,3%	-	13,4%	2.076	14,69%
RINCON DE LA VICTORIA	10,9%	-	4,0%	-	-	850	6,01%
FRIGILIANA	2,5%	-	1,2%	-	29,7%	570	4,03%
PERIANA	2,2%	-	-	8,7%	4,5%	218	1,54%
COMPETA	1,3%	2,0%	0,3%	11,7%	4,5%	216	1,53%
ALGARROBO	-	1,5%	2,1%	-	-	135	0,96%
VIÑUELA	0,4%	-	0,9%	1,4%	3,9%	126	0,89%
ALCAUCIN	0,2%	-	0,5%	12,0%	2,5%	120	0,85%
COLMENAR	0,8%	1,0%	-	7,4%	0,5%	97	0,69%
SAYALONGA	-	-	-	10,8%	4,0%	95	0,67%
BORGE (EL)	0,2%	-	-	13,8%	1,8%	93	0,66%
ALFARNATEJO	-	-	-	7,6%	3,9%	79	0,56%
RIOGORDO	0,4%	-	-	2,8%	2,1%	59	0,42%
ALFARNATE	-	-	-	2,3%	3,4%	50	0,35%
CANILLAS DE ACEITUNO	-	-	-	0,9%	3,8%	49	0,35%
IZNATE	-	0,7%	-	1,4%	2,3%	42	0,30%
COMARES	0,2%	-	-	3,2%	1,2%	40	0,28%
ALMACHAR	-	-	0,2%	3,2%	-	25	0,18%
MOCLINEJO	0,4%	-	-	-	-	24	0,17%
MACHARAVIAYA	0,2%	-	-	1,6%	-	21	0,15%
SEDELLA	-	0,9%	-	-	0,8%	20	0,14%
BENAMOCARRA	0,3%	-	-	-	-	18	0,13%
ARENAS	-	-	-	1,8%	0,7%	16	0,11%
CUTAR	-	-	-	3,7%	-	16	0,11%
CANILLAS DE ALBAIDA	-	-	-	-	0,9%	11	0,08%
ARCHEZ	-	0,9%	-	-	-	10	0,07%
SALARES	-	-	-	-	0,6%	7	0,05%
TOTALAN	-	-	-	0,5%	-	2	0,01%
BENAMARGOSA	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>14.133</b>	<b>100%</b>

Fuente: Conserjería de Turismo R.A.T. Registro de Actividades Turísticas y Elaboración Propia.



A continuación se efectúa un análisis individualizado de cada uno de las tipologías que integran la oferta turística de la Axarquía registrada en RAT (hoteles y hoteles apartamentos, apartamentos, pensiones, casas rurales, viviendas turísticas, campamentos, restaurantes y cafeterías). En el estudio se incluye una análisis en la oferta según número de establecimientos, de plazas ofertadas y categoría de cada una de las tipologías en los 31 municipios.

## A. HOTELES

En el año actual y según los datos del RAT, en la Axarquía encontramos disponibles 61 establecimientos hoteleros que cuentan con un total de 5.791 plazas. Hay representación hotelera en 16 de los 31 municipios que componen la comarca. El 72,14% de los establecimientos, en concreto 47, se localizan en los municipios de Costa (Nerja, Torrox, Vélez-Málaga y Rincón de la Victoria); y el 27,86% restante se localizan en el interior destacando 3 municipios por orden de importancia, en primer lugar, Frigiliana con 4 establecimientos, y Competa y Colmenar con 2 establecimientos cada uno.

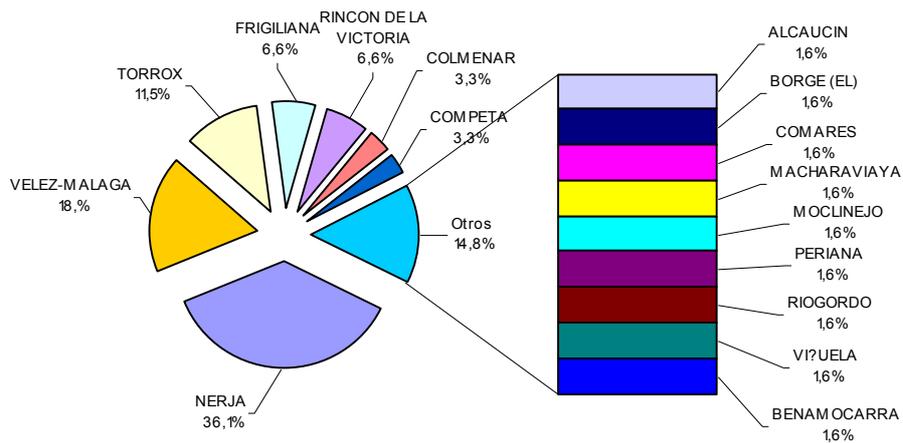
Hay que matizar que la oferta del interior es menos extensa en establecimientos y plazas por estar compuesta por establecimientos de

propiedad y explotaciones familiares, generalmente de escasa capacidad alojativa.

En el siguiente grafico podemos observar la distribución de la oferta hotelera en los municipios de la Axarquía.

	HOTELES	% AXARQUIA	PLAZAS	% AXARQUIA
NERJA	22	36,07%	2717	46,92%
VELEZ-MALAGA	11	18,03%	899	15,52%
TORROX	7	11,48%	1012	17,48%
FRIGILIANA	4	6,56%	146	2,52%
RINCON DE LA VICTORIA	4	6,56%	630	10,88%
COLMENAR	2	3,28%	47	0,81%
COMPETA	2	3,28%	74	1,28%
ALCAUCIN	1	1,64%	13	0,22%
BORGE (EL)	1	1,64%	11	0,19%
COMARES	1	1,64%	12	0,21%
MACHARAVIAYA	1	1,64%	14	0,24%
MOCLINEJO	1	1,64%	24	0,41%
PERIANA	1	1,64%	126	2,18%
RIOGORDO	1	1,64%	22	0,38%
VI?UELA	1	1,64%	26	0,45%
BENAMOCARRA	1	1,64%	18	0,31%
	<b>61</b>	<b>100,00%</b>	<b>5791</b>	<b>100,00%</b>

CUOTA HOTELERA POR MUNICIPIOS

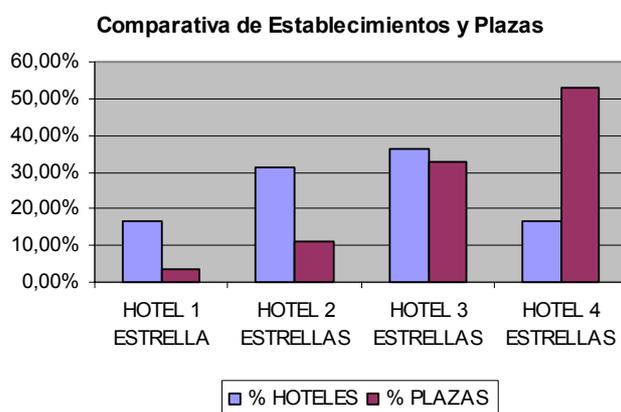


Según las categorías de los establecimientos hoteleros 10 de los mismos se ubican en la mínima categoría de 1 estrellas con una capacidad de 191 plazas;

32 establecimientos en categoría 2 y 3 estrellas con 2532 plazas y solo 10 disponen de oferta de 4 estrellas aunque soportan el 52,97 % de las plazas disponibles. La oferta de categoría más alta se centra en municipios de Costa (Nerja, Rincón de la Victoria, Torrox y Vélez-Málaga).

CATEGORIA	HOTELES	% HOTELES	PLAZAS	% PLAZAS
HOTEL 1 ESTRELLA	10	16,39%	191	3,31%
HOTEL 2 ESTRELLAS	19	31,15%	633	10,93%
HOTEL 3 ESTRELLAS	22	36,07%	1899	32,79%
HOTEL 4 ESTRELLAS	10	16,39%	3068	52,97%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00%</b>	<b>5791</b>	<b>100,00%</b>

A mayor categoría mayor es el porcentaje de plazas ofertadas.

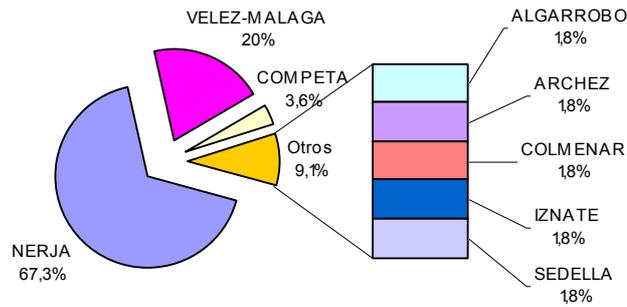


## B. PENSIONES

La Axarquía dispone de 55 pensiones con un total de 1.158 plazas ofertadas. La oferta de pensiones se encuentra distribuida en 8 municipios destacando por orden de importancia los municipios de Nerja, Vélez-Málaga y Competa, concentrando el 95,08% de las plazas.

	PENSIONES	% AXARQUIA	PLAZAS	% AXARQUIA
NERJA	37	67,27%	766	66,15%
VELEZ-MALAGA	11	20,00%	312	26,94%
COMPETA	2	3,64%	23	1,99%
ALGARROBO	1	1,82%	17	1,47%
ARCHEZ	1	1,82%	10	0,86%
COLMENAR	1	1,82%	12	1,04%
IZNATE	1	1,82%	8	0,69%
SEDELLA	1	1,82%	10	0,86%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100,00%</b>	<b>1158</b>	<b>100,00%</b>

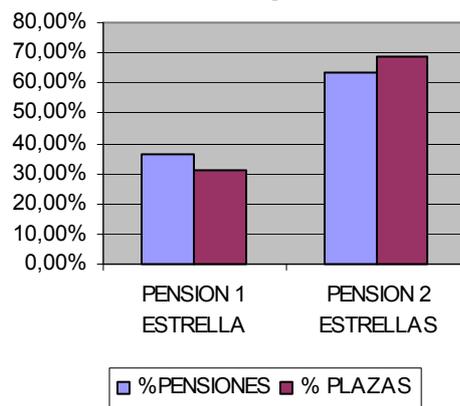
**CUOTA PENSIONES POR MUNICIPIOS**



Por categoría, nos encontramos la mayor concentración de establecimientos y plazas ofertadas en las pensiones el la categoría 2 estrellas.

CATEGORIA	PENSIONES	%PENSIONES	PLAZAS	% PLAZAS
PENSION 1 ESTRELLA	20	36,36%	360	31,09%
PENSION 2 ESTRELLAS	35	63,64%	798	68,91%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>55</b>	<b>100,00%</b>	<b>1158</b>	<b>100,00%</b>

**Comparativa de Establecimientos y Categorías**

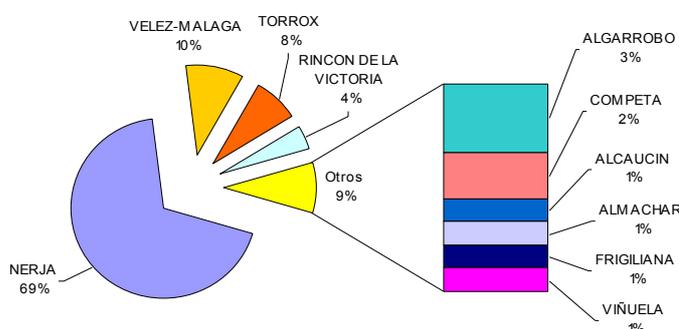


### C. APARTAMENTOS

En la Axarquía encontramos disponibles un total de 98 apartamentos distribuidos en 10 municipios con un total de 5.555 plazas ofertadas destacando los municipios de la Costa ( Nerja, Vélez, Málaga, Torrox, Rincón de la Victoria) con un 90,81% del total de la oferta seguido en importancia por los municipios de Algarrobo y Competa.

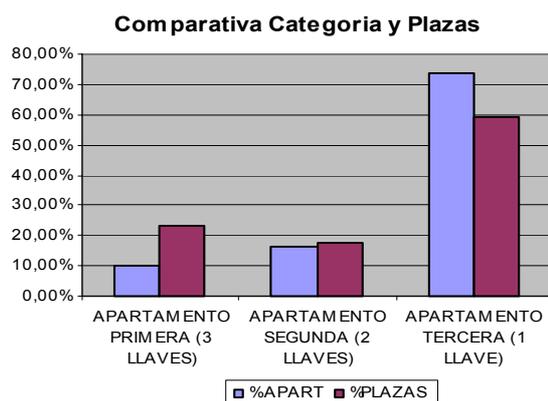
	APART.	% APART	PLAZAS	%PLAZAS
NERJA	67	68,37%	3262	58,72%
VELEZ-MALAGA	10	10,20%	884	15,91%
TORROX	8	8,16%	904	16,27%
RINCON DE LA VICTORIA	4	4,08%	220	3,96%
ALGARROBO	3	3,06%	118	2,12%
COMPETA	2	2,04%	14	0,25%
ALCAUCIN	1	1,02%	25	0,45%
ALMACHAR	1	1,02%	11	0,20%
FRIGILIANA	1	1,02%	69	1,24%
VINUELA	1	1,02%	48	0,86%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>	<b>5555</b>	<b>100,00%</b>

CUOTA APARTAMENTOS POR MUNICIPIOS



El mayor porcentaje de apartamentos y plazas ofertadas se concentran en las categoría más baja seguidos de los de segunda categoría y por último los de primera aunque estos superan en plazas ofertadas a los anteriores, centrándose la oferta de apartamento de más alta categoría en los establecimientos de Costa.

CATEGORIA	APARTM	% APART	PLAZAS	%PLAZAS
APARTAMENTO PRIMERA (3 LLAVES)	10	10,20%	1293	23,28%
APARTAMENTO SEGUNDA (2 LLAVES)	16	16,33%	982	17,68%
APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)	72	73,47%	3280	59,05%
<b>Total general</b>	<b>98</b>	<b>100,00%</b>	<b>5555</b>	<b>100,00%</b>



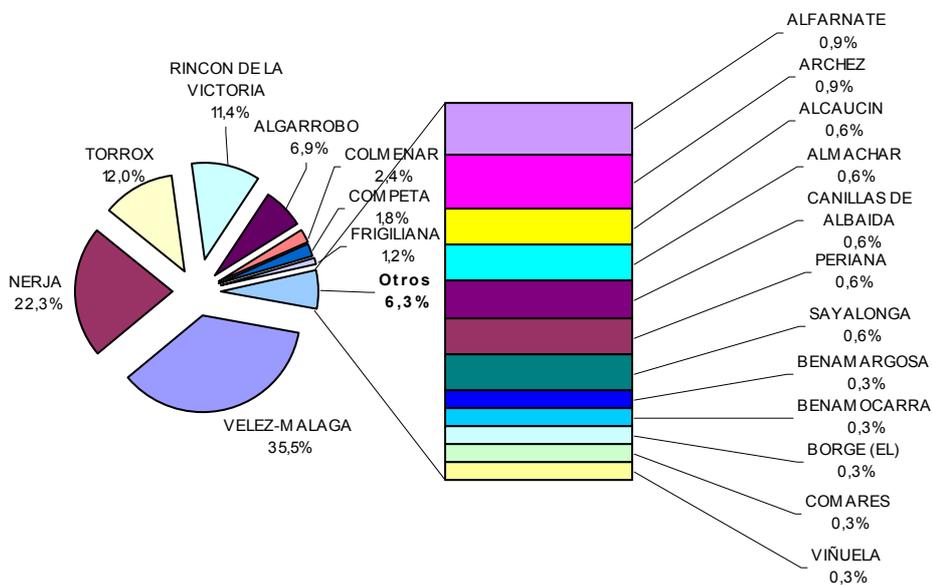
## D. RESTAURANTES

La oferta de restauración de la Axarquía es bastante amplia, 332 restaurantes con capacidad para 21.894 personas concentrados en 20 municipios.

Los municipios de Costa vuelven a liderar en número de establecimientos y plazas, aunque la oferta del interior representa el 18,67% del total con 62 establecimientos destacando los municipios de Algarrobo, Colmenar y Competa.

	RESTAURANTES	%RESTAURANTES	PLAZAS	%PLAZAS
VELEZ-MALAGA	118	35,54%	7565	34,55%
NERJA	74	22,29%	4701	21,47%
TORROX	40	12,05%	2378	10,86%
RINCON DE LA VICTORIA	38	11,45%	2813	12,85%
ALGARROBO	23	6,93%	1031	4,71%
COLMENAR	8	2,41%	926	4,23%
COMPETA	6	1,81%	447	2,04%
FRIGILIANA	4	1,20%	162	0,74%
ALFARNATE	3	0,90%	170	0,78%
ARCHEZ	3	0,90%	200	0,91%
ALCAUCIN	2	0,60%	202	0,92%
ALMACHAR	2	0,60%	190	0,87%
CANILLAS DE ALBAIDA	2	0,60%	125	0,57%
PERIANA	2	0,60%	234	1,07%
SAYALONGA	2	0,60%	129	0,59%
BENAMARGOSA	1	0,30%	96	0,44%

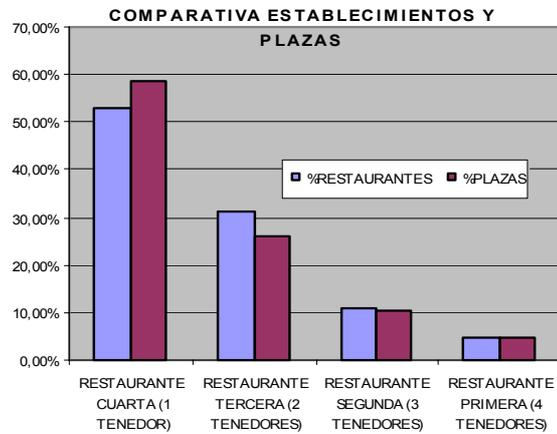
**CUOTA RESTAURACIÓN POR MUNICIPIOS**



Las categorías más representativas son las más bajas. De entre los municipios que tienen Restaurantes de primera y segunda destacan Colmenar, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Algarrobo Nerja, Torroz y Viñuela.

El mayor numero de plazas se concentran en los establecimientos de restauración de más baja categoría. Los porcentajes en numero de establecimientos de restauración y plazas ofertadas disminuyen proporcionalmente a medida que aumenta la categoría del establecimiento.

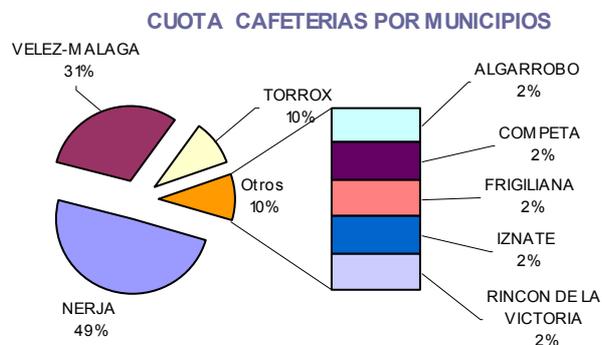
CATEGORIA	RESTAURANTES	%RESTAURANTES	PLAZAS	%PLAZAS
RESTAURANTE CUARTA (1 TENEDOR)	176	53,01%	12853	58,71%
RESTAURANTE TERCERA (2 TENEDORES)	104	31,33%	5732	26,18%
RESTAURANTE SEGUNDA (3 TENEDORES)	36	10,84%	2265	10,35%
RESTAURANTE PRIMERA (4 TENEDORES)	16	4,82%	1044	4,77%
<b>Total general</b>	<b>332</b>	<b>100,00%</b>	<b>21894</b>	<b>100,00%</b>



### E. CAFETERIAS

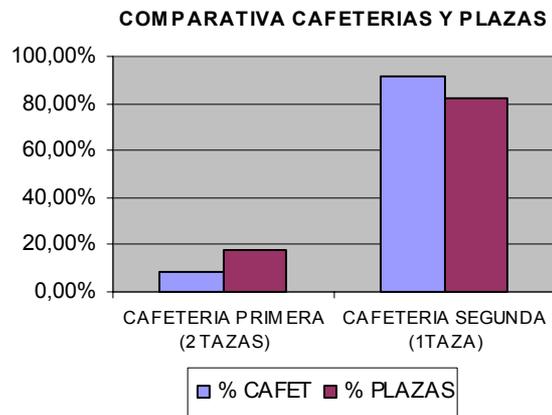
Vuelven a ser municipios del litoral los que lideran la oferta destacando Nerja en número de Cafeterías y Vélez Málaga en número de Plazas. Son 8 municipios de un total de 31 los que presentan oferta de esta actividad.

	CAFETERIAS	% CAFET	PLAZAS	% PLAZAS
NERJA	24	48,98%	670	29,96%
VELEZ-MALAGA	15	30,61%	1029	46,02%
TORROX	5	10,20%	207	9,26%
ALGARROBO	1	2,04%	64	2,86%
COMPETA	1	2,04%	88	3,94%
FRIGILIANA	1	2,04%	66	2,95%
IZNATE	1	2,04%	60	2,68%
RINCON DE LA VICTORIA	1	2,04%	52	2,33%
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>100,00%</b>	<b>2236</b>	<b>100,00%</b>



Destacar que los establecimientos de categoría más baja lideran con un 91,84% de la oferta frente a un 8,16% en los de categoría más alta.

CATEGORIA	Nº CAFET	% CAFET	PLAZAS	% PLAZAS
CAFETERIA PRIMERA (2 TAZAS)	4	8,16%	400	17,89%
CAFETERIA SEGUNDA (1 TAZA)	45	91,84%	1836	82,11%
<b>Total general</b>	<b>49</b>	<b>100,00%</b>	<b>2236</b>	<b>100,00%</b>

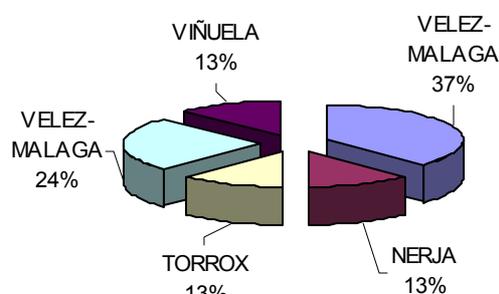


## F. CAMPAMENTOS

Son 8 campamentos dispuestos en 5 municipios los que componen el total de la oferta en la Axarquía, siendo Vélez-Málaga el único que dispone de campamentos de primera, el municipio de la viñuela dispone del único campamento que se ubica en el interior.

CATEGORIA	MUNICIPIO	NºCAMP	% CAMPAM
<b>CAMPAMENTO PRIMERA (3 ESTRELLAS)</b>		<b>3</b>	<b>37,50%</b>
	VELEZ-MALAGA	3	37,50%
<b>CAMPAMENTO SEGUNDA (2 ESTRELLAS)</b>		<b>5</b>	<b>62,50%</b>
	NERJA	1	12,50%
	TORROX	1	12,50%
	VELEZ-MALAGA	2	25,00%
	VIÑUELA	1	12,50%
<b>Total general</b>		<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**CUOTA CAMPAMENTO POR MUNICIPIOS**



## G. C ASAS RURALES-VIVIENDAS TURISTICAS

En esta categoría estudiamos conjuntamente la tipología de Casas Rurales y de Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural de toda la Axarquía-Costa de Sol. Hay que destacar que los municipios del interior son líderes en esta categoría.

En la tipología de Casas Rurales hay oferta en 20 de los 31 municipios con 67 establecimientos y 435 plazas disponibles en su totalidad. Destacan, El Borge, Alcaucin, Competa y Sayalonga con el 48,26% de las plazas ofertadas distribuidas en 30 Casas Rurales.

MUNICIPIO	C.RURAL	% AXARQUIA	PLAZAS	% AXARQUIA
BORGE (EL)	10	14,93%	60	13,79%
ALCAUCIN	9	13,43%	52	11,95%
COMPETA	7	10,45%	51	11,72%
SAYALONGA	4	5,97%	47	10,80%
PERIANA	11	16,42%	38	8,74%
ALFARNATEJO	4	5,97%	33	7,59%
COLMENAR	4	5,97%	32	7,36%
VELEZ-MALAGA	3	4,48%	17	3,91%
CUTAR	3	4,48%	16	3,68%
ALMACHAR	2	2,99%	14	3,22%
COMARES	1	1,49%	14	3,22%
RIOGORDO	1	1,49%	12	2,76%
ALFARNATE	1	1,49%	10	2,30%
ARENAS	1	1,49%	8	1,84%
MACHARAVIAYA	1	1,49%	7	1,61%
IZNATE	1	1,49%	6	1,38%
NERJA	1	1,49%	6	1,38%
VINUELA	1	1,49%	6	1,38%
CANILLAS DE ACEITUNO	1	1,49%	4	0,92%
TOTALAN	1	1,49%	2	0,46%
<b>Total general</b>	<b>67</b>	<b>100,00%</b>	<b>435</b>	<b>100,00%</b>

Tipología: Casas Rurales Axarquía

En la Tipología de Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural 21 de los 31 municipios disponen de oferta, siendo el municipio líder Frigiliana con 70 establecimientos de las 202 viviendas que hay en toda la comarca,

representando el 34,65% de la oferta. Los municipios del interior soportan el 71,11% de las plazas ofertadas.

MUNICIPIO	V.TURISTICAS	%V.TURISTICAS	PLAZAS	%PLAZAS
Alcaucín	5	2,48%	30	2,51%
Alfarnate	5	2,48%	40	3,35%
Alfarnatejo	5	2,48%	46	3,85%
Arenas	1	0,50%	8	0,67%
Borge (EI)	3	1,49%	22	1,84%
Canillas de Aceituno	8	3,96%	45	3,77%
Canillas de Albaida	2	0,99%	11	0,92%
Colmenar	1	0,50%	6	0,50%
Comares	3	1,49%	14	1,17%
Cómpeta	10	4,95%	54	4,52%
Frigiliana	70	34,65%	355	29,73%
Iznate	5	2,48%	28	2,35%
Periana	6	2,97%	54	4,52%
Riogordo	2	0,99%	25	2,09%
Salares	2	0,99%	7	0,59%
Sayalonga	9	4,46%	48	4,02%
Sedella	2	0,99%	10	0,84%
Viñuela	7	3,47%	46	3,85%
Nerja	22	10,89%	133	11,14%
Torrox	28	13,86%	160	13,40%
Vélez-Málaga	6	2,97%	52	4,36%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>202</b>	<b>100,00%</b>	<b>1194</b>	<b>100,00%</b>

TIPOLOGÍA: Viviendas Turísticas Axarquía.

**ANEXO 4.**

**FICHAS DE AUDITORIA DE LA  
MUESTRA DE LA OFERTA  
TURÍSTICA DEL LITORAL**

La oferta alojativa de la Axarquía -Litoral es bastante extensa es por ello por lo que nos hemos centrados exclusivamente en oferta hotelera, a continuación detallamos dicha oferta por categorías.

OFERTA HOTELERA EN LA AXARQUIA-LITORAL		
MUNICIPIO	CATEGORIA	NUMERO
<b>NERJA</b>		<b>19</b>
	HOTEL 1 ESTRELLA	4
	HOTEL 2 ESTRELLAS	4
	HOTEL 3 ESTRELLAS	7
	HOTEL 4 ESTRELLAS	4
<b>RINCON DE LA VICTORIA</b>		<b>4</b>
	HOTEL 2 ESTRELLAS	1
	HOTEL 3 ESTRELLAS	2
	HOTEL 4 ESTRELLAS	1
<b>TORROX</b>		<b>7</b>
	HOTEL 1 ESTRELLA	1
	HOTEL 2 ESTRELLAS	1
	HOTEL 3 ESTRELLAS	4
	HOTEL 4 ESTRELLAS	1
<b>VELEZ-MALAGA</b>		<b>11</b>
	HOTEL 1 ESTRELLA	1
	HOTEL 2 ESTRELLAS	6
	HOTEL 3 ESTRELLAS	1
	HOTEL 4 ESTRELLAS	3
<b>Total general</b>		<b>41</b>

Como muestra representativa de nuestro estudio hemos analizado el 14,63% de los establecimientos hoteleros.

MUESTRA REPRESENTATIVA EN LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURISTICO DE LA AXARQUIA-LITORAL	
<b>NERJA</b>	
<b>PARADOR DE NERJA</b>	HOTEL 4 ESTRELLAS
<b>PLAZA CAVANA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS
<b>VELEZ-MALAGA</b>	
<b>PROAMAR</b>	HOTEL 4 ESTRELLAS
<b>HUSA MAINAKE</b>	HOTEL 4 ESTRELLAS
<b>TORROX</b>	
<b>COSTAMAR</b>	HOTEL 2 ESTRELLAS
<b>SANTA ROSA</b>	HOTEL 3 ESTRELLAS

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### **PARADOR DE NERJA**

#### **Hotel 4 Estrella NERJA**



**DIRECCIÓN- C/Almuñecar 8  
29780 NERJA  
TELEFONO - 952520050**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Comisionista  
SITUACIÓN –Estab. De Playa**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1965</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>98</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>193</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>85%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 DÍAS</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Paradores/Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Propia

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES EXCELENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	SI
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Electrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>OPTIMA</b>
---------------------------------------	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>NO</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

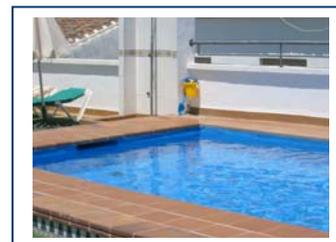
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HOTEL PLAZA CAVANA*

#### Hotel 3 Estrella NERJA



**DIRECCIÓN- Plaza Cavana 10  
29780 NERJA  
TELEFONO - 952524000**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Playa**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1990</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>39</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>78</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>60%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 días</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS OPTIMA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	NO
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION OPTIMA

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hotelplazacavana.com">www.hotelplazacavana.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	NO

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicio Municipal
CLIMATIZACION	Electrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Regular
GRADO DE TRANQUILIDAD	Regular

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	NO
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	Buena
GRADO DE CONFORT	Regular
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

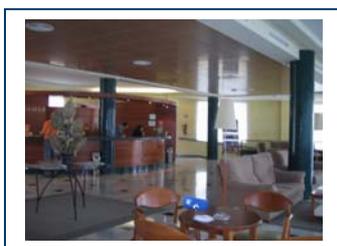
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### PROAMAR

#### Hotel 4 Estrella TORRE DEL MAR



**DIRECCIÓN – Paseo Marítimo de Poniente  
s/n 29740 TORRE DEL MAR  
TELEFONO - 952547970**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Playa**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2003</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>156</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>322</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>55%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 Dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>El País / Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Altur / Uniplaya

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES EXCELENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	SI
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Electricidad
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios
CLIMATIZACION	Electrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

<b>VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

OPTIMA	
<b>INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL</b>	<b>SI</b>
<b>ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL</b>	<b>NO</b>
<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>ROTULOS INTEGRADOS</b>	<b>SI</b>
<b>APARCAMIENTOS</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>GRADO DE TRANQUILIDAD</b>	<b>Buena</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES</b>	<b>OPTIMA</b>
--	---------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMBIENTE ACOGEDOR</b>	<b>SI</b>
<b>NIVEL DE LIMPIEZA</b>	<b>Buena</b>
<b>RECEPCIÓN</b>	<b>SI</b>

<b>VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES</b>	<b>EXCELENTE</b>
---------------------------------------	------------------

<b>ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES</b>	<b>NO</b>
<b>AMPLITUD</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE CONFORT</b>	<b>Buena</b>
<b>INSONORIRACION</b>	<b>SI</b>
<b>MECANISMO DE OSCURECIMIENTO</b>	<b>SI</b>

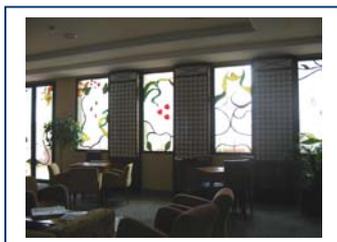
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

# ***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### *HUSA MAINAKE*

#### Hotel 4 Estrella TORRE DEL MAR



**DIRECCIÓN – Los Fenicios s/n  
29740 TORRE DEL MAR  
TELEFONO - 952547246**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - Comisionista  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>2000</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>40</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>80</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>55%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>3 Dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NIO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>NO</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>SI</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Guía Michelin</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todos
IDIOMAS	Todos
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	www.husa.es
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Propia

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES EXCELENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	SI
INTERNET EN HABITACIONES	SI

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEFICIENTE

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Tubos Eliopticos
RESIDUOS SÓLIDOS	Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica/Solar
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencional

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	NO
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	NO
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**EXCELENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	SI
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIRACION	SI
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

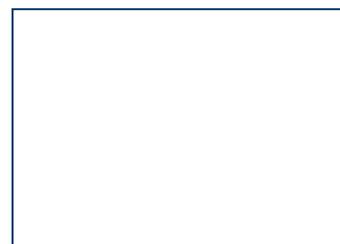
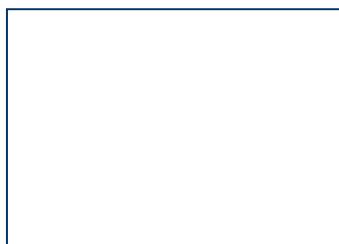
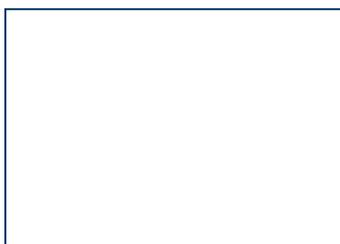
## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***OPTIMA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### ***COSTAMAR***

#### Hotel 2 Estrella TORROX



**DIRECCIÓN-Ctra Málaga-Almeía  
EL MORCHE (TORROX)  
TELEFONO - 952160232**

**REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Ciudad**

### DATOS GENERALES

<b>AÑO DE APERTURA</b>	<b>1974</b>
<b>Nº HABITACIONES</b>	<b>5</b>
<b>Nº PLAZAS</b>	<b>120</b>
<b>SERVICIO DE RESTAURACIÓN</b>	<b>SI</b>
<b>GRADO DE OCUPACIÓN</b>	<b>60%</b>
<b>ESTANCIA MEDIA</b>	<b>4 Dias</b>
<b>CIERRE TEMPORAL</b>	<b>NO</b>
<b>ACEPTA ANIMALES</b>	<b>SI</b>

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

<b>PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE</b>	<b>SI</b>
<b>DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD</b>	<b>NO</b>
<b>MARCA DE CALIDAD</b>	<b>Ninguna</b>

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS BASICA

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	NO
FORMAS DE PAGO	Efectivo y Tarjeta
IDIOMAS	NO
PRENSA DIARIA	SI
PLAZAS POR PERSONAL	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION DEFICIENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Organismo
DIRECCIÓN DE WEB	
ACEPTA RESERVAS EN WEB	NO
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	NO
CENTRAL DE RESERVAS	Ninguna

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES DEFICIENTE

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificación y Servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	SI
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Regular
GRADO DE TRANQUILIDAD	Regular

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**DEFICIENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	NO
NIVEL DE LIMPIEZA	Regular
RECEPCIÓN	NO

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**BASICA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	NO
GRADO DE CONFORT	Mala
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

**VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO**

***BASICA***

## ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS AXARQUIA VALORACIÓN DE CALIDAD

### SANTA ROSA

#### Hotel 3 Estrella TORROX



DIRECCIÓN- Ctra Málaga-Almería  
TORROX-COSTA  
TELEFONO - 952530790

REGIMEN DE EXPLOTACIÓN - En Propiedad  
SITUACIÓN –Estab. De Playa

### DATOS GENERALES

AÑO DE APERTURA	1998
Nº HABITACIONES	41
Nº PLAZAS	82
SERVICIO DE RESTAURACIÓN	SI
GRADO DE OCUPACIÓN	60%
ESTANCIA MEDIA	4 días
CIERRE TEMPORAL	NO
ACEPTA ANIMALES	NO

### RECONOCIMIENTO DE CALIDAD

PLACA DE CATEGORÍA VISIBLE	SI
DISPONE DE DISTINTIVO O MARCA DE CALIDAD	NO
MARCA DE CALIDAD	Ninguna

## VALORACIÓN CUALITATIVA

### VALORACION DE LOS SERVICIOS EXCELENTE

ACCESIBILIDAD A MINUSVALIDOS	SI
FORMAS DE PAGO	Todas
IDIOMAS	Ingles y Aleman
PRENSA DIARIA	5
PORCENTAJE DE SUITE SOBRE TOTAL HABITACIONES	

### VALORACION DE COMERCIALIZACION EXCELENTE

DISPONE DE PAGINA WEB	SI
TIPO DE PAGINA WEB	Propia
DIRECCIÓN DE WEB	<a href="http://www.hoteles-santarosa.com">www.hoteles-santarosa.com</a>
ACEPTA RESERVAS EN WEB	SI
CONECTADO A CENTRAL DE RESERVAS	SI
CENTRAL DE RESERVAS	Tourplaya / Sol.com

### VALORACION DE LAS TELECOMUNICACIONES BASICA

DISPONE DE FAX	SI
INTERNET EN ZONAS COMUN	NO
INTERNET EN HABITACIONES	NO

### VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL BASICA

SUMINISTRO ELÉCTRICO	Red General
EVACUACIÓN DE AGUAS RESIDUALES	Alcantarillado
AGUA CALIENTE SANITARIA	Placas Solares
RESIDUOS SÓLIDOS	Clasificación y servicios Municipales
CLIMATIZACION	Eléctrica
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	Convencionales

### VALORACIÓN DEL ASPECTO EXTERIOR

**OPTIMA**

INTEGRADO EN ARQUITECTURA LOCAL	SI
ELEMENTOS DE CONTRUCCION TRADICIONAL	NO
ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
ROTULOS INTEGRADOS	SI
APARCAMIENTOS	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
GRADO DE TRANQUILIDAD	Buena

### VALORACIÓN DE LAS ZONAS COMUNES

**OPTIMA**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMBIENTE ACOGEDOR	SI
NIVEL DE LIMPIEZA	Buena
RECEPCIÓN	SI

### VALORACIÓN DE LAS HABITACIONES

**EXCELENTE**

ELEMENTOS DECORATIVOS TRADICIONALES	NO
AMPLITUD	SI
GRADO DE CONFORT	Buena
INSONORIRACION	NO
MECANISMO DE OSCURECIMIENTO	SI

## ***VALORACIÓN GLOBAL DEL ESTABLECIMIENTO***

***OPTIMA***

