



Observatorio de Sostenibilidad Turística, 2017



Servicio de Medio Ambiente y Promoción del territorio

diciembre, 2017

Índice

I. INFORME RESUMEN	4
I. LA OFERTA TURÍSTICA	4
>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA 2012-2017	5
>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA	6
>> ANÁLISIS COMARCAL	10
>> ANÁLISIS MUNICIPAL DE LA OFERTA TURÍSTICA	18
II. LA DEMANDA TURÍSTICA DE INTERIOR	20
>> ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE TURISTAS	20
>> PERFIL DEL TURISTA DEL INTERIOR/PARQUES NATURALES DE LA PROVINCIA	21
III. EFECTOS ECONOMICOS, DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPACIOS NATURALES	35
II. LA OFERTA TURÍSTICA.....	38
>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA 2012-2017	40
>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA.....	43
Oferta Hotelera	43
Pensiones y Hostales.....	45
Apartamentos Turísticos	46
Campamentos de Turismo	47
Casas rurales y Viviendas Turísticas Alojamiento Rural.....	48
Viviendas con Fines Turísticos.....	50
>> ANÁLISIS COMARCAL	51
Antequera	53
Axarquía	55
Guadalteba.....	58
Nororma.....	60
Serranía de Ronda.....	62
Sierra de las Nieves	65
Valle del Guadalhorce	67

>> ANÁLISIS MUNICIPAL DE LA OFERTA TURÍSTICA	69
Establecimientos turísticos	69
Plazas de alojamientos turísticos	71
III. LA DEMANDA TURÍSTICA DE INTERIOR	73
>> ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE TURISTAS	73
>> PERFIL DEL TURISTA DEL INTERIOR/PARQUES NATURALES DE LA PROVINCIA	74
Características Socio-demográficas	75
Características del Viaje	80
Información y Reserva	87
Imagen y Satisfacción.....	93
IV. EFECTOS ECONOMICOS, DIRECTOS, INDIRECTOS E INUDCIDOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPACIOS NATURALES.....	99
V. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA LA MEJORA DE LA SOSTENIBILIDAD TURISTICA	103
A. Estrategias sobre el destino	104
B. Estrategias públicas.....	106
C. Estrategia sobre la oferta.....	107
D. Estrategias de demanda	109

I. INFORME RESUMEN

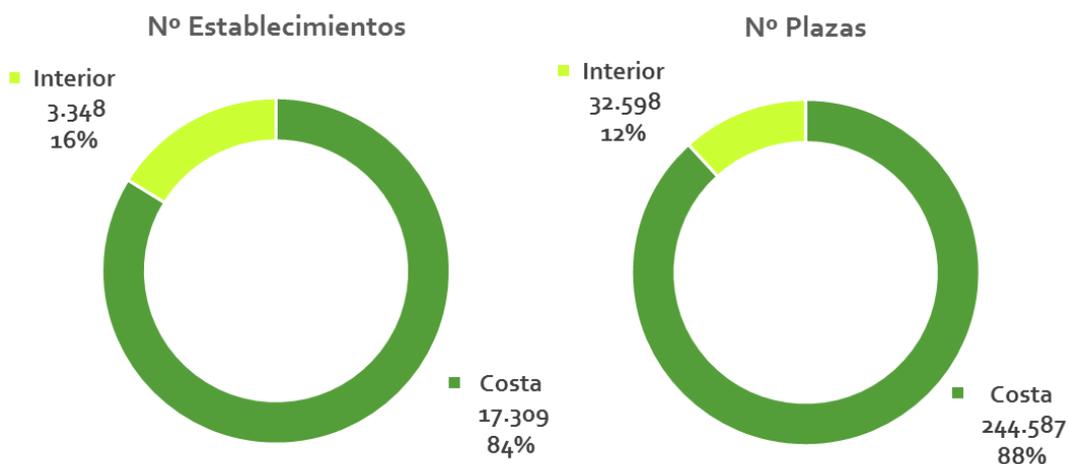
I. LA OFERTA TURÍSTICA

En el presente capítulo se analiza la oferta de alojamientos turísticos del interior de la provincia de Málaga.



Así los alojamientos turísticos reglados de la provincia de Málaga en 2017 la integran 20.657 establecimientos que ofertan 277.185 plazas. De ellas, los municipios del litoral presentan 17.309 alojamientos con 244.587 plazas, lo que supone un 88% del total de plazas de la provincia.

El interior de la provincia oferta 3.348 establecimientos con 32.598 plazas de alojamientos turísticos, que representan el 12 % del total de plazas de Málaga.



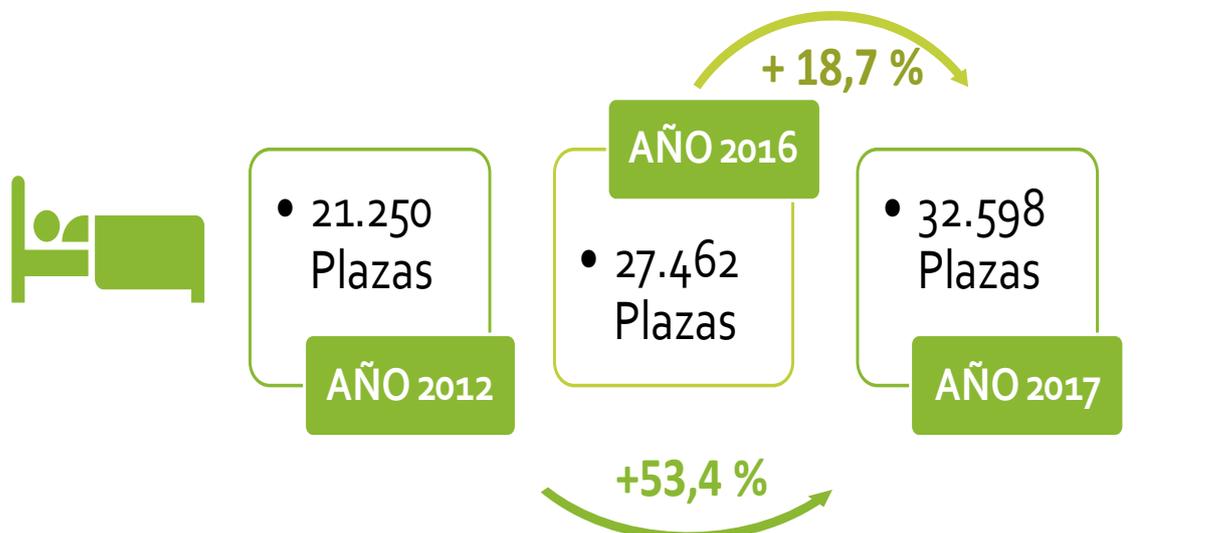
>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA 2012-2017

Durante el periodo 2012-2017 los establecimientos turísticos del interior se han incrementado más del 53,4%

Nº ESTABLECIMIENTOS		ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DEL INTERIOR PROVINCIA DE MÁLAGA						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		2012	2013	2014	2015	2016	2017	CUOTA
Apartamento		49	50	56	60	68	72	2,2%
Campamento de Turismo		19	18	19	20	20	19	0,6%
Establecimiento Hotelero		155	158	160	161	159	159	4,7%
Establecimiento Hotelero - Pensión		87	93	95	100	100	101	3,0%
Casa Rural		330	367	406	477	738	949	28,3%
Vivienda Turística de Alojamiento Rural		865	894	932	1.015	1.246	1.693	50,6%
Vivienda con fines turísticos		-	-	-	-	121	355	10,6%
TOTAL		1.505	1.580	1.668	1.833	2.452	3.348	
VAR. ANUAL			5,0%	5,6%	9,9%	33,8%	36,5%	

Nº PLAZAS		PLAZAS TURÍSTICAS DEL INTERIOR DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA						
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		2012	2013	2014	2015	2016	2017	CUOTA
Apartamento		1.832	1.864	1.974	2.082	2.291	2.341	7,2%
Campamento de Turismo		4.005	4.005	4.005	4.060	4.057	3.872	11,9%
Establecimiento Hotelero		6.049	6.182	6.182	6.265	6.405	6.568	20,1%
Establecimiento Hotelero - Pensión		1.667	1.751	1.798	1.952	1.959	1.994	6,1%
Casa Rural		2.132	2.445	2.685	3.110	4.855	6.294	19,3%
Vivienda Turística de Alojamiento Rural		5.565	5.636	5.855	6.383	7.215	9.602	29,5%
Vivienda con fines turísticos		-	-	-	-	680	1.927	5,9%
TOTAL		21.250	21.883	22.499	23.852	27.462	32.598	
VAR. ANUAL			3,0%	2,8%	6,0%	15,1%	18,7%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)



El número de plazas se han incrementado en más de un 50% en el período 2011-2017.

EVOLUCIÓN EN PLAZAS	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16
Apartamento	● 27,8%	● 2,2%
Campamento de Turismo	● -3,3%	● -4,6%
Establecimiento Hotelero	● 8,6%	● 2,5%
Establecimiento Hotelero - Pensión	● 19,6%	● 1,8%
Casa Rural	● 195,2%	● 29,6%
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	● 72,5%	● 33,1%
Vivienda con fines turísticos	● -	● 183,4%
TOTAL	53,40%	18,70%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía).

Una cuarta parte de las plazas ofertadas en el interior son hoteleras. Las casas rurales son los tipos de establecimientos turísticos que más crecen en el quinquenio y las viviendas con fines turístico el último año (debido a su nacimiento normativo y estadístico)

>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA

Oferta Hotelera

El interior de Málaga dispone de 159 hoteles con 6.568 plazas en el año 2017, lo que le otorga una cuota del 20,13% sobre el total de plazas de alojamiento en el interior de la provincia de Málaga, de las cuales 2 de cada 3 se concentran en las categorías de tres y cuatro estrellas.

20,1%
PLAZAS DE INTERIOR

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS POR CATEGORÍA

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
HOTEL 1 ESTRELLA	737	16,61%	0,00%	11,2%
HOTEL 2 ESTRELLAS	1.412	5,29%	-0,56%	21,5%
HOTEL 3 ESTRELLAS	2.239	1,96%	-0,36%	34,1%
HOTEL 4 ESTRELLAS	2.057	17,07%	9,53%	31,3%
HOTEL 5 ESTRELLAS	123	0,00%	0,00%	1,9%
TOTAL	6.568	8,58%	2,54%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Pensiones y Hostales

El interior de Málaga dispone de 101 establecimientos con 1.994 plazas en el año 2017, lo que le otorga una cuota del 6,1% sobre el total de plazas alojativas en el interior de la provincia de Málaga, la segunda tipología de alojamientos menos representativa.



EVOLUCIÓN DE PLAZAS DE HOSTALES Y PENSIONES POR CATEGORÍA

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
PENSIÓN	1.318	9,02%	2,73%	66,1%
HOSTAL 1 ESTRELLA	511	74,40%	0,00%	25,6%
HOSTAL 2 ESTRELLAS	165	0,00%	0,00%	8,3%
TOTAL	1.994	19,62%	1,79%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Apartamentos Turísticos

El interior de Málaga dispone de 72 establecimientos con 2.341 plazas en el año 2017, lo que le otorga una cuota del 7,2% sobre el total de plazas alojativas en el interior de la provincia de Málaga

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PLAZAS DE APARTAMENTOS POR CATEGORÍA**

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
APARTAMENTO PRIMERA (3 LLAVES)	708	0,00%	-1,39%	30,2%
APARTAMENTO SEGUNDA (2 LLAVES)	538	40,10%	8,47%	23,0%
APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)	1.095	47,97%	1,67%	46,8%
TOTAL	2.341	27,78%	2,18%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Campamentos de Turismo

El interior de la provincia de Málaga presenta una oferta de 19 campamentos con una disponibilidad de 3.872 plazas, que la sitúan como la tercera tipología de alojamientos más importante del interior en términos de plazas con una cuota del 11,9%, por detrás de los hoteles y casas y viviendas de alojamiento rural



Casas rurales y Viviendas Turísticas Alojamiento Rural

La oferta de casas y viviendas turísticas rurales es de 2.642 establecimientos con 15.896 plazas, la más representativa de todas y la que más crece en el quinquenio y en el último año

48,8%
PLAZAS DE INTERIOR

EVOLUCIÓN DE PLAZAS DE VIVIENDAS Y CASAS RURALES POR CATEGORÍA

VIVIENDAS Y CASAS RU	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO	9.602	72,54%	33,08%	60,4%
CASA RURAL BÁSICA	5.372	202,82%	30,99%	33,8%
CASA RURAL SUPERIOR	922	157,54%	22,28%	5,8%
TOTAL	15.896	106,52%	31,70%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Viviendas con Fines Turísticos

La oferta de esta nueva tipología de alojamiento turístico es de 355 establecimientos con 1.927 plazas.

5,9%
PLAZAS DE INTERIOR

EVOLUCIÓN DE LAS VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

	2017	VAR. 2017/16
Nº ESTABLECIMIENTOS	355	193,39%
Nº PLAZAS	1.927	183,38%

>> ANÁLISIS COMARCAL



Antequera



ANTEQUERA

RANKING COMARCAL EN PLAZAS 4º POSICIÓN

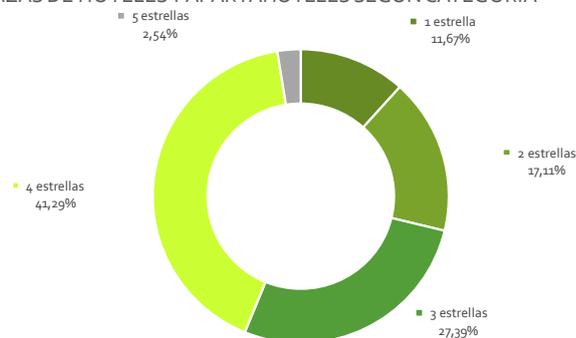
241	Establecimientos
4.315	Plazas
13,2%	Cuota de Plazas sobre el Interior
19,8%	Variación de Plazas 2017-2012
9,6%	Variación de Plazas 2017-16

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	6	166	3,8%
CAMPAMENTO DE TURISMO	3	1.029	23,8%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	28	1.654	38,3%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	12	241	5,6%
CASA RURAL	53	362	8,4%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	100	652	15,1%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	39	211	4,9%
TOTAL	241	4.315	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Antequera	133	2.532	58,7%
Humilladero	3	648	15,0%
Fuente de Piedra	18	334	7,7%
Casabermeja	30	308	7,1%
Villanueva de la Concepción	44	246	5,7%
Mollina	10	230	5,3%
Alameda	3	17	0,4%
TOTAL	241	4.315	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Axarquía



RANKING COMARCAL EN PLAZAS ^{2º} POSICIÓN

1.264	Establecimientos
8.607	Plazas
26,4%	Cuota de Plazas sobre el Interior
100,5%	Variación de Plazas 2017-2012
29,2%	Variación de Plazas 2017-16

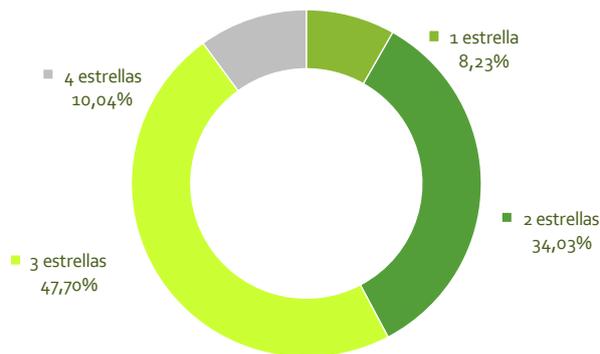
AXARQUÍA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	20	556	6,5%
CAMPAMENTO DE TURISMO	2	360	4,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	24	717	8,3%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	15	268	3,1%
CASA RURAL	483	2.925	34,0%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	670	3.552	41,3%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	50	229	2,7%
TOTAL	1264	8.607	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



Guadalteba



RANKING COMARCAL EN PLAZAS 6º POSICIÓN

114	Establecimientos
1.594	Plazas
4,9%	Cuota de Plazas sobre el Interior
15,2%	Variación de Plazas 2017-2012
7,1%	Variación de Plazas 2017-16

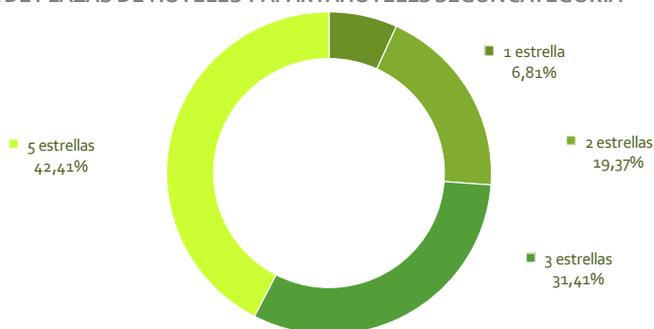
GUADALTEBA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	8	210	13,2%
CAMPAMENTO DE TURISMO	1	444	27,9%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	6	191	12,0%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	5	139	8,7%
CASA RURAL	23	208	13,0%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	70	396	24,8%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	1	6	0,4%
TOTAL	114	1.594	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Ardales	41	851	53,4%
Carratraca	14	211	13,2%
Teba	20	159	10,0%
Campillos	9	128	8,0%
Cuevas del Becerro	16	96	6,0%
Cañete la Real	10	88	5,5%
Sierra de Yeguas	3	47	2,9%
Almargen	1	14	0,9%
TOTAL	114	1.594	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Nororma



RANKING COMARCAL EN PLAZAS 7º POSICIÓN

133	Establecimientos
1.386	Plazas
4,3%	Cuota de Plazas sobre el Interior
60,2%	Variación de Plazas 2017-2012
15,2%	Variación de Plazas 2017-16

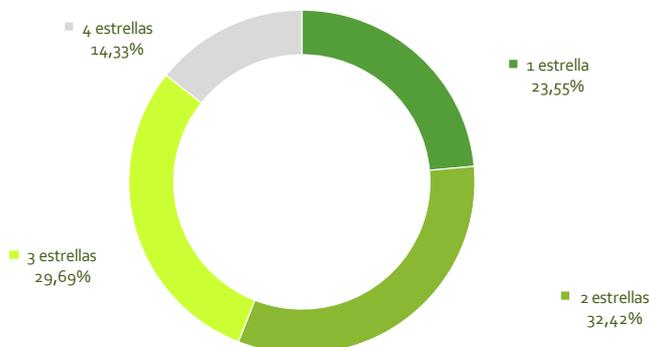
NORORMA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	1	18	1,3%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	10	293	21,1%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	11	189	13,6%
CASA RURAL	31	301	21,7%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	80	585	42,2%
TOTAL	133	1.386	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Archidona	55	618	44,6%
Villanueva del Trabuco	24	249	18,0%
Villanueva de Algaidas	23	189	13,6%
Villanueva del Rosario	18	169	12,2%
Cuevas de San Marcos	8	98	7,1%
Villanueva de Tapia	5	63	4,5%
TOTAL	133	1.386	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Serranía de Ronda



RANKING COMARCAL EN PLAZAS **1º POSICIÓN**

804 Establecimientos
8.723 Plazas

26,8% Cuota de Plazas sobre el Interior

● **39,5% Variación de Plazas 2017-2012**
● **14,0% Variación de Plazas 2017-16**

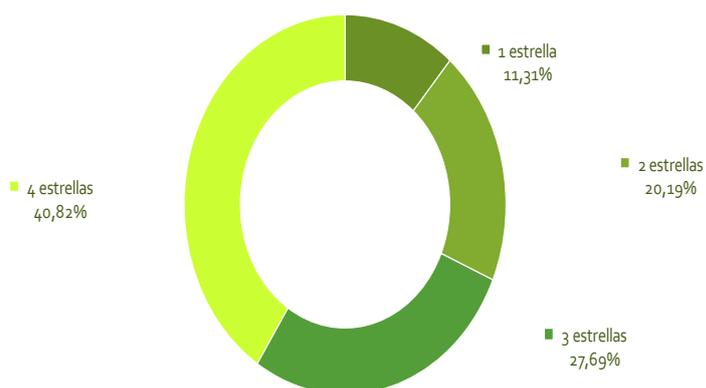
SERRANÍA DE RONDA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	19	417	4,8%
CAMPAMENTO DE TURISMO	8	1.411	16,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	64	2.521	28,9%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	24	366	4,2%
CASA RURAL	156	1.064	12,2%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	401	2.286	26,2%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	132	658	7,5%
TOTAL	672	8.065	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



Sierra de las Nieves



SIERRA DE LAS NIEVES

RANKING COMARCAL EN PLAZAS 5º POSICIÓN

249 Establecimientos
2.807 Plazas

8,6% Cuota de Plazas sobre el Interior

37,5% Variación de Plazas 2017-2012
18,5% Variación de Plazas 2017-16

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	6	186	6,6%
CAMPAMENTO DE TURISMO	3	310	11,0%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	14	624	22,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	15	462	16,5%
CASA RURAL	33	210	7,5%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	141	823	29,3%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	37	192	6,8%
TOTAL	249	2.807	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

MUNICIPIOS

Ojén
Tolox
Casarabonela
Yunquera
Guaro
El Burgo
Alozaina
Monda
Istán

OFERTA EN PLAZAS

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS NÚMERO DE PLAZAS CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA

69	632	22,5%
26	518	18,5%
25	379	13,5%
25	309	11,0%
39	305	10,9%
16	217	7,7%
25	204	7,3%
13	137	4,9%
11	106	3,8%

TOTAL

249 2.807 100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Valle del Guadalhorce

RANKING COMARCAL EN PLAZAS 3^o POSICIÓN

543 Establecimientos
5.166 Plazas

15,8% Cuota de Plazas sobre el Interior

83,8% Variación de Plazas 2017-2012
24,4% Variación de Plazas 2017-16

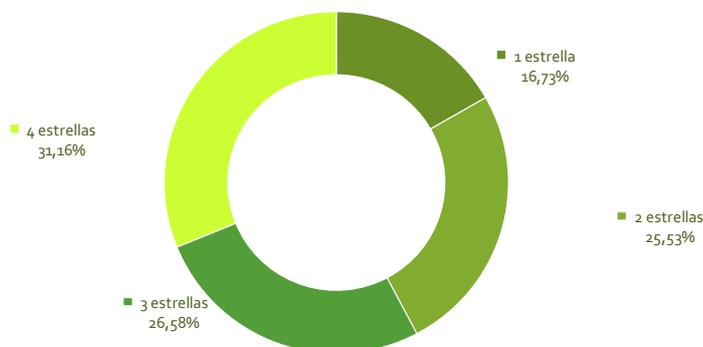
VALLE DEL GUADALHORCE

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	12	788	15,3%
CAMPAMENTO DE TURISMO	2	318	6,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	13	568	11,0%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	19	329	6,4%
CASA RURAL	170	1.224	23,7%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	231	1.308	25,3%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	96	631	12,2%
TOTAL	543	5.166	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

MUNICIPIOS

Alhaurín de la Torre
Alhaurín el Grande
Álora
Cádiz
Cártama
Pizarra
Almogía
Valle de Abdalajís

TOTAL

OFERTA EN PLAZAS

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS NÚMERO DE PLAZAS CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA

88 1.623 31,4%
147 1.209 23,4%
138 1.038 20,1%
63 410 7,9%
29 298 5,8%
34 246 4,8%
28 190 3,7%
16 152 2,9%

543 5.166 100%

>> ANÁLISIS MUNICIPAL DE LA OFERTA TURÍSTICA

Plazas de alojamientos turísticos

RANKING MUNICIPAL		OFERTA DE PLAZAS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS REGLADOS							TOTAL	CUOTA SOBRE EL TOTAL
MUNICIPIOS		HOTELERO	HOTELERO - PENSIÓN	APARTAMENTO	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURÍSTICA	VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS		
1	Ronda	2.067	216	138	401	358	657	630	4.467	13,70%
2	Antequera	1.422	169	28	251	176	277	209	2.532	7,77%
3	Frigiliana	146	13	85	0	1.108	693	18	2.063	6,33%
4	Alhaurín de la Torre	177	44	497	318	167	103	317	1.623	4,98%
5	Alhaurín el Grande	182	12	61	0	414	333	207	1.209	3,71%
6	Cómpeta	74	65	24	0	331	675	0	1.169	3,59%
7	Álora	18	95	191	0	283	424	27	1.038	3,18%
8	Ardales	50	34	136	444	38	149	0	851	2,61%
9	Algatocín	60	0	45	601	0	22	0	728	2,23%
10	Humilladero	0	0	54	588	0	6	0	648	1,99%
11	Ojén	190	48	62	0	51	98	183	632	1,94%
12	Archidona	109	111	18	0	163	217	0	618	1,90%
13	La Viñuela	86	34	63	82	87	255	6	613	1,88%
14	Gaucín	10	31	0	0	241	280	24	586	1,80%
15	Periana	126	0	106	0	109	171	6	518	1,59%
16	Tolox	106	209	62	0	8	133	0	518	1,59%
17	Alcaucín	35	10	79	0	133	227	0	484	1,48%
18	Sayalonga	0	0	0	0	136	320	8	464	1,42%
19	Coín	48	54	0	0	110	136	62	410	1,26%
20	Montejaque	15	0	112	0	97	179	0	403	1,24%
21	Casarabonela	99	0	44	117	25	94	0	379	1,16%
22	Parauta	0	41	0	220	44	43	0	348	1,07%
23	Colmenar	118	72	0	0	86	71	0	347	1,06%
24	Arriate	31	13	26	0	14	258	0	342	1,05%
25	Fuente de Piedra	17	14	0	190	34	77	2	334	1,02%
26	Arenas	0	0	0	0	146	180	6	332	1,02%
27	Iznate	0	0	0	278	6	30	0	314	0,96%
28	Algarrobo	0	17	120	0	14	2	158	311	0,95%
29	Yunquera	0	13	0	193	21	82	0	309	0,95%
30	Casabermeja	64	51	38	0	65	90	0	308	0,94%
31	Guaro	48	27	18	0	4	208	0	305	0,94%
32	Riogordo	22	8	30	0	100	140	0	300	0,92%
33	Canillas de Albaida	31	17	24	0	102	125	0	299	0,92%
34	Cártama	72	35	29	0	108	36	18	298	0,91%
35	Benaoján	118	0	32	0	35	111	0	296	0,91%
36	Cortes de la Frontera	104	16	0	0	46	119	0	285	0,87%
37	Comares	12	12	0	0	158	73	10	265	0,81%
38	Jimera de Líbar	0	0	0	84	56	120	0	260	0,80%
39	Villanueva del Trabuco	74	0	0	0	58	117	0	249	0,76%
40	Villanueva de la Concepción	0	0	21	0	65	160	0	246	0,75%
41	Pizarra	34	45	10	0	65	92	0	246	0,75%
42	Mollina	151	0	25	0	22	32	0	230	0,71%
43	Canillas de Aceituno	0	0	0	0	78	151	0	229	0,70%
44	Jubrique	27	0	0	105	25	64	0	221	0,68%

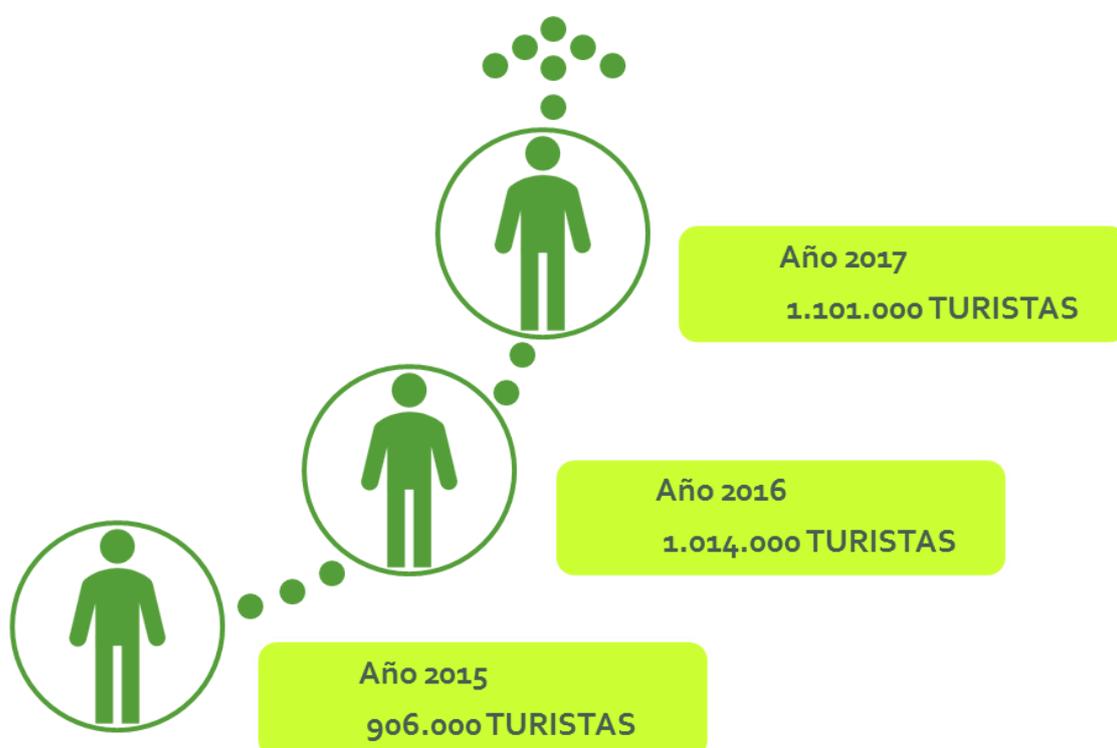
MUNICIPIOS	HOTELERO	HOTELERO - PENSION	APARTAMENTO	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURISTICA	VIVIENDA CON FINES TURISTICOS	TOTAL	CUOTA SOBRE EL TOTAL
45 El Burgo	77	74	0	0	0	57	9	217	0,67%
46 Carratraca	81	48	21	0	19	42	0	211	0,65%
47 Alozaina	0	34	0	0	72	98	0	204	0,63%
48 Almogía	22	0	0	0	69	99	0	190	0,58%
49 Villanueva de Algaidas	22	15	0	0	18	134	0	189	0,58%
50 Villanueva del Rosario	35	39	0	0	54	41	0	169	0,52%
51 Teba	10	0	16	0	57	70	6	159	0,49%
52 Valle de Abdalajís	15	44	0	0	8	85	0	152	0,47%
53 El Borge	11	0	0	0	63	76	0	150	0,46%
54 Monda	28	57	0	0	21	31	0	137	0,42%
55 Benalauría	0	0	0	0	26	100	4	130	0,40%
56 Campillos	21	43	0	0	10	54	0	128	0,39%
57 Sedella	0	10	14	0	24	77	0	125	0,38%
58 Genalguacil	0	12	20	0	22	70	0	124	0,38%
59 Alfarnatejo	0	0	0	0	59	63	0	122	0,37%
60 Istán	76	0	0	0	8	22	0	106	0,33%
61 Cuevas de San Marcos	36	24	0	0	0	38	0	98	0,30%
62 Cuevas del Becerro	0	0	0	0	52	44	0	96	0,29%
63 Cañete la Real	0	0	19	0	32	37	0	88	0,27%
64 Cartajima	13	0	0	0	16	54	0	83	0,25%
65 Almáchar	0	0	11	0	32	34	4	81	0,25%
66 Moclinejo	24	0	0	0	41	6	5	76	0,23%
67 Árchez	0	10	0	0	14	51	0	75	0,23%
68 Júzcar	31	0	0	0	6	38	0	75	0,23%
69 Alpendeire	22	0	0	0	16	36	0	74	0,23%
70 Benadalid	0	9	0	0	12	51	0	72	0,22%
71 Villanueva de Tapia	17	0	0	0	8	38	0	63	0,19%
72 Benamargosa	0	0	0	0	18	33	8	59	0,18%
73 Cútar	0	0	0	0	27	26	0	53	0,16%
74 Pujerra	0	0	44	0	6	0	0	50	0,15%
75 Alfarnate	0	0	0	0	16	33	0	49	0,15%
76 Benarrabá	23	0	0	0	0	25	0	48	0,15%
77 Sierra de Yeguas	29	0	18	0	0	0	0	47	0,14%
78 Montecorto	0	12	0	0	23	10	0	45	0,14%
79 Igualaja	0	7	0	0	10	24	0	41	0,13%
80 Atajate	0	9	0	0	4	25	0	38	0,12%
81 Salares	0	0	0	0	23	12	0	35	0,11%
82 Totalán	0	0	0	0	2	28	0	30	0,09%
83 Benamocarra	18	0	0	0	6	0	0	24	0,07%
84 Macharaviaya	14	0	0	0	6	0	0	20	0,06%
85 Alameda	0	7	0	0	0	10	0	17	0,05%
86 Almargin	0	14	0	0	0	0	0	14	0,04%
87 Faraján	0	0	0	0	7	0	0	7	0,02%
TOTAL	6.568	1.994	2.341	3.872	6.294	9.602		32.598	100,00%

II. LA DEMANDA TURÍSTICA DE INTERIOR

>> ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE TURISTAS

La estimación del volumen total de turistas que han visitado el interior de la provincia de Málaga durante el año 2017, se ha basado en los resultados proporcionados por el Observatorio Turístico de la provincia de Málaga - Costa del Sol, y en los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística y la Consejería de Turismo y Deporte (referente a la oferta de plazas en alojamientos turísticos reglados y grado de ocupación, estancia media y viajeros registrados en los mismos).

De esta manera, se estima que durante el año 2017 visitaron el interior de la provincia de Málaga un total de **1.101.000 turistas**. Esta cifra supone un **incremento del 8,6%** en el número de turistas de interior respecto al año anterior, y que, *por primera vez, se supera la cifra del millón cien mil turistas llegados al interior de la Provincia de Málaga.*



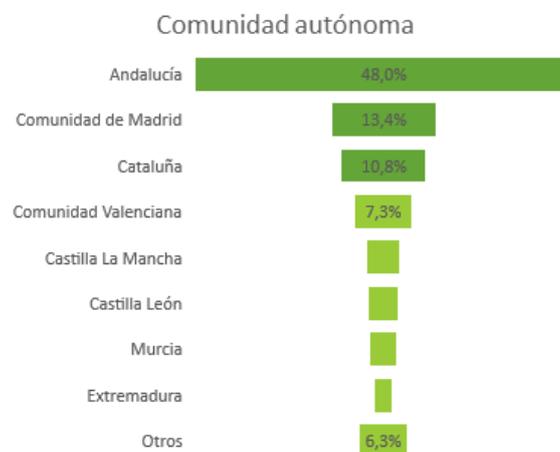
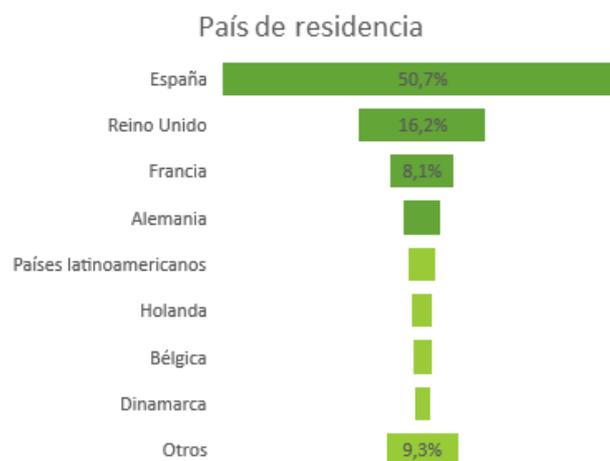
>> PERFIL DEL TURISTA DEL INTERIOR/PARQUES NATURALES DE LA PROVINCIA

Características Socio-demográficas

Lugar de Procedencia

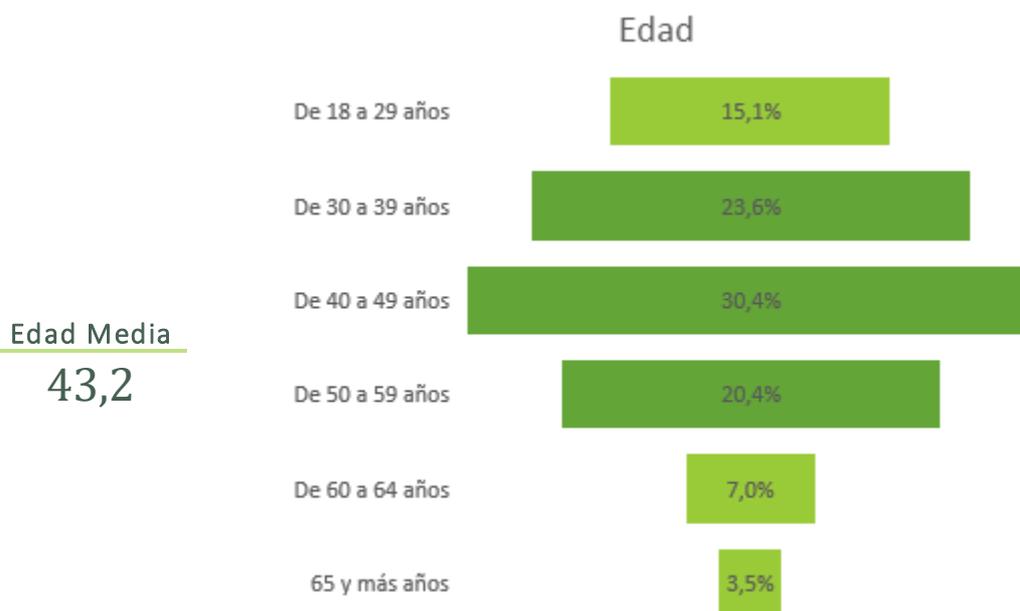
La mitad de la demanda turística del interior de la provincia de Málaga está compuesta por el mercado nacional; aumentando su cuota respecto a los datos obtenidos en años anteriores, debido al mayor crecimiento de la demanda turística del país.

Respecto a la demanda extranjera, destaca el turista *británico*, seguido de los turistas *franceses* y *alemanes*. En un segundo bloque, destacar la importancia de los turistas procedentes de Países Latinoamericanos, Holanda, Bélgica y Dinamarca.



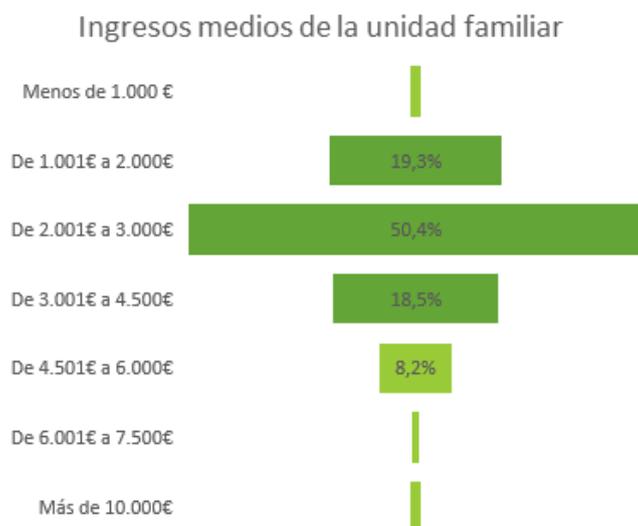
Edad

La *edad media* de los turistas que visitan el interior se sitúa en *43,2 años*, siendo algo superior a la obtenida en el año 2016.



Ingresos mensuales de la unidad familiar

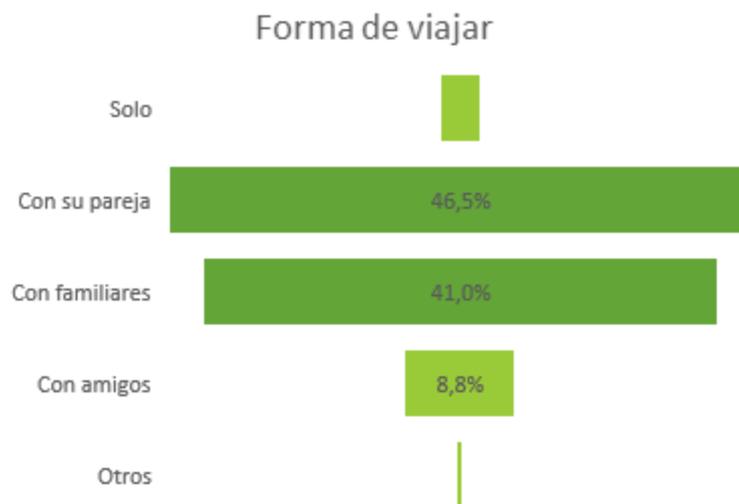
La *mitad* de los turistas del interior de la provincia manifiestan unos ingresos familiares *entre 2.000 € a 3.000 €, al mes*.



Características del Viaje

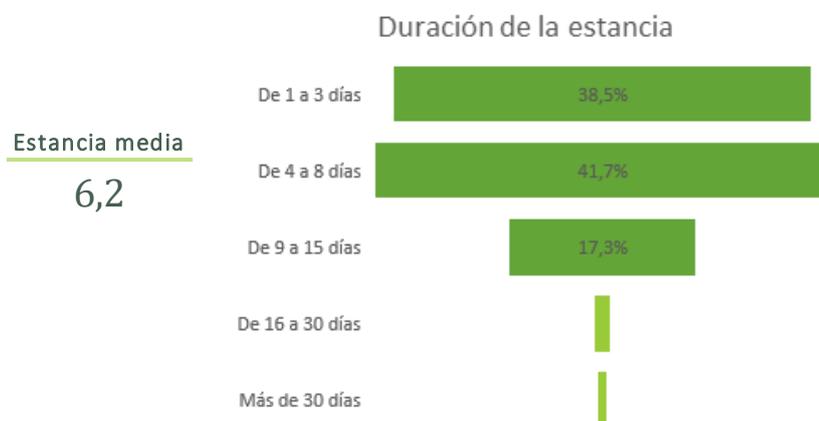
Forma de viajar

La forma más habitual de viajar al interior de la provincia de Málaga es *en pareja, con casi la mitad de las respuestas*. Durante el 2017, la segunda forma de viaje más representativa es la familiar, seguida de viajar con amigos.



Duración de la estancia

En 2017, la *estancia media* de los turistas del interior se sitúa en los *6,2 días*; inferior a la del año anterior.



Presupuesto del viaje

Durante 2017, aumenta el *presupuesto medio por persona* para el viaje al interior de la provincia de Málaga, situándose en los **736,8 euros**.

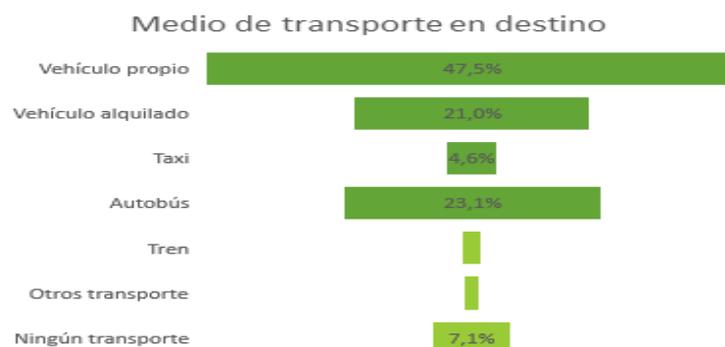
PRESUPUESTO MEDIO DE VIAJE
736,8 €

Por tramos, destacar que se comprueba una heterogeneidad en cuanto al presupuesto del viaje. Ya que mientras hay algo menos de un 50 % que indican que gastan más de 600 euros por persona en su viaje al interior de la Provincia, casi otro 50 % señalan que su gasto por persona es menor a dicha cantidad.



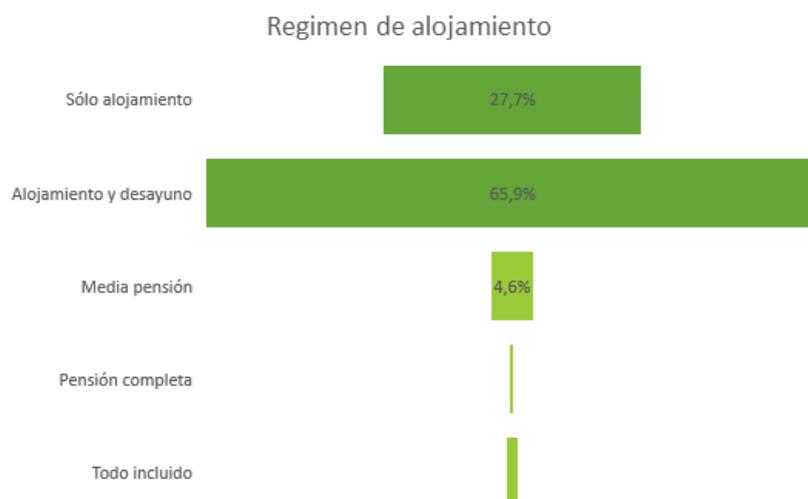
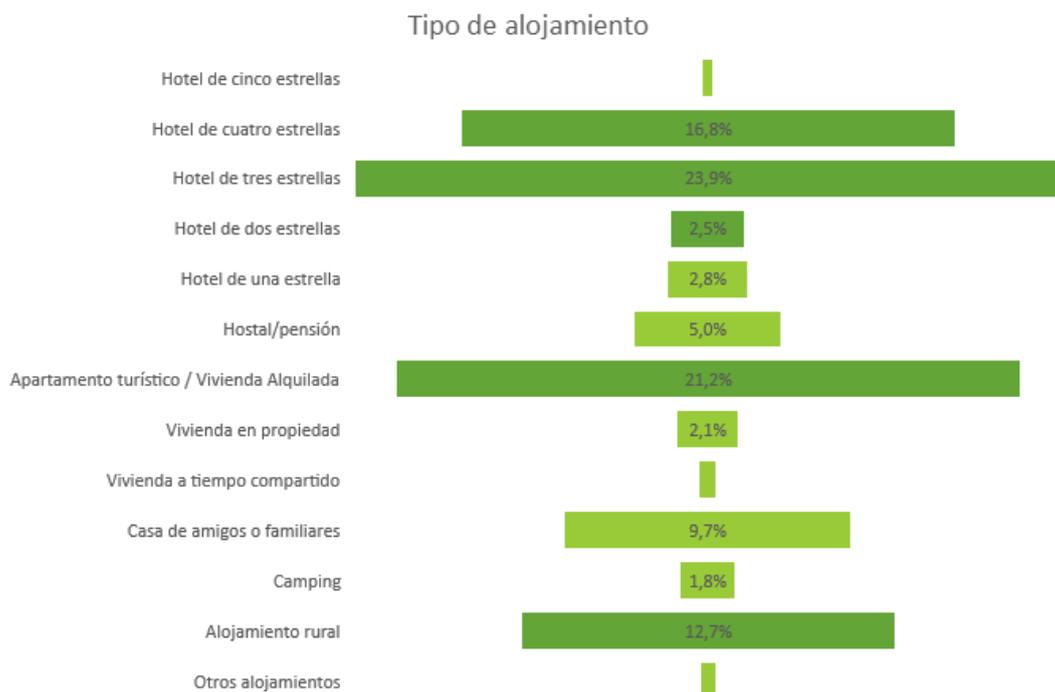
El *presupuesto medio por persona y día* en 2017 se sitúa en **106,02**; algo superior al año 2015.

Para sus desplazamientos dentro del propio destino, la mayoría de los turistas afirmaron que utilizaron un vehículo en propiedad; seguidos de aquellos que manifestaron haber utilizado el autobús y el vehículo alquilado.



Alojamiento

Aunque el *alojamiento hotelero es elegido por algo más de la mitad de los turistas del interior* de la provincia, en el año 2017 se consolida la *importante cuota de mercado que ha alcanzado las opciones de alojamiento no hoteleras* (apartamentos turísticos, casas rurales, campamentos, viviendas con fines turísticos, etc.).



Realización de actividades

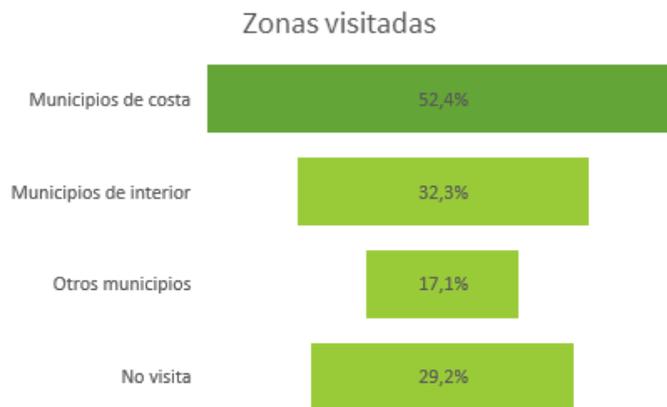
De forma abrumadora, el turista del interior de la provincia manifiesta *haber realizado diferentes actividades durante su viaje.*

**TURISTA
INTENSAMENTE ACTIVO**

Entre las mencionadas destacan principalmente: *actividades de Sol y playas; rutas por lugares históricos, paisajes y monumentos; turismo cultural y actividades gastronómicas (tapeo, restaurantes, etc.).*



A los que manifestaron haber realizado algún tipo de ruta o circuito, se les preguntó por aquellas *zonas que habían visitado, sin generar pernoctación*. Las más mencionados fueron: “*Málaga y los municipios de la Costa*”, seguidos de “*Otros Municipios del Interior*” y de “*Municipios de otras Provincias*”.



Información y Reserva

Motivos del viaje

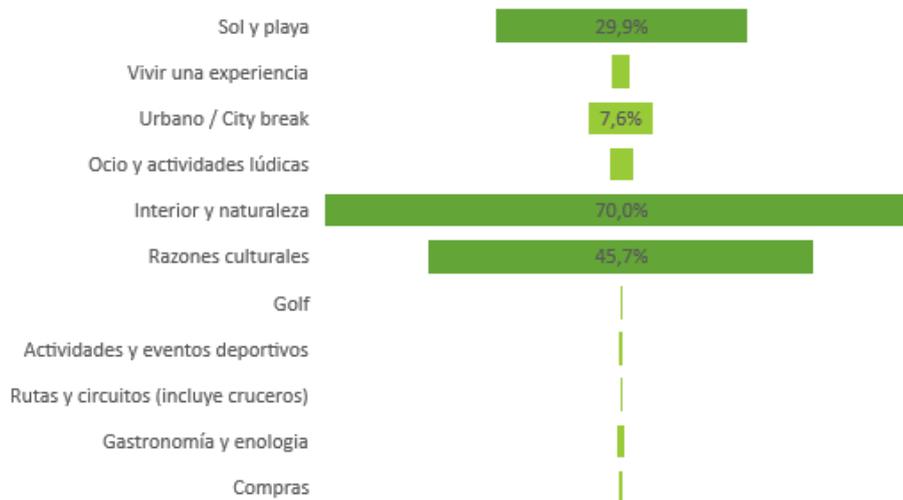
La práctica totalidad afirma tener un *motivo de ocio o vacacional* para desplazarse hasta el mismo, aunque también nos encontramos con visitantes que pernoctan en los espacios de interior de la Provincia y declaran que su estancia es por motivos profesionales o por visitas a familiares y amigos.



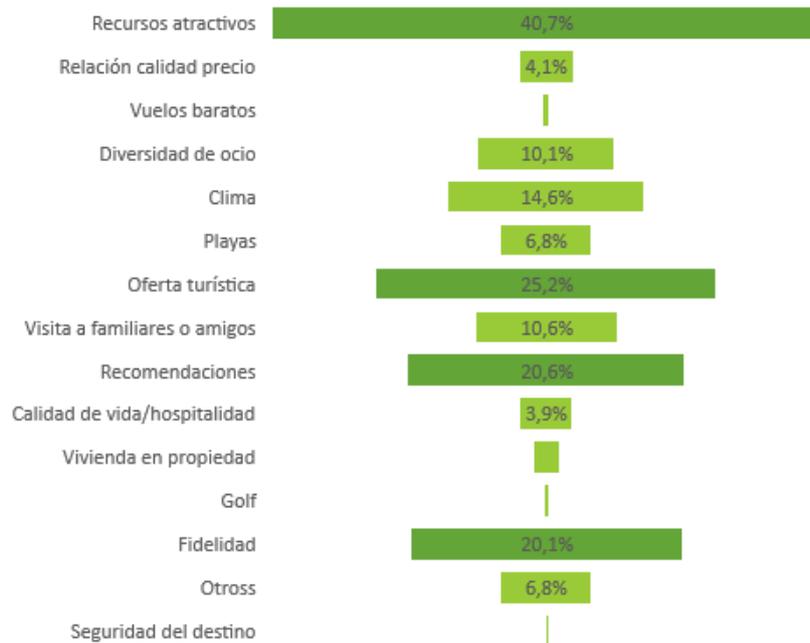
Entre los motivos específicos de un viaje de ocio y vacaciones, nombran: *interior y naturaleza, razones culturales y disfrutar del clima.*

En segundo lugar, pero con gran importancia dentro de las respuestas obtenidas, hay que resaltar los motivos *urbanos y de city-break, los experienciales y los de ocio y actividades lúdicas.*

Motivos específicos de ocio



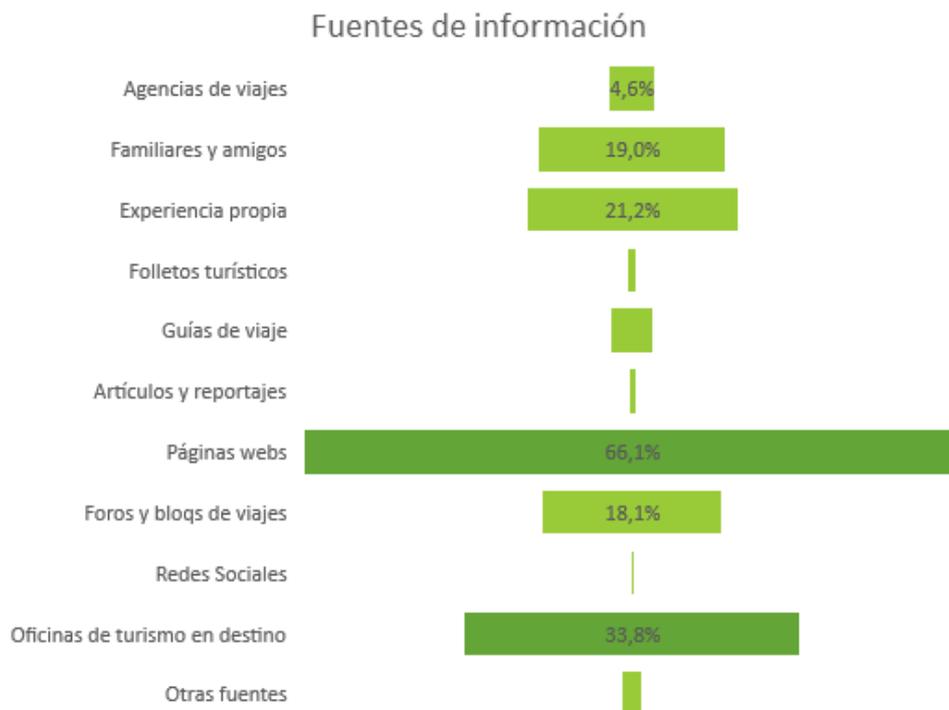
Motivos para elegir el destino



Fuentes de información

La fuente de información más utilizada por los turistas del interior de la provincia de Málaga es a través de páginas webs, manifestado por dos de cada tres de los encuestados (haciendo la consideración que es una pregunta multirespuesta).

En segundo lugar, se sitúa la información obtenida por las *oficinas de turismo en destino*, seguido por la *propia experiencia*, la que suministran *los familiares y amigos* y *los foros o blogs de viajes*.



Antelación en la organización del viaje

Siete de cada diez de los turistas del interior de la provincia organizan su viaje con más de un mes de antelación, siendo los intervalos de 1 a 2 meses y de 2 a 6 meses los que más cuota presentan.

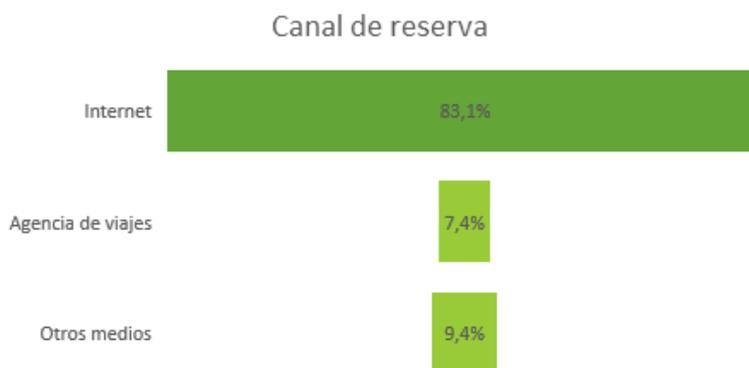
Realización de reservas

Más de nueve de cada diez de los turistas del interior de la provincia **realizaron algún tipo de reserva previa** para su viaje.



Canales de reservas

Año a año, se comprueba la mayor cuota de mercado en el uso de distintas plataformas por internet para la reserva de los distintos productos en su viaje al interior de la Provincia de Málaga.



Uso de internet en destino

La importancia de la penetración de los distintos canales a través de internet se vuelve a manifestar de forma clara, al preguntarle a los turistas si usan internet en el destino.

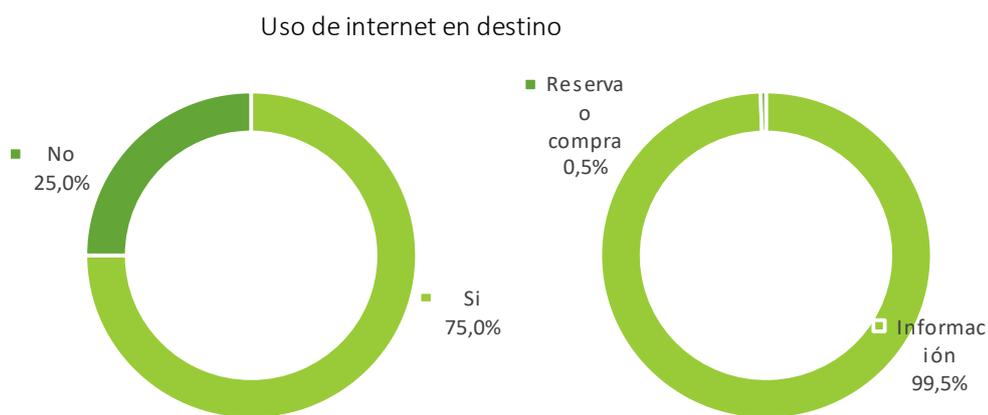


Imagen y Satisfacción

Grado de satisfacción

El turista de interior de la provincia de Málaga manifiesta un muy alto grado de satisfacción, declarando su experiencia como muy positiva o positiva por la práctica totalidad de los turistas.



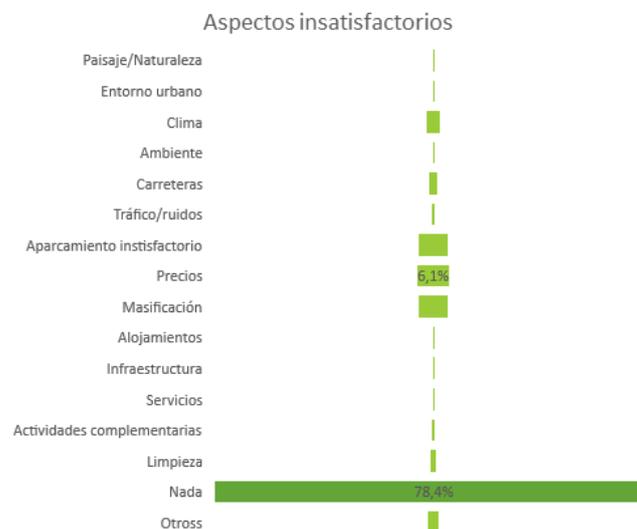
Aspectos satisfactorios

Todo bien (principal respuesta con diferencia de los turistas entrevistados). Le sigue a esa satisfacción global, aspectos relacionados con el **paisaje y la naturaleza, la tranquilidad y la gastronomía**.



Aspectos insatisfactorios

Los factores que causaron mayores niveles de insatisfacción, a pesar de que tres de cada cuatro turistas no declararon nada como “insatisfactorio”, fueron: **el nivel de precios, la masificación y el aparcamiento**.

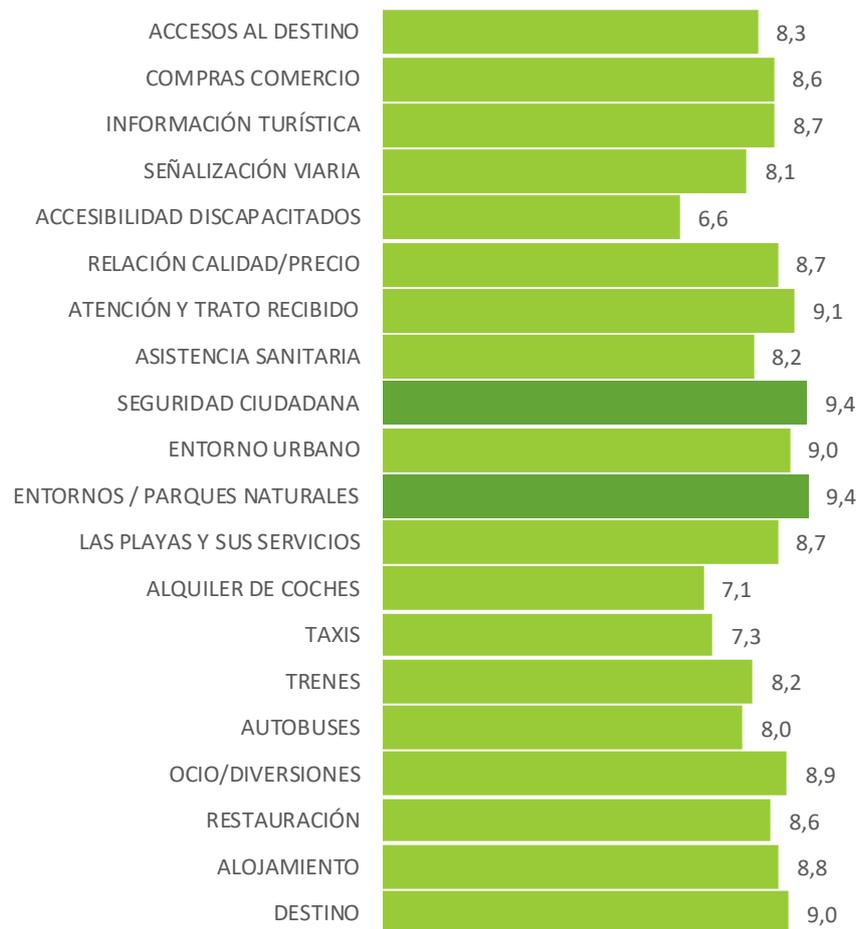


Calificación del destino

La calificación global que alcanza el destino, según la puntuación otorgada por los turistas que han visitado el interior durante este año 2017 es de **9 puntos sobre 10, aumentando sobre la media alcanzada por el destino el año anterior.**

Los aspectos mejor valorados han sido la **seguridad ciudadana, entorno y parques naturales, hospitalidad y trato recibido, y el entorno urbano de los municipios**, todas ellas con más de 9 puntos de valoración.

Calificación del destino



En segundo lugar, destacar la alta valoración también otorgada a la oferta de ocio y de alojamiento (existen otros aspectos con alta valoración, pero con baja proporción en las respuestas).

Por otra parte, a pesar de las altas calificaciones, *los aspectos con puntuaciones más bajas han sido los relativos a la accesibilidad para discapacitados, alquiler de vehículos y el servicio de taxi.*

Intención de volver

Más de la mitad de los turistas entrevistados tienen intención de regresar al interior de la Provincia de Málaga en los próximos tres años.



Por otro lado, destaca que más de una tercera parte de los mismos afirmaron que quizás repitiese su visita al interior de la provincia de Málaga.

Intención de recomendar

Casi la totalidad de los mismos manifestaron tener intención de recomendar la visita al interior de la provincia a sus familiares y amigos (98,3%).

III. EFECTOS ECONOMICOS, DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPACIOS NATURALES

El impacto directo del gasto de los turistas del interior de la provincia de Málaga, durante el año 2017, se ha calculado en base al *gasto medio diario de cada una de las partidas de gasto incluidas en la encuesta diseñada para la realización de este estudio*, a saber: transporte hasta el destino, transporte en destino, alojamiento, actividades deportivas, culturales y de ocio, restauración, compras (alimenticias y no alimenticias), etc. Elevados al número de turistas que llegaron al destino, que como se ha mencionado anteriormente en este documento fue de **1.101.799 turistas**, resulta un impacto económico directo sobre la producción que asciende a **604,7 millones de euros**.

A la hora de calcular el impacto que este gasto tendrá en la economía de Málaga, lo primero a realizar es la asignación de las partidas de gastos de estos consumos, es decir, la nueva demanda que se genera en las diferentes ramas productivas, en función de la naturaleza del gasto y qué se pretende realizar.

	IMPORTE (Miles de Euros)		Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	38.351,70 €		6,3%
INDUSTRIA	341,18 €		0,1%
Extractivas	0,00 €		0,0%
Manufactureras	244,13 €		0,0%
Energía, gas y agua	97,05 €		0,0%
CONSTRUCCIÓN	0,00 €		0,0%
SERVICIOS	566.030,90 €		93,6%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	478.056,93 €		79,1%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	82.642,73 €		13,7%
Otros servicios	5.208,79 €		0,9%
TOTAL	604.723,77 €		100,0%

Fuente: Elaboración propia

Aplicando la metodología Input-Output la estimación del impacto generado en *la producción por el gasto del turista de interior* de la provincia de Málaga durante este año 2017 será de **900,1 millones de euros**, el impacto indirecto e inducido se calcula que ha rondado los 296,7 millones de euros.



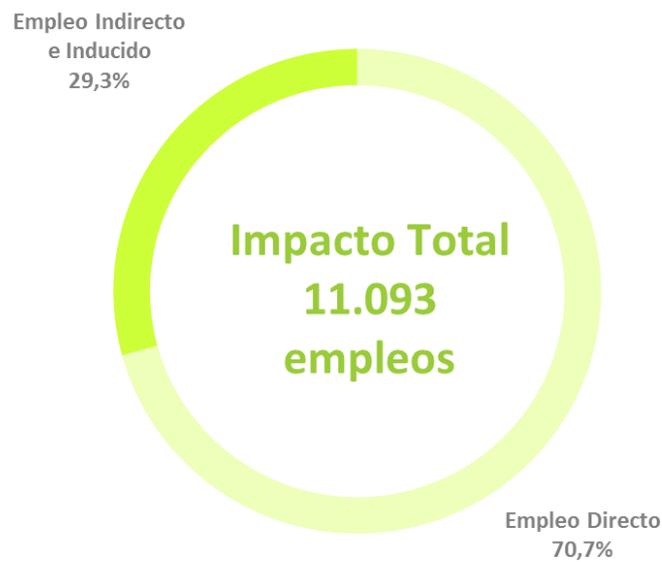
Fuente: Elaboración propia

	Producción total		Producción Indirecta e inducida	
	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	41.098,48 €	4,6%	2.746,78 €	0,9%
INDUSTRIA	96.432,79 €	10,7%	96.091,61 €	32,5%
Extractivas	240,86 €	0,0%	240,86 €	0,1%
Manufactureras	64.204,27 €	7,1%	63.960,14 €	21,7%
Energía, gas y agua	31.987,65 €	3,6%	31.890,61 €	10,8%
CONSTRUCCIÓN	22.496,93 €	2,5%	22.496,93 €	7,6%
SERVICIOS	740.027,72 €	82,2%	173.996,82 €	58,9%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	499.284,81 €	55,5%	21.227,88 €	7,2%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	207.174,89 €	23,0%	124.532,16 €	42,2%
Otros servicios	25.143,56 €	2,8%	19.934,77 €	6,7%
TOTAL	900.055,92 €	100,0%	295.332,15 €	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Estimación del impacto en el empleo

En lo que respecta al empleo, se estima que el gasto de los turistas del interior de la provincia durante el año 2017 significa para el destino **11.093 empleos equivalentes a tiempo completo**.



Fuente: Elaboración propia

II. LA OFERTA TURÍSTICA

En el presente capítulo se analiza la oferta de alojamientos turísticos del interior de la provincia de Málaga.

Antes de entrar en el análisis de la oferta del interior, es necesario señalar que se produjo un cambio normativo este año 2016, que se recoge en el Decreto 28/2016, donde se regula una nueva tipología de alojamiento turístico, denominada “vivienda con fin turístico”, que se ha incorporado a partir del pasado mayo de 2016 en el RTA, Registro de Turismo de Andalucía, fuente primaria oficial a partir del cual se analiza la oferta de alojamiento turístico reglada en nuestra provincia, así como de interior.

En dicho Decreto se conceptualiza las “viviendas con fines turísticos” como aquellas ubicadas en inmuebles situados en suelo de uso residencial, donde se vaya a ofrecer mediante precio el servicio de alojamiento en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, de forma habitual y con fines turísticos.

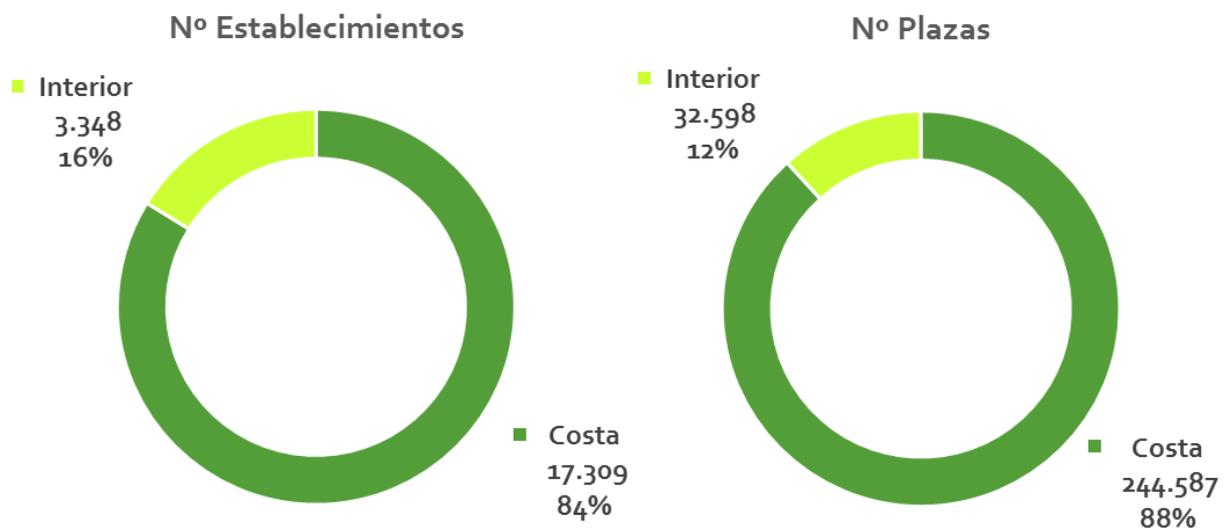
Este cambio normativo afectará a la evolución de la oferta de alojamientos turísticos del interior de la provincia que se realiza en términos globales tanto de establecimientos como de plazas.

En primer lugar, vamos a mostrar la realidad de la provincia para saber en qué contexto nos encontramos.



Así los alojamientos turísticos reglados de la provincia de Málaga en 2017 la integran 20.657 establecimientos que ofertan 277.185 plazas. De ellas, los municipios del litoral presentan 17.309 alojamientos con 244.587 plazas, lo que supone un 88% del total de plazas de la provincia.

El interior de la provincia oferta 3.348 establecimientos con 32.598 plazas de alojamientos turísticos, que representan el 12 % del total de plazas de Málaga.



Este capítulo, que analiza la oferta del interior de la provincia de Málaga, se ha estructurado en cuatro apartados:

- El análisis y evolución de la oferta de alojamientos en el período 2012-2017
- El estudio de la evolución de la oferta según tipología de alojamientos y categoría:
 - ✓ Hoteles
 - ✓ Pensiones
 - ✓ Campamentos
 - ✓ Apartamentos
 - ✓ Casas rurales y viviendas turísticas de alojamiento rural
 - ✓ Viviendas con fines turísticos
- El análisis de la oferta comarcal.

- El estudio a nivel municipal de la oferta de alojamientos turísticos.

>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA 2012-2017

El análisis de la oferta de alojamientos turísticos del interior de la provincia de Málaga se ha realizado a través de los datos facilitados por el Registro de Turismo de Andalucía (RTA), elaborado por la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía.

Antes de entrar en el análisis pormenorizado de las distintas tipologías, se resumen y señalan las características más significativas de la oferta. Así, en los cuadros siguientes, podemos contemplar tanto la evolución del número de alojamientos como de plazas turísticas en interior de la provincia de Málaga para el periodo 2012-2017.

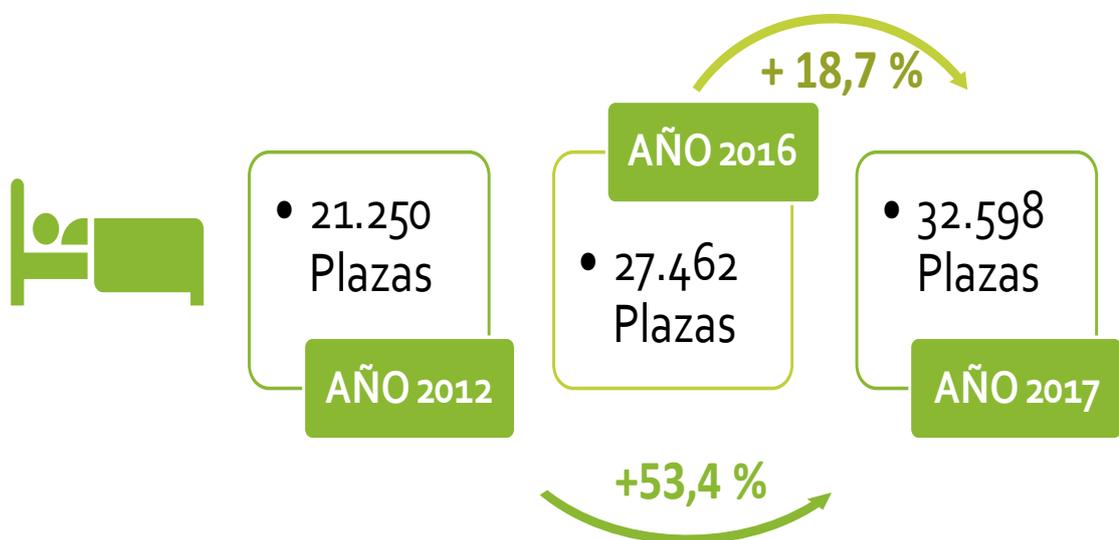
Nº ESTABLECIMIENTOS		ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DEL INTERIOR PROVINCIA DE MÁLAGA							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	CUOTA		
Apartamento	49	50	56	60	68	72		2,2%	
Campamento de Turismo	19	18	19	20	20	19		0,6%	
Establecimiento Hotelero	155	158	160	161	159	159		4,7%	
Establecimiento Hotelero - Pensión	87	93	95	100	100	101		3,0%	
Casa Rural	330	367	406	477	738	949		28,3%	
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	865	894	932	1.015	1.246	1.693		50,6%	
Vivienda con fines turísticos	-	-	-	-	121	355		10,6%	
TOTAL	1.505	1.580	1.668	1.833	2.452	3.348			
VAR. ANUAL		5,0%	5,6%	9,9%	33,8%	36,5%			

Nº PLAZAS		PLAZAS TURÍSTICAS DEL INTERIOR DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA							
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	CUOTA		
Apartamento	1.832	1.864	1.974	2.082	2.291	2.341		7,2%	
Campamento de Turismo	4.005	4.005	4.005	4.060	4.057	3.872		11,9%	
Establecimiento Hotelero	6.049	6.182	6.182	6.265	6.405	6.568		20,1%	
Establecimiento Hotelero - Pensión	1.667	1.751	1.798	1.952	1.959	1.994		6,1%	
Casa Rural	2.132	2.445	2.685	3.110	4.855	6.294		19,3%	
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	5.565	5.636	5.855	6.383	7.215	9.602		29,5%	
Vivienda con fines turísticos	-	-	-	-	680	1.927		5,9%	
TOTAL	21.250	21.883	22.499	23.852	27.462	32.598			
VAR. ANUAL		3,0%	2,8%	6,0%	15,1%	18,7%			

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Durante el periodo 2012-2017 los establecimientos turísticos del interior se han incrementado más del 53,4%

En el periodo 2012-2017, el número total de establecimientos turísticos ha crecido un 122,5%, pasando de los 1.505 en 2012 a los 3.348 registrados actualmente. Las plazas han crecido en menor proporción, ofertando en Málaga un total de 32.598 plazas turísticas en 2017 frente a las 21.250 que existían en 2012. De esta manera, el crecimiento en este quinquenio supone más de 11.000 nuevas plazas



El número de plazas se han incrementado en más de un 50% en el período 2011-2017.

En 2017, la oferta media de plazas por establecimiento es muy variable en función de la tipología de alojamiento. Así, las casas y viviendas rurales y las viviendas con fines turísticos, que representan nueve de cada diez establecimientos del interior de la provincia de Málaga (89,5%), ofertan más de la mitad de total de las plazas de interior (54,7%).

Por el contrario, los hoteles, que representan menos de una décima parte de los establecimientos (4,7%) obtienen una cuota en términos de plazas de una cuarta parte (20,1%), lo que supone cuadruplicar la cuota de establecimientos del interior de la provincia.

EVOLUCIÓN EN PLAZAS		VAR. 2017/12	VAR. 2017/16
Apartamento	●	27,8%	● 2,2%
Campamento de Turismo	●	-3,3%	● -4,6%
Establecimiento Hotelero	●	8,6%	● 2,5%
Establecimiento Hotelero - Pensión	●	19,6%	● 1,8%
Casa Rural	●	195,2%	● 29,6%
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	●	72,5%	● 33,1%
Vivienda con fines turísticos	●	-	● 183,4%
TOTAL		53,40%	18,70%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía).

Una cuarta parte de las plazas ofertadas en el interior son hoteleras

Destaca el hecho de que todas y cada una de las tipologías turísticas de alojamiento crecen en términos de plazas, a excepción de los campamentos que descienden ligeramente tanto durante el período analizado 2012-2017 como en el último año.

Las viviendas con fines turísticos han experimentado un espectacular crecimiento en este último año desde su registro por primera vez durante el año 2016, afectando de manera importante en el número de establecimientos y plazas totales del quinquenio y del último año.

Las casas rurales son los tipos de establecimientos turísticos que más crecen en el quinquenio y las viviendas con fines turístico el último año (debido a su nacimiento normativo y estadístico)

En el período 2012-2017 las casas rurales han experimentado un crecimiento en número de plazas del 195,1% y un 187,6% si consideramos el número de establecimientos. Le siguen según evolución las viviendas turísticas de alojamiento rural con crecimientos del 72,51% en plazas y 95,7% en establecimientos.

Excluyendo las casas y viviendas rurales, la tipología de establecimiento que ha aumentado en mayor proporción en camas en el quinquenio analizado ha sido la de apartamentos, con un incremento del 27,8% en número de plazas (509 plazas más. Le siguen los hostales y pensiones (19,6%) y los hoteles (8,6%). Como ya se ha comentado la oferta de plazas de campamentos se reduce un -3,3%.

En el último año 2017, la oferta de plazas de alojamientos turísticos del interior de la provincia creció en un 18,7% siendo las viviendas con fines turísticos las que más crecen (183,4%), seguidas de las viviendas turísticas con un +33,1%; en tercer lugar, las casas rurales (29,6%), seguidas de los hoteles (+2,5%), los apartamentos (2,2%), seguido de las pensiones y hostales (+1,8%); y por último los campamentos que desciende su oferta de plazas (-4,6%).

>> ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA

Oferta Hotelera

El interior de Málaga dispone de 159 hoteles con 6.568 plazas en el año 2017, lo que le otorga una cuota del 20,13% sobre el total de plazas de alojamiento en el interior de la provincia de Málaga, de las cuales 2 de cada 3 se concentran en las categorías de tres y cuatro estrellas.



La evolución de la oferta hotelera en el período de referencia 2012-2017 es positiva y ha experimentado un crecimiento del 8,39% de las plazas, creciendo un 2,54% respecto al año 2016.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PLAZAS HOTELERAS POR CATEGORÍA

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
HOTEL 1 ESTRELLA	737	16,61%	0,00%	11,2%
HOTEL 2 ESTRELLAS	1.412	5,29%	-0,56%	21,5%
HOTEL 3 ESTRELLAS	2.239	1,96%	-0,36%	34,1%
HOTEL 4 ESTRELLAS	2.057	17,07%	9,53%	31,3%
HOTEL 5 ESTRELLAS	123	0,00%	0,00%	1,9%
TOTAL	6.568	8,58%	2,54%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

El hotel de 3 estrellas es la categoría más representativa con una cuota del 34,2% pero desciende ligeramente en el último año (-0,36%). Le sigue los hoteles de 4 estrellas con un peso del 31,3%, y es la que mayor crecimiento experimenta en el último quinquenio (+17,07%) y en el último año (9,53%).

La oferta de plazas de hoteles de 5 estrellas en el interior de la provincia permanece constante en todo el período analizado, el de 1 estrellas crece un +16,6% en el quinquenio y permanece constante en el último año; y el de 2 estrellas un +5,3% durante el período analizado. La oferta de plazas conjunta de 1 y 2 estrellas representa cerca de una tercera parte de toda la oferta de interior (32,7% de cuota y 2.149 plazas).

La oferta hotelera de interior se caracteriza por una gran concentración territorial en las comarcas de la Serranía de Ronda (38,38%) y Antequera (25,18%), aglutinando conjuntamente más de seis de cada diez de la oferta de plazas hoteleras del interior de la provincia. Le siguen Axarquía (10,92%) y Sierra de la Nieves (9,5%).

Pensiones y Hostales

El interior de Málaga dispone de 101 establecimientos con 1.994 plazas en el año 2017, lo que le otorga una cuota del 6,1% sobre el total de plazas alojativas en el interior de la provincia de Málaga, la segunda tipología de alojamientos menos representativa.



La evolución de la oferta de hostales y pensiones en el período de referencia 2012-2017 es de un crecimiento en las plazas del 19,62%, mientras que, en el último año, el incremento es del +1,79%.

EVOLUCIÓN DE PLAZAS DE HOSTALES Y PENSIONES POR CATEGORÍA

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
PENSIÓN	1.318	9,02%	2,73%	66,1%
HOSTAL 1 ESTRELLA	511	74,40%	0,00%	25,6%
HOSTAL 2 ESTRELLAS	165	0,00%	0,00%	8,3%
TOTAL	1.994	19,62%	1,79%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

La categoría más representativa es la de pensiones, suponiendo dos de cada tres plazas de esta tipología, y experimentado un aumento del 9,02% en el último quinquenio, y de un +2,73% respecto el año 2016.

Durante los años 2012-2017, la oferta de hostales en el interior de la provincia de Málaga varía en función de su categoría, así los hostales de 1 estrella experimentan un incremento en su oferta de plazas del 74,4%; y, por el contrario, los hostales de 2 estrella permanecen constantes.

Durante el último año 2017/2016, los hostales de 1 y 2 estrellas permanecen constante.

La oferta de hostales y pensiones del interior se caracteriza por una concentración territorial en las comarcas de Sierra de las Nieves (23,2%), Serranía de Ronda (18,4%) y Valle del Guadalhorce (16,5%) aglutinando conjuntamente cerca de seis de cada diez de las plazas del interior.

Apartamentos Turísticos

El interior de Málaga dispone de 72 establecimientos con 2.341 plazas en el año 2017, lo que le otorga una cuota del 7,2% sobre el total de plazas alojativas en el interior de la provincia de Málaga



La evolución de la oferta de apartamentos en el período de referencia 2012-2017 es positiva, experimentando una tasa de crecimiento acumulado del 27,8% de las plazas, siendo la evolución en el último año 2017 de un incremento del 2,2%. En términos de establecimientos, la oferta de apartamentos experimenta un crecimiento acumulado del 31,9% en el periodo analizado 2012-2017, que se traduce en 23 nuevos apartamentos.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PLAZAS DE APARTAMENTOS POR CATEGORÍA

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
APARTAMENTO PRIMERA (3 LLAVES)	708	0,00%	-1,39%	30,2%
APARTAMENTO SEGUNDA (2 LLAVES)	538	40,10%	8,47%	23,0%
APARTAMENTO TERCERA (1 LLAVE)	1.095	47,97%	1,67%	46,8%
TOTAL	2.341	27,78%	2,18%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Las categorías más representativas son las de 1 y 3 Llaves, con un cuota del 46,8% y 30,2% respectivamente en el total de plazas.

Destaca el comportamiento de los apartamentos de 1 Llave, con una tasa de crecimiento del 47,9% en el periodo analizado. La categoría de 2 Llaves crece un 40,1% y la de 3 Llaves permanece constante.

Durante el último año 2017/2016, se registra un incremento de +2,18% que es el resultado del incremento de la oferta de apartamentos de 2 Llave (8,5%), de 1 Llaves (1,7%) y el descenso de 1 Llave (-1,4%).

En un análisis comarcal de la oferta de apartamentos del interior, destaca el Valle del Guadalhorce por la alta concentración de plazas, cerca con una tercera parte del total de interior (33,7%), seguido por la comarca del la Axarquía (23,8%). Conjuntamente representan cerca de seis de cada diez del total de plazas en apartamentos turísticos del interior de la provincia de Málaga.

Campamentos de Turismo

El interior de la provincia de Málaga presenta una oferta de 19 campamentos con una disponibilidad de 3.872 plazas, que la sitúan como la tercera tipología de alojamientos más importante del interior en términos de plazas con una cuota del 11,9%, por detrás de los hoteles y casas y viviendas de alojamiento rural



Los campamentos de tercera son los más representativos en términos cuantitativos, con una cuota del 49,4% y decrecen tanto en todo el período (-6,45%) como en el último año (8,8%). Le siguen los de segunda categoría que suponen el 37,8% y por último las de primera, máxima categoría que representan el 13% del total de las plazas de campamentos en el interior.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PLAZAS DE CAMPAMENTOS POR CATEGORÍA

CATEGORIAS	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
CAMPAMENTO TERCERA (1 ESTRELLA)	1.912	-6,46%	-8,82%	49,4%
CAMPAMENTO SEGUNDA (2 ESTRELLA)	1.457	-0,07%	0,00%	37,6%
CAMPAMENTO PRIMERA (3 ESTRELLA)	503	0,00%	0,00%	13,0%
TOTAL	3.872	-3,32%	-4,56%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Durante el último año 2017/2016, la oferta alojativa de campamentos en el interior de la provincia de Málaga desciende (-4,6%), derivado por el descenso de plazas en la categoría de 1 estrellas (-8,8%) a pesar de que el resto de categorías permanece constante.

La distribución geográfica de esta oferta no es homogénea, localizándose casi 6 de cada 10 plazas en la comarca de la Serranía de Ronda (36,4%) y en la comarca de Antequera (26,6%).

En la actualidad la comarca de Nororma es la única comarca que no dispone de oferta de campamentos turísticos.

Casas rurales y Viviendas Turísticas Alojamiento Rural

La oferta de casas y viviendas turísticas rurales es de 2.642 establecimientos con 15.896 plazas, la más representativa de todas y la que más crece en el quinquenio y en el último año

48,8%
PLAZAS DE INTERIOR

La tendencia de crecimiento experimentada en estos últimos años 2012-2017 en todas y cada una de las categorías, le ha permitido incrementar su

oferta en 7.697 nuevas plazas, lo que le supone una variación acumulada del 106,6%, pasando de las 7.697 a las 15.896 plazas.

En el último año 2017/2016 las plazas se han incrementado un 31,7%, con crecimientos de todas las categorías; destacando el crecimiento de plazas en viviendas rurales (+33,1%) y las casas rurales de categoría básica (+30,9%), seguido por el de las casas rurales de categoría superior (+22,8%).

EVOLUCIÓN DE PLAZAS DE VIVIENDAS Y CASAS RURALES POR CATEGORÍA

VIVIENDAS Y CASAS RU	2017	VAR. 2017/12	VAR. 2017/16	CUOTA
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENT	9.602	72,54%	33,08%	60,4%
CASA RURAL BÁSICA	5.372	202,82%	30,99%	33,8%
CASA RURAL SUPERIOR	922	157,54%	22,28%	5,8%
TOTAL	15.896	106,52%	31,70%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Señalar que las viviendas turísticas de alojamiento rural representan seis de cada diez de las plazas de alojamiento rural, incrementándose en un 72,5% en el quinquenio analizado.

La localización de viviendas y casas de alojamiento rural del interior de la provincia mantiene la concentración en las comarcas de la Axarquía (40,7%) y la Serranía de Ronda (21,1%). Conjuntamente en estas dos comarcas se concentran más de seis de cada diez de las plazas de alojamiento rural del interior de la provincia de Málaga.

Viviendas con Fines Turísticos

La oferta de esta nueva tipología de alojamiento turístico es de 355 establecimientos con 1.927 plazas.

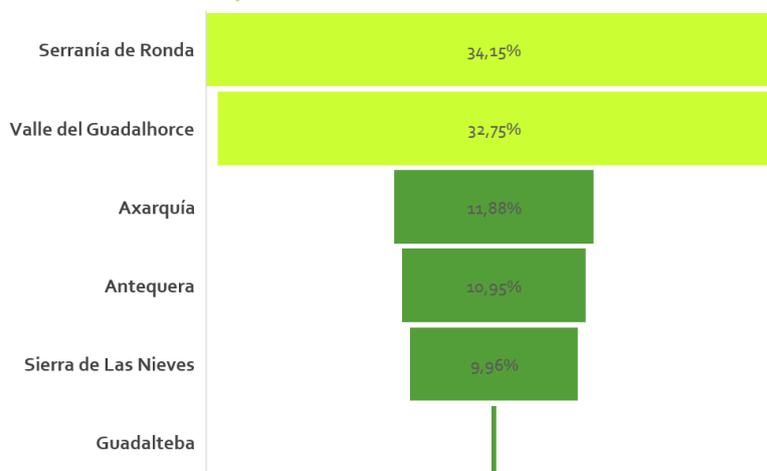
Esta nueva tipología turística, que comienza su registro oficial en el RTA Registro de Turismo de Andalucía en mayo de 2016, presenta en la actualidad una oferta de 355 viviendas con 1.927 plazas disponibles, la menos representativa de todas las analizadas, pero con una tasa de crecimiento en el último año excepcional, alcanzándose un crecimiento de 193,39% en términos de establecimientos (234 nuevas viviendas registradas en este año 2017) y un +183,4% en términos de plazas, que supone 1.147 nuevas plazas .



EVOLUCIÓN DE LAS VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

	2017	VAR. 2017/16
Nº ESTABLECIMIENTOS	355	193,39%
Nº PLAZAS	1.927	183,38%

Distribución de plazas de Viviendas con Fines Turísticos por Comarcas de Interior



La localización de viviendas con fines turísticos del interior de la provincia se concentra en las comarcas de Serranía de Ronda (34,2%) y Valle del Guadalhorce (32,8%). Conjuntamente en estas dos comarcas se concentran dos de cada tres de las plazas de viviendas con fines turísticos del interior de la provincia de Málaga. Le siguen Axarquía, Antequera y Sierra de las Nieves.

En la actualidad la comarca de Nororma no presenta oferta de viviendas con fines turísticos.

>> ANÁLISIS COMARCAL

En las siguientes páginas se presenta un análisis de la oferta turística de cada una de las comarcas de Interior:

>> Antequera

>> Axarquía

>> Guadalteba

>> Nororma

>> Serranía de Ronda

>> Sierra de las Nieves

>> Valle del Guadalhorce

En ellas se detalla por tipología de alojamiento, el número de establecimientos y plazas, así como la cuota que representa cada tipología en la composición de la oferta de cada comarca. También se distribuye la oferta de plazas de hoteles y hoteles apartamentos, según categoría hotelera y se detalla la oferta de cada uno de los municipios que integran la Comarca.



Antequera



ANTEQUERA

RANKING COMARCAL EN 4.º POSICIÓN

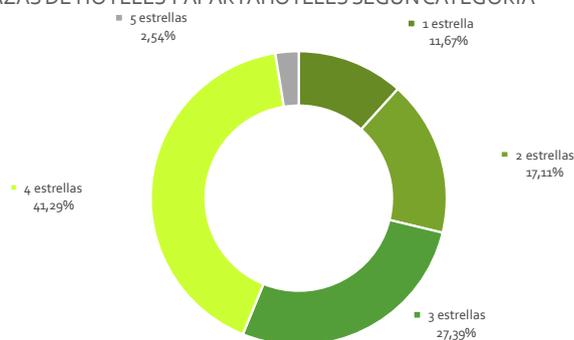
241	Establecimientos
4.315	Plazas
13,2%	Cuota de Plazas sobre el Interior
19,8%	Variación de Plazas 2017-2012
9,6%	Variación de Plazas 2017-16

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	6	166	3,8%
CAMPAMENTO DE TURISMO	3	1.029	23,8%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	28	1.654	38,3%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	12	241	5,6%
CASA RURAL	53	362	8,4%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	100	652	15,1%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	39	211	4,9%
TOTAL	241	4.315	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Antequera	133	2.532	58,7%
Humilladero	3	648	15,0%
Fuente de Piedra	18	334	7,7%
Casabermeja	30	308	7,1%
Villanueva de la Concepción	44	246	5,7%
Mollina	10	230	5,3%
Alameda	3	17	0,4%
TOTAL	241	4.315	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Comarca de Antequera

- La comarca de Antequera, con 241 establecimientos reglados y 4.315 plazas, ocupa el cuarto puesto en el ranking comarcal en plazas ofertadas en el interior de Málaga, con una cuota del 13,2% del total de plazas en 2017.
- En el periodo analizado de 2012-2012 la comarca de Antequera ha experimentado un importante crecimiento acumulado el 19,8%, registrándose este último año un incremento del +9,6%, siendo en este último año.
- La oferta hotelera es la más representativa de la comarca con 1.632 plazas y crece en el último año +1% por debajo de la media de provincial. Esta oferta supone una cuota del 38,3% del total; de las cuales cerca de la mitad son de 4 y 5 estrellas.
- La segunda tipología más importante en número de plazas son los campamentos con 1.029 plazas y una representatividad del 23,8%.
- Las casas y viviendas rurales de la comarca de Antequera suman 1.014 plazas, lo que supone el 23,5% del total de las camas, y se sitúa como la tercera tipología más importante.
- Esta comarca integrada por siete municipios presenta una alta concentración de las plazas.
- Antequera es el municipio líder de la comarca, concentrando cerca de seis de cada diez plazas (58,7%); seguido de Humilladero con el 15% de las plazas.

Axarquía

RANKING COMARCAL EN PLAZAS ^{2º} POSICIÓN

1.264 Establecimientos

8.607 Plazas

26,4% Cuota de Plazas sobre el Interior

100,5% Variación de Plazas 2017-2012

29,2% Variación de Plazas 2017-16

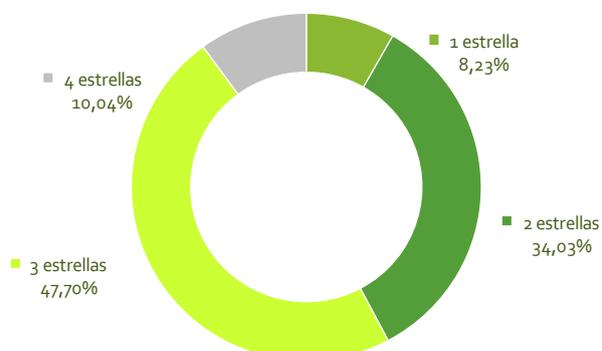
AXARQUÍA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	20	556	6,5%
CAMPAMENTO DE TURISMO	2	360	4,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	24	717	8,3%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	15	268	3,1%
CASA RURAL	483	2.925	34,0%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	670	3.552	41,3%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	50	229	2,7%
TOTAL	1264	8.607	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL		OFERTA EN PLAZAS		
MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA	
Frigiliana	355	2.063	24,0%	
Cómpeta	211	1.169	13,6%	
La Viñuela	71	613	7,1%	
Periana	48	518	6,0%	
Alcaucín	62	484	5,6%	
Sayalonga	74	464	5,4%	
Colmenar	31	347	4,0%	
Arenas	47	332	3,9%	
Iznate	7	314	3,6%	
Algarrobo	45	311	3,6%	
Riogordo	32	300	3,5%	
Canillas de Albaida	41	299	3,5%	
Comares	50	265	3,1%	
Canillas de Aceituno	49	229	2,7%	
El Borge	19	150	1,7%	
Sedella	22	125	1,5%	
Alfarnatejo	16	122	1,4%	
Almáchar	12	81	0,9%	
Moclínejo	10	76	0,9%	
Árchez	15	75	0,9%	
Benamargosa	11	59	0,7%	
Cútar	12	53	0,6%	
Alfarnate	6	49	0,6%	
Salares	8	35	0,4%	
Totalán	4	30	0,3%	
Benamocarra	3	24	0,3%	
Macharaviaya	3	20	0,2%	
TOTAL	1.264	8.607	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Axarquía

- La comarca de la Axarquía, con 1.264 establecimientos reglados y 8.607 plazas, ocupa el segundo puesto en el ranking comarcal en plazas ofertadas en el interior de Málaga, con una cuota del 26,4% del total de plazas en 2017.
- En el periodo analizado de 2017-2012 la comarca de Axarquía ha experimentado un importantísimo crecimiento, del 100,5%, que se mantiene en 2017 con una tasa de incremento del 29,2%, la más alta de las siete comarcas de interior, seguida de Valle de Guadalhorce.
- Las casas y viviendas rurales de la comarca de Axarquía es la más representativa ofertando siete de cada diez plazas de la comarca, alcanzando las 6.500 plazas.
- La oferta hotelera es la segunda más representativa de la comarca con 717 plazas y una cuota del 8,3% del total; de las cuales cerca de seis de cada diez son de 4 y 3 estrellas, la tercera parte de 2 estrellas y algo menos de la décima, de 1 estrella.
- La tercera tipología más importante en número de plazas son los apartamentos con 556 plazas y una representatividad del 6,5%.
- Esta comarca integrada por 27 municipios presenta oferta en todos y cada uno de los municipios que la integran.
- Frigiliana, seguida de Competa, son los municipios líderes de la comarca, concentrando conjuntamente una de cada tres plazas de la comarca; le sigue Viñuela, Periana y Alcaucín.

Guadalteba



RANKING COMARCAL EN PLAZAS 6º POSICIÓN

114	Establecimientos
1.594	Plazas
4,9%	Cuota de Plazas sobre el Interior
15,2%	Variación de Plazas 2017-2012
7,1%	Variación de Plazas 2017-16

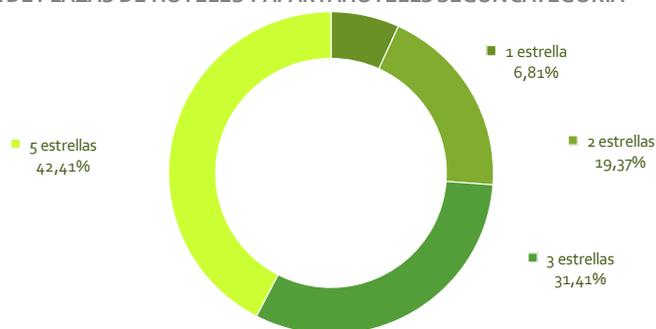
GUADALTEBA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	8	210	13,2%
CAMPAMENTO DE TURISMO	1	444	27,9%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	6	191	12,0%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	5	139	8,7%
CASA RURAL	23	208	13,0%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	70	396	24,8%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	1	6	0,4%
TOTAL	114	1.594	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Ardales	41	851	53,4%
Carratraca	14	211	13,2%
Teba	20	159	10,0%
Campillos	9	128	8,0%
Cuevas del Becerro	16	96	6,0%
Cañete la Real	10	88	5,5%
Sierra de Yeguas	3	47	2,9%
Almargen	1	14	0,9%
TOTAL	114	1.594	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Guadalteba

- La comarca de Guadalteba, con 114 establecimientos reglados y 1.594 plazas, ocupa la sexta posición en el ranking comarcal en plazas ofertadas en el interior de Málaga, incrementando el número de sus plazas respecto al 2016 en un 7,1%, y alcanzando una cuota del 4,9 % del total de plazas de interior en 2017.
- En el periodo analizado de 2017-2012 la comarca de Guadalteba ha experimentado un crecimiento acumulado de 15,2%.
- La tipología más importante en número de plazas son las casas y viviendas rurales con 604 plazas y una representatividad de la tercera parte de la comarca (37,8%).
- La oferta de campamentos, a pesar de disponer de un solo establecimiento, es la segunda más representativa de la comarca con 444 plazas y representando el 27,9% del total de la comarca.
- Los hoteles son la tercera tipología más representativa de la comarca de Guadalteba suman 191 plazas en 6 establecimientos, siendo la máxima categoría de 5 estrellas la más representativa con el 42,4% de las plazas. La comarca oferta uno de los dos establecimientos de 5 estrellas que presenta el interior de la Provincia de Málaga.
- Esta comarca integrada por ocho municipios oferta plazas en todos y cada uno de ellos pero no de forma homogénea.
- Ardales es el municipio líder de la comarca, concentrando más de la mitad de las plazas (53,4%); seguido de Carratraca y Teba con un 13,2% y 10 % de las plazas respectivamente; y Campillos con un 8%.

Nororma



RANKING COMARCAL EN PLAZAS 7º POSICIÓN

133 Establecimientos
1.386 Plazas

4,3% Cuota de Plazas sobre el Interior

60,2% Variación de Plazas 2017-2012
15,2% Variación de Plazas 2017-16

NORORMA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	1	18	1,3%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	10	293	21,1%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	11	189	13,6%
CASA RURAL	31	301	21,7%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	80	585	42,2%
TOTAL	133	1.386	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGÚN CATEGORÍA



RANKING MUNICIPAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Archidona	55	618	44,6%
Villanueva del Trabuco	24	249	18,0%
Villanueva de Algaidas	23	189	13,6%
Villanueva del Rosario	18	169	12,2%
Cuevas de San Marcos	8	98	7,1%
Villanueva de Tapia	5	63	4,5%
TOTAL	133	1.386	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Nororma

- Nororma, con 133 establecimientos reglados y 1.386 plazas, es la comarca con menos oferta de plazas en el interior de Málaga, con una cuota del 4,3% del total de plazas en 2017.
- En el periodo analizado de 2017-2012 la comarca de Nororma ha experimentado un importante crecimiento el 60,2%, superior a la media del interior en el mismo periodo y un crecimiento del 15,2% en este último año.
- La oferta de casas y viviendas rurales es la más representativa de la comarca con 886 plazas y una cuota del 63,9% del total; es decir, más de seis de cada diez plazas que ofrece Nororma son de esta tipología.
- La segunda tipología más importante en número de plazas son los hoteles con 10 establecimientos que ofrecen 293 plazas, y una representatividad del 21,1%.
- Las pensiones de la comarca de Nororma suman 189 plazas, lo que supone el 13,6% del total de las camas, y se sitúa como la tercera tipología más importante.
- Archidona es el municipio líder de la comarca, concentrando cerca de la mitad de las plazas (44,6%); seguido de Villanueva del Trabuco, Villanueva de Algaidas y Villanueva del Rosario.

Serranía de Ronda



RANKING COMARCAL EN PLAZAS 1º POSICIÓN

804 Establecimientos
8.723 Plazas

26,8% Cuota de Plazas sobre el Interior

39,5% Variación de Plazas 2017-2012
14,0% Variación de Plazas 2017-16

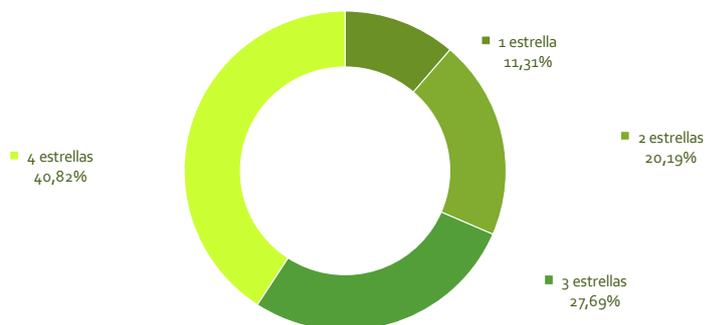
SERRANÍA DE RONDA

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	19	417	4,8%
CAMPAMENTO DE TURISMO	8	1.411	16,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	64	2.521	28,9%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	24	366	4,2%
CASA RURAL	156	1.064	12,2%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	401	2.286	26,2%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	132	658	7,5%
TOTAL	672	8.065	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL	OFERTA EN PLAZAS		
MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Ronda	339	4.467	51,2%
Algatocín	12	728	8,3%
Gaucín	110	586	6,7%
Montejaque	64	403	4,6%
Parauta	20	348	4,0%
Arriate	40	342	3,9%
Benaoján	28	296	3,4%
Cortes de la Frontera	35	285	3,3%
Jimera de Líbar	20	260	3,0%
Jubrique	16	221	2,5%
Benalauría	28	130	1,5%
Genalguacil	19	124	1,4%
Cartajima	13	83	1,0%
Júzcar	8	75	0,9%
Alpandeire	10	74	0,8%
Benadalid	13	72	0,8%
Pujerra	3	50	0,6%
Benarrabá	6	48	0,6%
Montecorto	5	45	0,5%
Igualaja	7	41	0,5%
Atajate	7	38	0,4%
Faraján	1	7	0,1%
TOTAL	804	8.723	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Serranía de Ronda

- La Serranía de Ronda es la comarca líder en oferta de alojamiento del interior, con el 26,76 % de la oferta de plazas hoteleras, seguida de la Axarquía (26,4%).
- La Serranía de Ronda, con 804 establecimientos reglados y 8.723 plazas, es la comarca líder en el interior de Málaga, ofertando el mayor número de plazas con una cuota del 26,8% del total en 2017.
- En el periodo analizado de 2017-2012 la comarca de la Serranía de Ronda ha experimentado un importante crecimiento el 39,5%. Con respecto al último año, la evolución también ha sido positiva, creciendo la oferta de plazas un 14,0% que supone más de 800 plazas nuevas.
- La oferta de casas y viviendas es la más representativa de la comarca con 3.350 plazas y una cuota del 38,4% del total, y un incremento en este último de más del 10%.
- La segunda tipología más importante en número de plazas son los hoteles, aportando casi el 30% de las plazas de la comarca. La oferta de hoteles de la Serranía de Ronda la integran 64 establecimientos con 2.521 plazas. La oferta de 4 estrellas es la más importante; seguida del de 3 estrellas.
- Los campamentos es la tercera tipología más importantes en plazas en la comarca, con 8 campings y 1.411 plazas. Además, esta oferta le permite liderar también la oferta de plazas de interior de esta tipología, disponiendo de más de una de cada tres plazas de camping que presenta el interior de Málaga.
- La oferta de plazas de la Serranía de Ronda en viviendas con fines turísticos es de 658 camas, seguida de las de apartamentos con 417 camas, y de las pensiones con 366 plazas, siendo las tipologías menos representativas en la comarca.
- En esta comarca se observa una alta concentración de las plazas. El municipio de Ronda es el municipio líder de la comarca, que, con 339 establecimientos y 4.467 plazas, concentra más de la mitad de las plazas (51,2%). Le sigue Algatocín, con el 8,3% y 728 plazas, Gaucín, Montejaque, Parauta y Arriate.

Sierra de las Nieves



SIERRA DE LAS NIEVES

RANKING COMARCAL EN PLAZAS 5º POSICIÓN

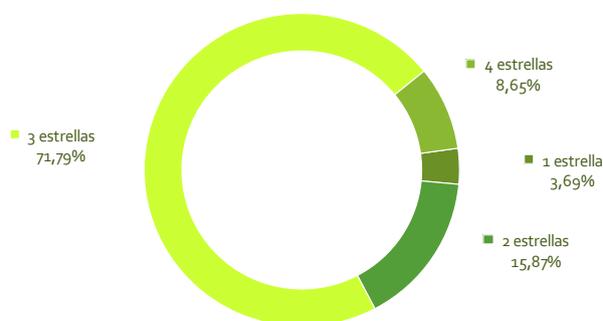
249	Establecimientos
2.807	Plazas
8,6%	Cuota de Plazas sobre el Interior
37,5%	Variación de Plazas 2017-2012
18,5%	Variación de Plazas 2017-16

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	6	186	6,6%
CAMPAMENTO DE TURISMO	3	310	11,0%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	14	624	22,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	15	462	16,5%
CASA RURAL	33	210	7,5%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	141	823	29,3%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	37	192	6,8%
TOTAL	249	2.807	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

MUNICIPIOS

Ojén
Tolox
Casarabonela
Yunquera
Guaro
El Burgo
Alozaina
Monda
Istán

OFERTA EN PLAZAS

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS NÚMERO DE PLAZAS CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA

69	632	22,5%
26	518	18,5%
25	379	13,5%
25	309	11,0%
39	305	10,9%
16	217	7,7%
25	204	7,3%
13	137	4,9%
11	106	3,8%

TOTAL

249 2.807 100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

Sierra de las Nieves

- Esta comarca, con 249 establecimientos reglados y 2.807 plazas, ocupa la quinta posición en el ranking comarcal en plazas ofertadas en el interior de Málaga, con una cuota del 8,6% del total en 2017.
- En el periodo analizado de 2017-2012, la comarca Sierra de la Nieves ha experimentado un crecimiento del 37,5%, siendo el incremento de este último año del 18,5%.
- Las casas y viviendas rurales, son las más representativas de la comarca, alcanzando una cuota de un 36,8%, Así las casas y viviendas rurales ofertan 1.033 plazas distribuidas en 174 establecimientos.
- La oferta hotelera alcanza una cuota de 22,2%, con 624 plazas, siendo 7 de cada 10 de estas plazas de 3 estrellas.
- Las pensiones es la tercera tipología más importante de la Sierra de las Nieves, y oferta 15 establecimientos con 462 plazas, lo que supone la séptima parte de las plazas. Es la comarca que más plazas de pensiones ofrece de todo el interior de la provincia.
- La Sierra de las Nieves dispone de 3 campamentos con 310 plazas, cuarta tipología de la comarca en plazas con una cuota del 11%.
- Esa comarca presenta una distribución municipal bastante homogénea de las plazas, situándose Ojén, como el municipio líder de la comarca, concentrando el 22,5% de las plazas; seguido de Tolox y Casarabonela, cada uno con el 18,5% y 13,5% de las plazas.

Valle del Guadalhorce



RANKING COMARCAL EN PLAZAS 3º POSICIÓN

543 Establecimientos
5.166 Plazas

15,8% Cuota de Plazas sobre el Interior

83,8% Variación de Plazas 2017-2012

24,4% Variación de Plazas 2017-16

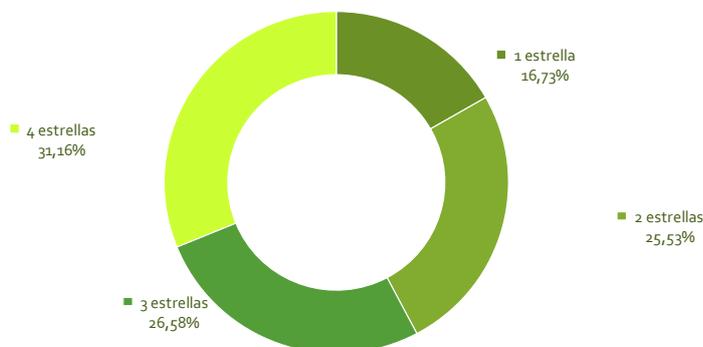
VALLE DEL GUADALHORCE

OFERTA COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS COMARCAL SEGÚN TIPOLOGIA
APARTAMENTO	12	788	15,3%
CAMPAMENTO DE TURISMO	2	318	6,2%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO	13	568	11,0%
ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	19	329	6,4%
CASA RURAL	170	1.224	23,7%
VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	231	1.308	25,3%
VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS	96	631	12,2%
TOTAL	543	5.166	100%

Fuente: Elaboración propia a partir del RTA (Junta de Andalucía)

OFERTA DE PLAZAS DE HOTELES Y APARTAHOTELES SEGUN CATEGORIA



RANKING MUNICIPAL

MUNICIPIOS

Alhaurín de la Torre
Alhaurín el Grande
Álora
Cádiz
Cártama
Pizarra
Almogía
Valle de Abdalajís

TOTAL

OFERTA EN PLAZAS

MUNICIPIOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE PLAZAS	CUOTA DE PLAZAS EN LA COMARCA
Alhaurín de la Torre	88	1.623	31,4%
Alhaurín el Grande	147	1.209	23,4%
Álora	138	1.038	20,1%
Cádiz	63	410	7,9%
Cártama	29	298	5,8%
Pizarra	34	246	4,8%
Almogía	28	190	3,7%
Valle de Abdalajís	16	152	2,9%
TOTAL	543	5.166	100%

Valle del Guadalhorce

- La comarca del Valle del Guadalhorce, con 543 establecimientos reglados y 5.166 plazas, escala hasta el tercer puesto en el ranking comarcal en plazas ofertadas en el interior de Málaga, con una cuota del 15,8% del total de plazas en 2017.
- En el periodo analizado de 2017-2012, la comarca del Valle del Guadalhorce ha experimentado un importante crecimiento del 83,8%, que en el último año se sitúa en el 24,4%, superior a la media del interior de la provincia de Málaga.
- La oferta de casas y viviendas rurales es la más representativa de la comarca con 2.532 plazas y una cuota de casi la mitad del total de oferta de alojamiento existente en la comarca del Valle del Guadalhorce.
- La segunda tipología más importante en número de plazas, son los apartamentos con 788 plazas y una representatividad del 15,3%.
- Los establecimientos hoteleros de la comarca del Vale del Guadalhorce suman 568 plazas, lo que supone el 11% del total de las camas, y se sitúa como la tercera tipología más importante.
- Alhaurín de la Torre es el municipio líder de la comarca, concentrando cerca de una de cada tres plazas (31,4%); seguido de Alhaurín el Grande con el 23,4%, Álora con el 24,7% de las plazas, Coín y Cártama.

>> ANÁLISIS MUNICIPAL DE LA OFERTA TURÍSTICA

Establecimientos turísticos

RANKING MUNICIPAL		OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS REGLADOS							TOTAL	CUOTA SOBRE EL TOTAL
MUNICIPIOS		HOTELERO	HOTELERO - PENSIÓN	APARTAMENTO	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURÍSTICA	VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS		
1	Frigiliana	4	1	3	0	206	137	4	355	10,60%
2	Ronda	47	11	9	3	45	96	128	339	10,13%
3	Cómpeta	2	5	3	0	58	143	0	211	6,30%
4	Alhaurín el Grande	4	1	2	0	58	51	31	147	4,39%
5	Álora	1	6	6	0	41	79	5	138	4,12%
6	Antequera	21	6	2	1	25	40	38	133	3,97%
7	Gaucín	1	3	0	0	33	70	3	110	3,29%
8	Alhaurín de la Torre	2	2	2	1	19	15	47	88	2,63%
9	Sayalonga	0	0	0	0	19	54	1	74	2,21%
10	La Viñuela	2	1	2	1	15	49	1	71	2,12%
11	Ojén	2	2	2	0	7	20	36	69	2,06%
12	Montejaque	1	0	3	0	22	38	0	64	1,91%
13	Coín	1	2	0	0	21	29	10	63	1,88%
14	Alcaucín	2	1	2	0	18	39	0	62	1,85%
15	Archidona	3	6	1	0	16	29	0	55	1,64%
16	Comares	1	1	0	0	21	26	1	50	1,49%
17	Canillas de Aceituno	0	0	0	0	16	33	0	49	1,46%
18	Periana	1	0	3	0	18	25	1	48	1,43%
19	Arenas	0	0	0	0	18	28	1	47	1,40%
20	Algarrobo	0	1	3	0	3	1	37	45	1,34%
21	Villanueva de la Concepción	0	0	1	0	11	32	0	44	1,31%
22	Canillas de Albaida	2	1	1	0	13	24	0	41	1,22%
23	Ardales	1	2	3	1	4	30	0	41	1,22%
24	Arriate	1	1	1	0	2	35	0	40	1,19%
25	Guaro	1	2	1	0	1	34	0	39	1,16%
26	Cortes de la Frontera	3	1	0	0	5	26	0	35	1,05%
27	Pizarra	1	3	1	1	7	21	0	34	1,02%
28	Riogordo	1	1	1	0	12	17	0	32	0,96%
29	Colmenar	5	1	0	0	14	11	0	31	0,93%
30	Casabermeja	3	4	1	0	10	12	0	30	0,90%
31	Cártama	2	2	1	0	15	6	3	29	0,87%
32	Benaoján	4	0	1	0	4	19	0	28	0,84%
33	Benalauría	0	0	0	0	5	22	1	28	0,84%
34	Almogía	1	0	0	0	8	19	0	28	0,84%
35	Tolox	2	6	2	0	2	14	0	26	0,78%
36	Casarabonela	4	0	1	1	5	14	0	25	0,75%
37	Yunquera	0	1	0	1	4	19	0	25	0,75%
38	Alozaina	0	1	0	0	6	18	0	25	0,75%
39	Villanueva del Trabuco	2	0	0	0	5	17	0	24	0,72%
40	Villanueva de Algaidas	1	1	0	0	3	18	0	23	0,69%
41	Sedella	0	1	1	0	6	14	0	22	0,66%
42	Jimera de Líbar	0	0	0	1	6	13	0	20	0,60%
43	Teba	1	0	1	0	6	11	1	20	0,60%
44	Parauta	0	3	0	1	10	6	0	20	0,60%

RANKING MUNICIPAL		OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS REGLADOS							TOTAL	CUOTA SOBRE EL TOTAL
MUNICIPIOS		HOTELERO	HOTELERO - PENSIÓN	APARTAMENTO O	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURÍSTICA	VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS		
45	Genalguacil	0	1	1	0	4	13	0	19	0,57%
46	El Borge	1	0	0	0	9	9	0	19	0,57%
47	Villanueva del Rosario	2	2	0	0	6	8	0	18	0,54%
48	Fuente de Piedra	1	1	0	1	4	10	1	18	0,54%
49	Jubrique	1	0	0	1	3	11	0	16	0,48%
50	El Burgo	2	2	0	1	0	10	1	16	0,48%
51	Alfarnatejo	0	0	0	0	8	8	0	16	0,48%
52	Valle de Abdalajís	1	3	0	0	1	11	0	16	0,48%
53	Cuevas del Becerro	0	0	0	0	6	10	0	16	0,48%
54	Árchez	0	1	0	0	2	12	0	15	0,45%
55	Carratraca	1	1	1	0	3	8	0	14	0,42%
56	Benadalid	0	1	0	0	4	8	0	13	0,39%
57	Monda	1	1	0	0	5	6	0	13	0,39%
58	Cartajima	1	0	0	0	3	9	0	13	0,39%
59	Almáchar	0	0	1	0	5	5	1	12	0,36%
60	Algatocín	2	0	2	2	0	6	0	12	0,36%
61	Cútar	0	0	0	0	4	8	0	12	0,36%
62	Istán	2	0	0	0	3	6	0	11	0,33%
63	Benamargosa	0	0	0	0	2	7	2	11	0,33%
64	Moclinejo	1	0	0	0	6	2	1	10	0,30%
65	Alpandeire	1	0	0	0	3	6	0	10	0,30%
66	Cañete la Real	0	0	2	0	3	5	0	10	0,30%
67	Mollina	3	0	1	0	3	3	0	10	0,30%
68	Campillos	1	1	0	0	1	6	0	9	0,27%
69	Cuevas de San Marcos	1	2	0	0	0	5	0	8	0,24%
70	Salares	0	0	0	0	4	4	0	8	0,24%
71	Júzcar	1	0	0	0	1	6	0	8	0,24%
72	Iznate	0	0	0	1	1	5	0	7	0,21%
73	Igualeja	0	1	0	0	1	5	0	7	0,21%
74	Atajate	0	1	0	0	1	5	0	7	0,21%
75	Benarrabá	1	0	0	0	0	5	0	6	0,18%
76	Alfarnate	0	0	0	0	2	4	0	6	0,18%
77	Montecorto	0	1	0	0	2	2	0	5	0,15%
78	Villanueva de Tapia	1	0	0	0	1	3	0	5	0,15%
79	Totalán	0	0	0	0	1	3	0	4	0,12%
80	Humilladero	0	0	1	1	0	1	0	3	0,09%
81	Alameda	0	1	0	0	0	2	0	3	0,09%
82	Pujerra	0	0	2	0	1	0	0	3	0,09%
83	Benamocarra	1	0	0	0	1	1	0	3	0,09%
84	Macharaviaya	1	0	0	0	1	1	0	3	0,09%
85	Sierra de Yéguas	2	0	1	0	0	0	0	3	0,09%
86	Almargen	0	1	0	0	0	0	0	1	0,03%
87	Faraján	0	0	0	0	1	0	0	1	0,03%
TOTAL		159	101	72	19	949	1.693	355	3.348	100,00%

Plazas de alojamientos turísticos

RANKING MUNICIPAL		OFERTA DE PLAZAS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS REGLADOS							TOTAL	CUOTA SOBRE EL TOTAL
MUNICIPIOS	HOTELERO	HOTELERO - PENSION	APARTAMENTO	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURÍSTICA	VIVIENDA CON FINES TURÍSTICOS			
1 Ronda	2.067	216	138	401	358	657	630	4.467	13,70%	
2 Antequera	1.422	169	28	251	176	277	209	2.532	7,77%	
3 Frigiliana	146	13	85	0	1.108	693	18	2.063	6,33%	
4 Alhaurín de la Torre	177	44	497	318	167	103	317	1.623	4,98%	
5 Alhaurín el Grande	182	12	61	0	414	333	207	1.209	3,71%	
6 Còmpeta	74	65	24	0	331	675	0	1.169	3,59%	
7 Álora	18	95	191	0	283	424	27	1.038	3,18%	
8 Ardales	50	34	136	444	38	149	0	851	2,61%	
9 Algatocín	60	0	45	601	0	22	0	728	2,23%	
10 Humilladero	0	0	54	588	0	6	0	648	1,99%	
11 Ojén	190	48	62	0	51	98	183	632	1,94%	
12 Archidona	109	111	18	0	163	217	0	618	1,90%	
13 La Viñuela	86	34	63	82	87	255	6	613	1,88%	
14 Gaucín	10	31	0	0	241	280	24	586	1,80%	
15 Periana	126	0	106	0	109	171	6	518	1,59%	
16 Tolox	106	209	62	0	8	133	0	518	1,59%	
17 Alcaucín	35	10	79	0	133	227	0	484	1,48%	
18 Sayalonga	0	0	0	0	136	320	8	464	1,42%	
19 Coín	48	54	0	0	110	136	62	410	1,26%	
20 Montejaque	15	0	112	0	97	179	0	403	1,24%	
21 Casarabonela	99	0	44	117	25	94	0	379	1,16%	
22 Parauta	0	41	0	220	44	43	0	348	1,07%	
23 Colmenar	118	72	0	0	86	71	0	347	1,06%	
24 Arriate	31	13	26	0	14	258	0	342	1,05%	
25 Fuente de Piedra	17	14	0	190	34	77	2	334	1,02%	
26 Arenas	0	0	0	0	146	180	6	332	1,02%	
27 Iznate	0	0	0	278	6	30	0	314	0,96%	
28 Algarrobo	0	17	120	0	14	2	158	311	0,95%	
29 Yunquera	0	13	0	193	21	82	0	309	0,95%	
30 Casabermeja	64	51	38	0	65	90	0	308	0,94%	
31 Guaro	48	27	18	0	4	208	0	305	0,94%	
32 Riogordo	22	8	30	0	100	140	0	300	0,92%	
33 Canillas de Albaida	31	17	24	0	102	125	0	299	0,92%	
34 Càrtama	72	35	29	0	108	36	18	298	0,91%	
35 Benaoján	118	0	32	0	35	111	0	296	0,91%	
36 Cortes de la Frontera	104	16	0	0	46	119	0	285	0,87%	
37 Comares	12	12	0	0	158	73	10	265	0,81%	
38 Jimera de Líbar	0	0	0	84	56	120	0	260	0,80%	
39 Villanueva del Trabuco	74	0	0	0	58	117	0	249	0,76%	
40 Villanueva de la Concepción	0	0	21	0	65	160	0	246	0,75%	
41 Pizarra	34	45	10	0	65	92	0	246	0,75%	
42 Mollina	151	0	25	0	22	32	0	230	0,71%	
43 Canillas de Aceituno	0	0	0	0	78	151	0	229	0,70%	
44 Jubrique	27	0	0	105	25	64	0	221	0,68%	

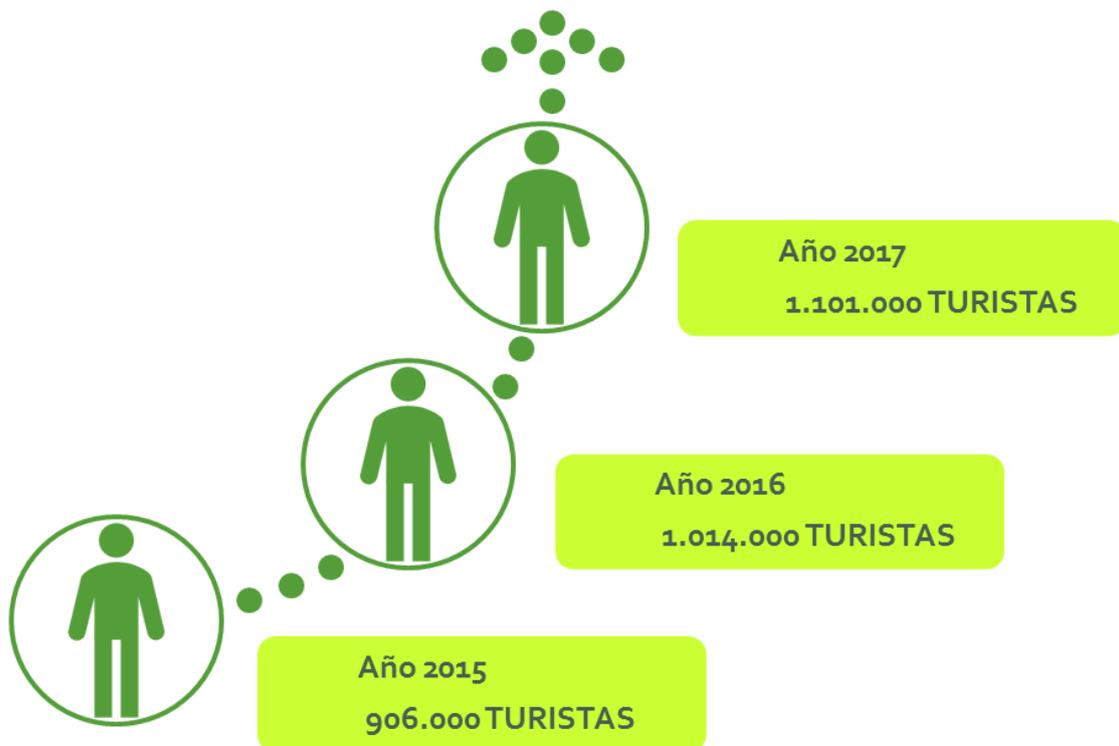
MUNICIPIOS	HOTELERO	HOTELERO - PENSION	APARTAMENTO	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURISTICA	VIVIENDA CON FINES TURISTICOS	TOTAL	CUOTA SOBRE EL TOTAL
45 El Burgo	77	74	0	0	0	57	9	217	0,67%
46 Carratraca	81	48	21	0	19	42	0	211	0,65%
47 Alozaina	0	34	0	0	72	98	0	204	0,63%
48 Almogía	22	0	0	0	69	99	0	190	0,58%
49 Villanueva de Algaidas	22	15	0	0	18	134	0	189	0,58%
50 Villanueva del Rosario	35	39	0	0	54	41	0	169	0,52%
51 Teba	10	0	16	0	57	70	6	159	0,49%
52 Valle de Abdalajís	15	44	0	0	8	85	0	152	0,47%
53 El Borge	11	0	0	0	63	76	0	150	0,46%
54 Monda	28	57	0	0	21	31	0	137	0,42%
55 Benalauría	0	0	0	0	26	100	4	130	0,40%
56 Campillos	21	43	0	0	10	54	0	128	0,39%
57 Sedella	0	10	14	0	24	77	0	125	0,38%
58 Genalguacil	0	12	20	0	22	70	0	124	0,38%
59 Alfarnatejo	0	0	0	0	59	63	0	122	0,37%
60 Istán	76	0	0	0	8	22	0	106	0,33%
61 Cuevas de San Marcos	36	24	0	0	0	38	0	98	0,30%
62 Cuevas del Becerro	0	0	0	0	52	44	0	96	0,29%
63 Cañete la Real	0	0	19	0	32	37	0	88	0,27%
64 Cartajima	13	0	0	0	16	54	0	83	0,25%
65 Almáchar	0	0	11	0	32	34	4	81	0,25%
66 Moclinejo	24	0	0	0	41	6	5	76	0,23%
67 Árchez	0	10	0	0	14	51	0	75	0,23%
68 Júzcar	31	0	0	0	6	38	0	75	0,23%
69 Alpendeire	22	0	0	0	16	36	0	74	0,23%
70 Benadalid	0	9	0	0	12	51	0	72	0,22%
71 Villanueva de Tapia	17	0	0	0	8	38	0	63	0,19%
72 Benamargosa	0	0	0	0	18	33	8	59	0,18%
73 Cútar	0	0	0	0	27	26	0	53	0,16%
74 Pujerra	0	0	44	0	6	0	0	50	0,15%
75 Alfarnate	0	0	0	0	16	33	0	49	0,15%
76 Benarrabá	23	0	0	0	0	25	0	48	0,15%
77 Sierra de Yeguas	29	0	18	0	0	0	0	47	0,14%
78 Montecorto	0	12	0	0	23	10	0	45	0,14%
79 Igualaja	0	7	0	0	10	24	0	41	0,13%
80 Atajate	0	9	0	0	4	25	0	38	0,12%
81 Salares	0	0	0	0	23	12	0	35	0,11%
82 Totalán	0	0	0	0	2	28	0	30	0,09%
83 Benamocarra	18	0	0	0	6	0	0	24	0,07%
84 Macharaviaya	14	0	0	0	6	0	0	20	0,06%
85 Alameda	0	7	0	0	0	10	0	17	0,05%
86 Almargin	0	14	0	0	0	0	0	14	0,04%
87 Faraján	0	0	0	0	7	0	0	7	0,02%
TOTAL	6.568	1.994	2.341	3.872	6.294	9.602		32.598	100,00%

III. LA DEMANDA TURÍSTICA DE INTERIOR

>> ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE TURISTAS

La estimación del volumen total de turistas que han visitado el interior de la provincia de Málaga durante el año 2017, se ha basado en los resultados proporcionados por el Observatorio Turístico de la provincia de Málaga - Costa del Sol, y en los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística y la Consejería de Turismo y Deporte (referente a la oferta de plazas en alojamientos turísticos reglados y grado de ocupación, estancia media y viajeros registrados en los mismos).

De esta manera, se estima que durante el año 2017 visitaron el interior de la provincia de Málaga un total de **1.101.000 turistas**. Esta cifra supone un **incremento del 8,6%** en el número de turistas de interior respecto al año anterior, y que, *por primera vez, se supera la cifra del millón cien mil turistas llegados al interior de la Provincia de Málaga.*



>> PERFIL DEL TURISTA DEL INTERIOR/PARQUES NATURALES DE LA PROVINCIA

La obtención del perfil del turista que visita el interior de la provincia de Málaga, se ha realizado mediante el análisis estadístico de los datos proporcionados por el Observatorio Turístico de la provincia de Málaga- Costa del Sol 2017.

Durante el último año, se obtuvieron un total de 758 entrevistas válidas a turistas del interior de la provincia. Ello significa, considerando una población infinita, que la investigación realizada tiene un grado de confianza del 95%, el error de muestreo para la realización de inferencia estadística asciende al $\pm 3,55\%$ para los resultados globales.

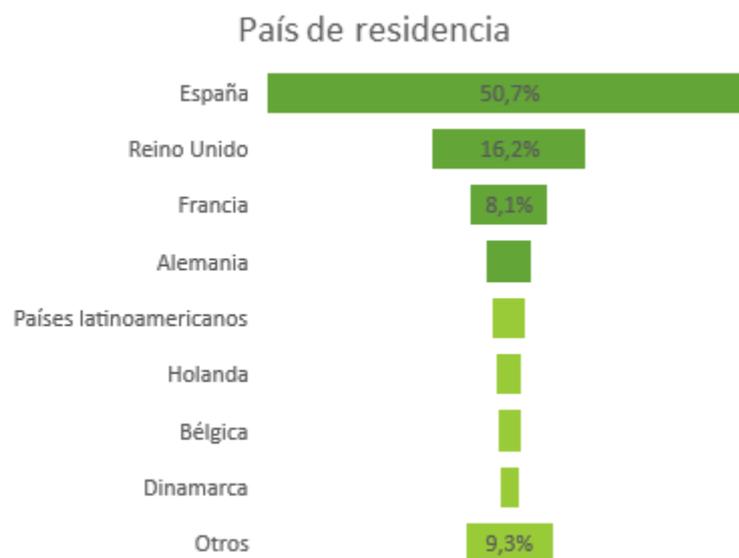


Características Socio-demográficas

Lugar de Procedencia

La mitad de la demanda turística del interior de la provincia de Málaga está compuesta por el mercado nacional; aumentando su cuota respecto a los datos obtenidos en años anteriores, debido al mayor crecimiento de la demanda turística del país.

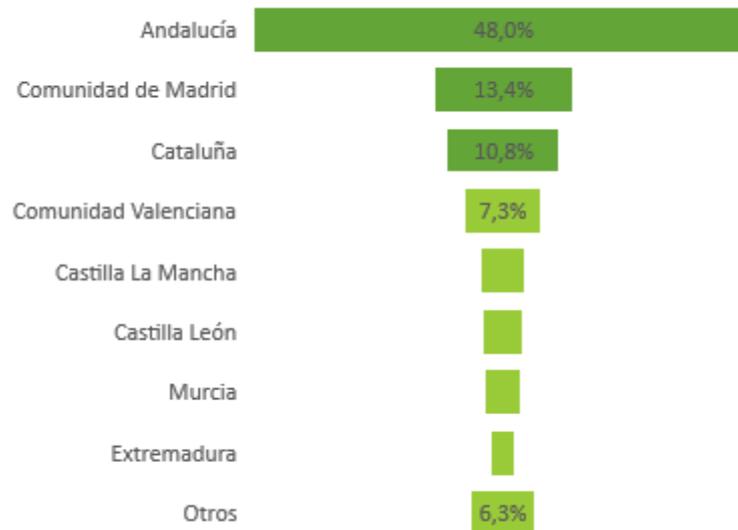
Respecto a la demanda extranjera, destaca el turista *británico*, seguido de los turistas *franceses* y *alemanes*. En un segundo bloque, destacar la importancia de los turistas procedentes de Países Latinoamericanos, Holanda, Bélgica y Dinamarca.



Casi la mitad de los turistas nacionales *proceden de la propia comunidad autónoma de Andalucía*. Los turistas de interior procedentes de la *Comunidad de Madrid* suponen el segundo grupo más numeroso de turistas que tienen como destino los espacios naturales y de interior de la Provincia de Málaga.

Como segundo bloque de turistas por importancia, les siguen los procedentes de Cataluña, Comunidad Valencia, Castilla La Mancha y Castilla y León. En tercer lugar, es también destacable la presencia de turistas con residencia en Murcia y Extremadura.

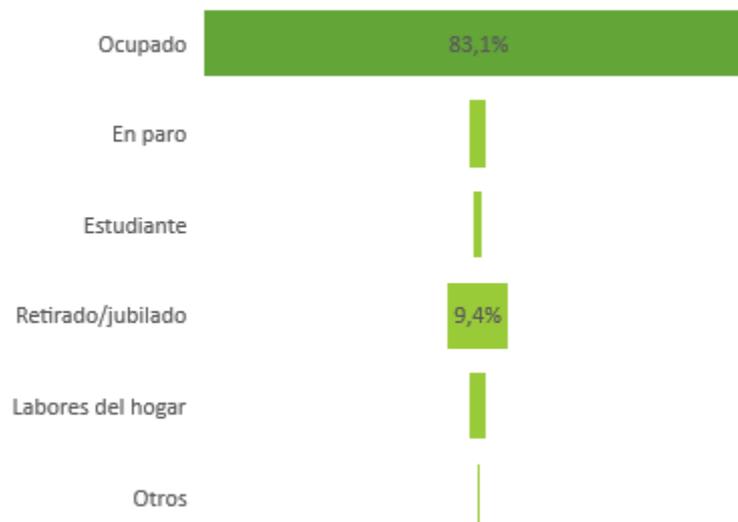
Comunidad autónoma



Situación Laboral

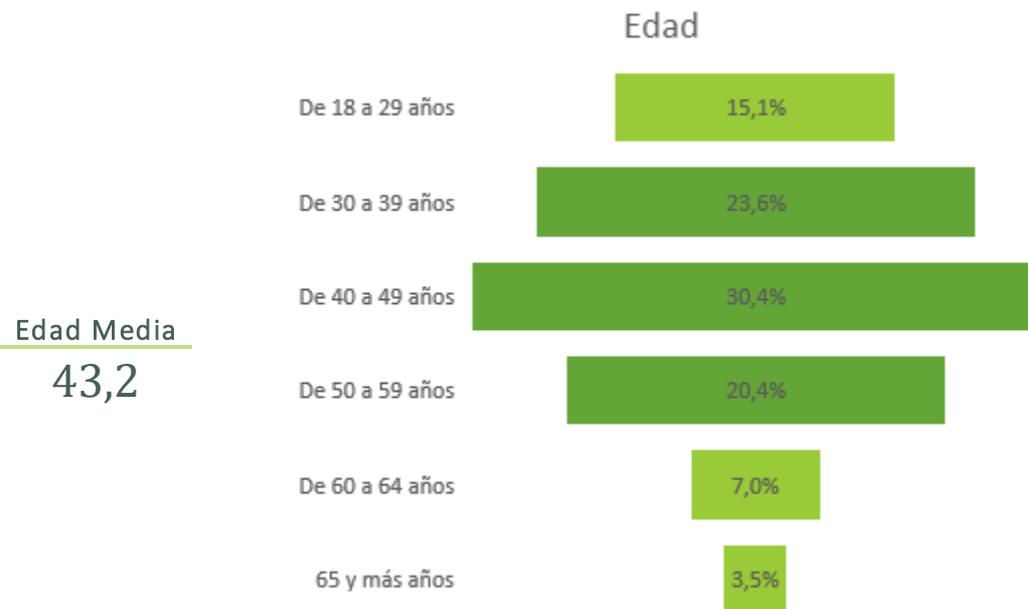
Respecto a la situación laboral de los turistas del interior de la provincia, *más de ocho de cada diez turistas se encuentran ocupados*, frente casi la décima parte que ya se ha retirado del mercado laboral.

Situación laboral



Edad

La *edad media* de los turistas que visitan el interior se sitúa en *43,2 años*, siendo algo superior a la obtenida en el año 2016.



El análisis por intervalos concluye que *el tramo de edad más representativo es el de 40 a 49 años, seguido de los intervalos de 30 a 39 años y el comprendido entre 50 a 59 años.*

Ingresos mensuales de la unidad familiar

La *mitad* de los turistas del interior de la provincia manifiestan unos ingresos familiares *entre 2.000 € a 3.000 €, al mes.*

Ingresos medios de la unidad familiar



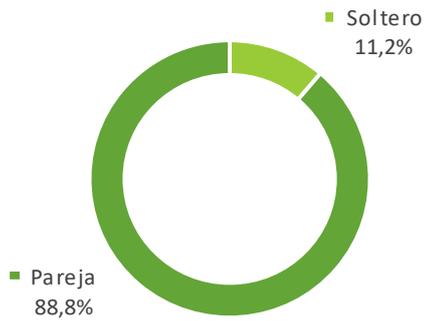
El segundo intervalo más representativo es el compuesto por aquellos que afirman que ingresan de 1.000€ a 2.000€ al mes, seguido del intervalo inmediatamente superior, de 3.000 a 4.500 euros. También es significativo señalar, que casi una décima parte de los turistas que han contestado a esta pregunta, han señalado que tienen unos ingresos mensuales familiares de más de 4.500 euros.

Situación Familiar

Casi nueve de cada diez turistas del interior de la provincia manifiestan que su situación personal/familiar es “en pareja”. Por otro lado, la décima parte manifiesta estar soltero.

Respecto a los menores a su cargo, *casi seis de cada diez responden de manera positiva*, frente al 43,3% que afirma no tener hijos.

Estado civil



Hijos a su cargo



Uso de Redes Sociales

Más de tres de cada cuatro turistas que llegan al interior de la Provincia, manifiestan ser usuarios de redes sociales (incluso casi la mitad de ellos declaran que las usan diariamente).

Redes Sociales

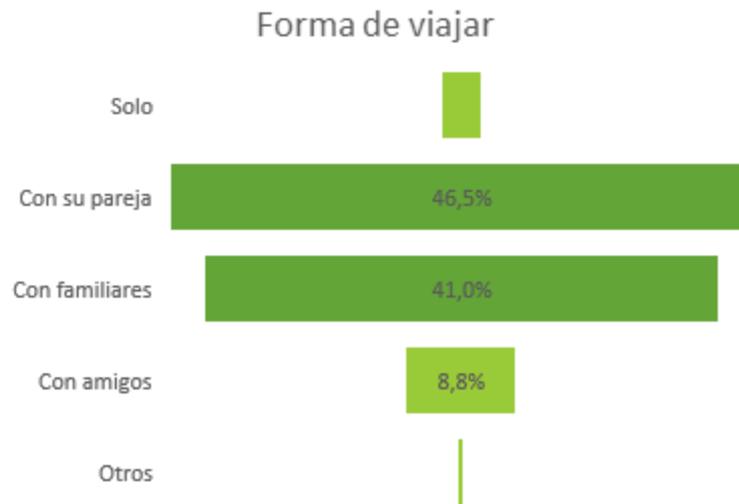


Las redes sociales más utilizadas, por los que afirmaron ser usuarios de estas, fueron **Facebook e Instagram**.

Características del Viaje

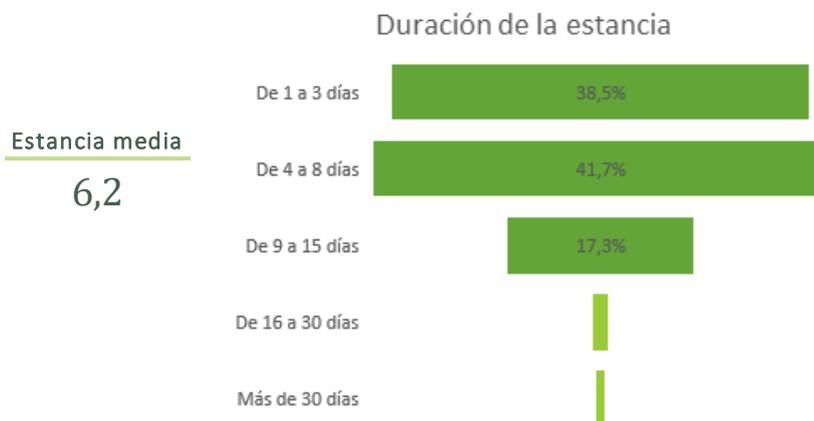
Forma de viajar

La forma más habitual de viajar al interior de la provincia de Málaga es **en pareja, con casi la mitad de las respuestas**. Durante el 2017, la segunda forma de viaje más representativa es la familiar, seguida de viajar con amigos.



Duración de la estancia

En 2017, la **estancia media** de los turistas del interior se sitúa en los **6,2 días**; inferior a la del año anterior.



El análisis por intervalos de la duración de la estancia en el interior de la provincia muestra que el número de días más representativo es el que va *de 4 a 8 días*. A este le sigue el compuesto por los turistas que alargan su estancia en el interior de 1 a 3 días y de 9 a 15 días (en este caso, con casi una quinta parte de las respuestas).

Presupuesto del viaje

Durante 2017, aumenta el *presupuesto medio por persona* para el viaje al interior de la provincia de Málaga, situándose en los *736,8 euros*.

PRESUPUESTO MEDIO DE VIAJE
736,8 €

Por tramos, destacar que se comprueba una heterogeneidad en cuanto al presupuesto del viaje. Ya que mientras hay algo menos de un 50 % que indican que gastan más de 600 euros por persona en su viaje al interior de la Provincia, casi otro 50 % señalan que su gasto por persona es menor a dicha cantidad.

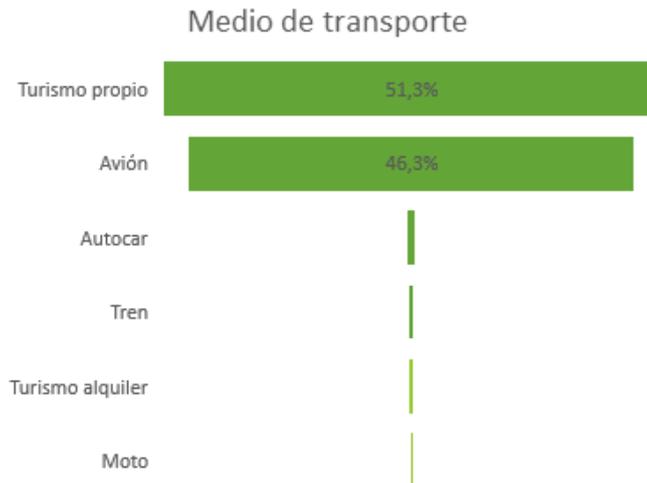
Antelación en la organización del viaje



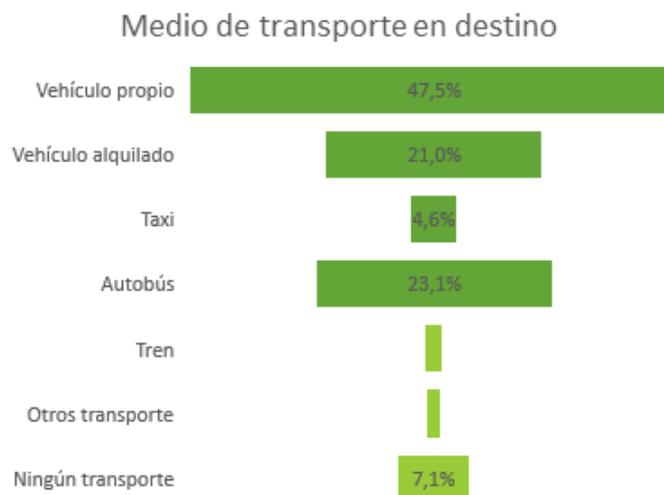
El *presupuesto medio por persona y día* en 2017 se sitúa en *106,02*; algo superior al año 2015.

Transporte

Como medio de transporte principal hasta el destino, y como era de esperar, los turistas encuestados mencionaron mayoritariamente *el avión y el vehículo propio*.

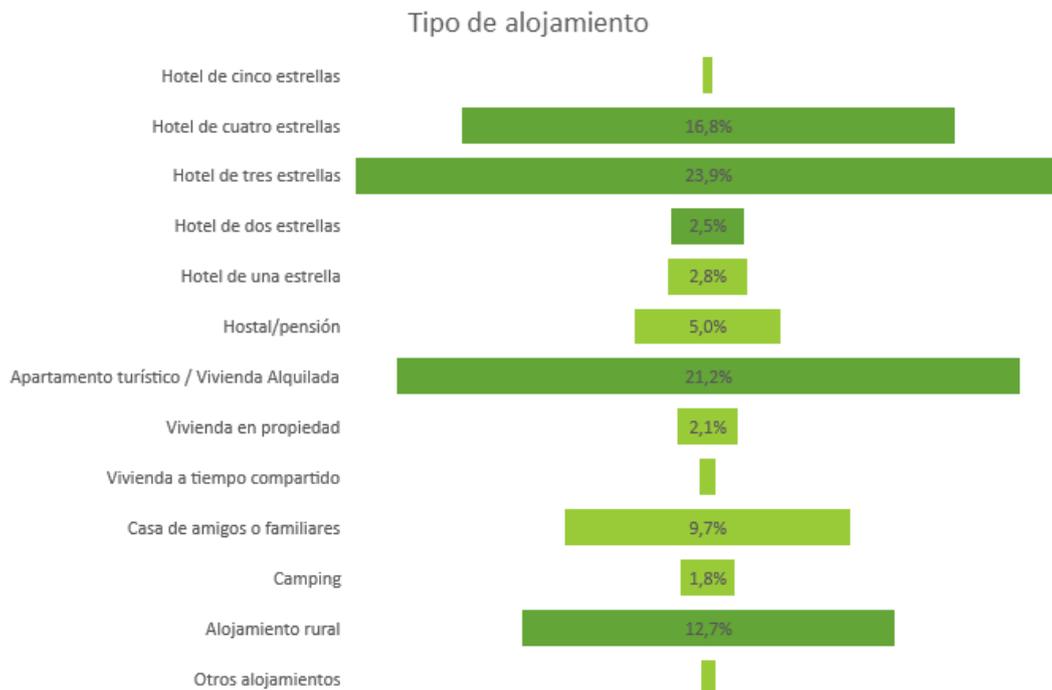


Para sus desplazamientos dentro del propio destino, la mayoría de los turistas afirmaron que utilizaron un vehículo en propiedad; seguidos de aquellos que manifestaron haber utilizado el autobús y el vehículo alquilado.



Alojamiento

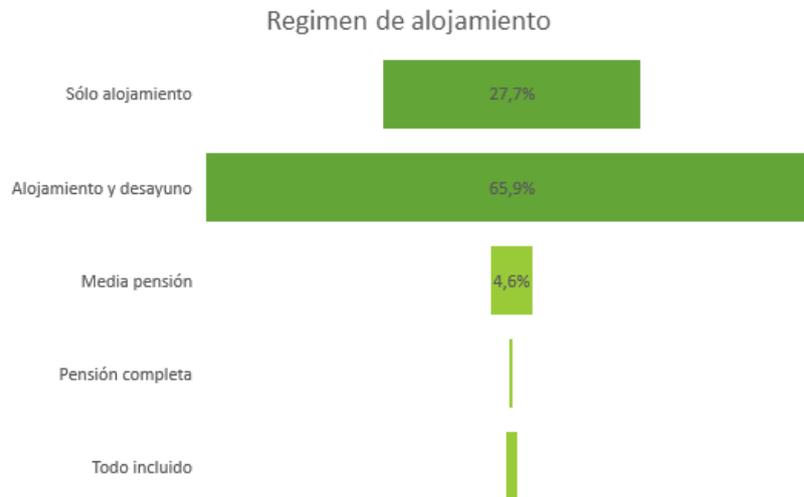
Aunque el *alojamiento hotelero es elegido por algo más de la mitad de los turistas del interior* de la provincia, en el año 2017 se consolida la *importante cuota de mercado que ha alcanzado las opciones de alojamiento no hoteleras* (apartamentos turísticos, casas rurales, campamentos, viviendas con fines turísticos, etc.).



El análisis por categorías revela que el tipo de alojamiento más utilizado por los turistas del interior ha sido el *hotel de 3 estrellas, seguido por la tipología de “apartamentos turísticos/vivienda alquilada”, con más de una quinta parte de las respuestas.*

Otros tipos de alojamientos demandados por los turistas entrevistados en el interior de la Provincia de Málaga, son hoteles de cuatro estrellas, alojamiento rural y casas de amigos y familiares.

Los turistas que optaron por un establecimiento hotelero que comercializase el régimen de pensión alimenticia optaron, mayoritariamente, el alojamiento y desayuno (casi dos de cada tres de ellos).



Realización de actividades

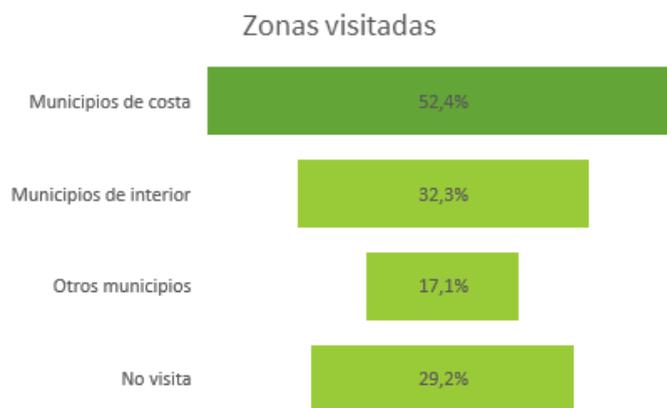
De forma abrumadora, el turista del interior de la provincia manifiesta *haber realizado diferentes actividades durante su viaje.*

**TURISTA
INTENSAMENTE ACTIVO**

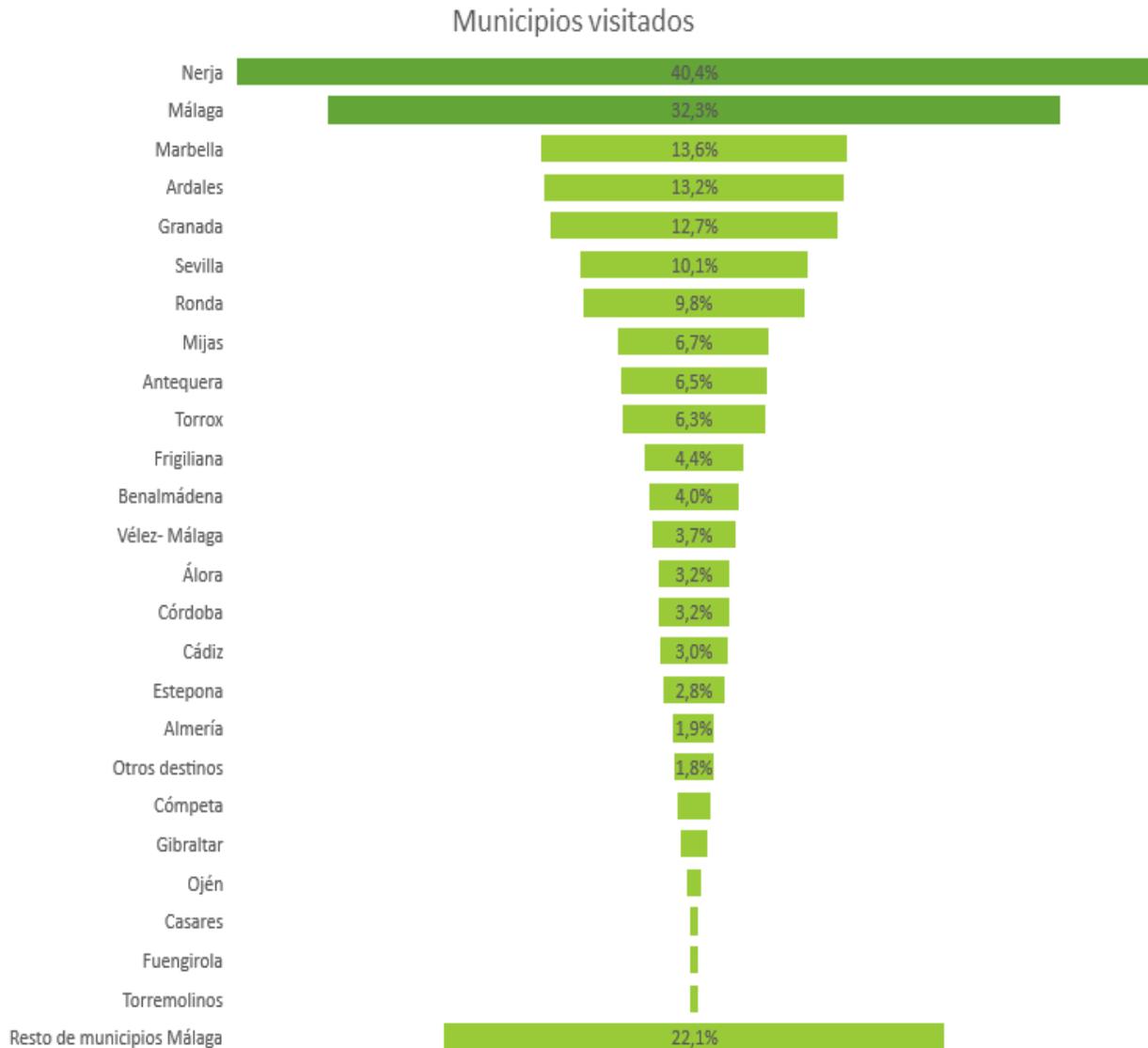
Entre las mencionadas destacan principalmente: *actividades de Sol y playas; rutas por lugares históricos, paisajes y monumentos; turismo cultural y actividades gastronómicas (tapeo, restaurantes, etc.).*



A los que manifestaron haber realizado algún tipo de ruta o circuito, se les preguntó por aquellas *zonas que habían visitado, sin generar pernoctación*. Las más mencionados fueron: *“Málaga y los municipios de la Costa”, seguidos de “Otros Municipios del Interior” y de “Municipios de otras Provincias”*.

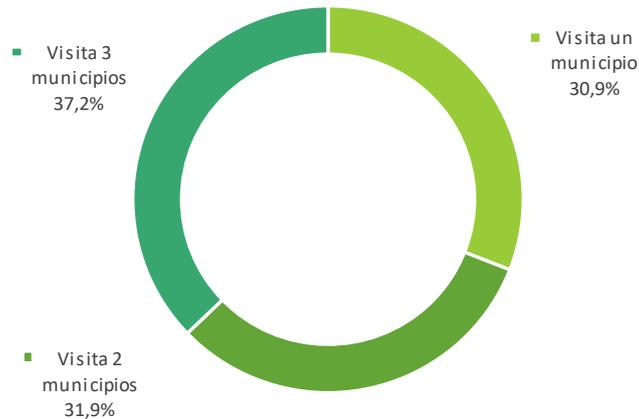


En cuanto a los municipios específicos que visitaron, *resalta, en primer lugar, Nerja, seguido de Málaga, Marbella y Ardales.* Respecto a los municipios de fuera de la provincia de Málaga, *destacan Granda y Sevilla.*



Cabe también señalar la *“actividad” de estos turistas, ya que más de un tercio declaran que han visitado más de tres municipios* en su estancia en la Provincia.

Municipios visitados



Información y Reserva

Motivos del viaje

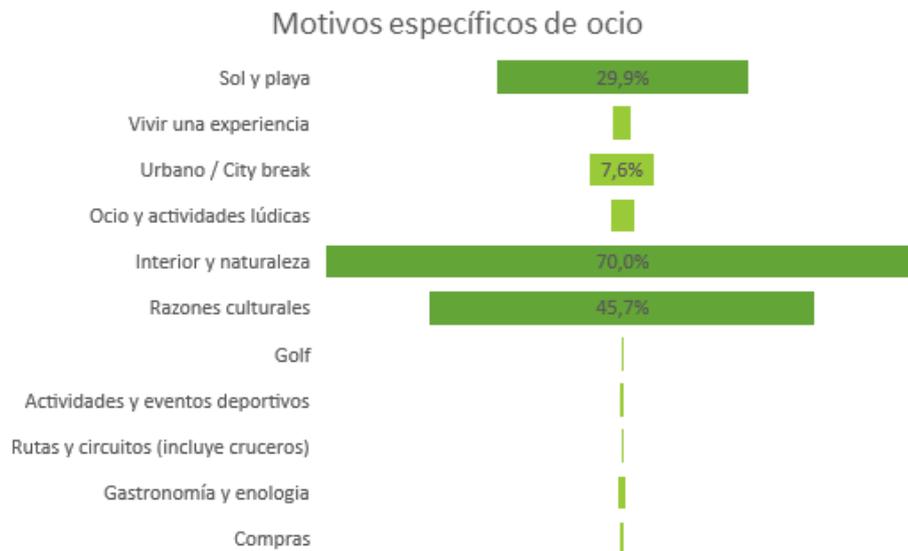
La práctica totalidad afirma tener un *motivo de ocio o vacacional* para desplazarse hasta el mismo, aunque también nos encontramos con visitantes que pernoctan en los espacios de interior de la Provincia y declaran que su estancia es por motivos profesionales o por visitas a familiares y amigos.

Motivo principal del viaje



Entre los motivos específicos de un viaje de ocio y vacaciones, nombran: *interior y naturaleza, razones culturales y disfrutar del clima.*

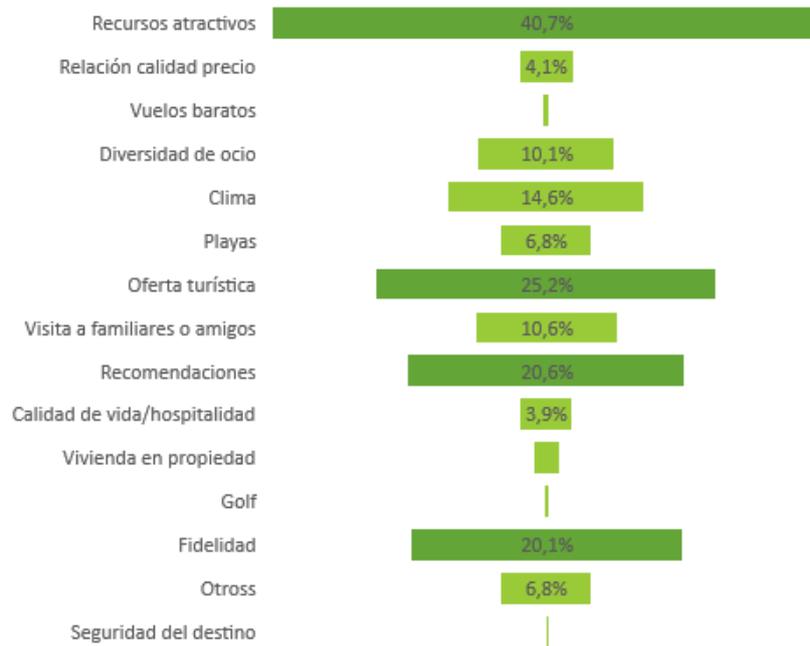
En segundo lugar, pero con gran importancia dentro de las respuestas obtenidas, hay que resaltar los motivos *urbanos y de city-break, los experienciales y los de ocio y actividades lúdicas.*



En cuanto a los motivos que les llevaron para decidirse finalmente por el interior de la provincia, responden en mayor medida fueron dos motivos: *el atractivo de los recursos y la oferta turística del destino.*

También suman importantes cuotas de respuestas el *las recomendaciones de los familiares y amigos y la fidelidad para con el destino. El clima, la diversidad de ocio y la posibilidad de visitar a familiares y/o amigos* también presentan importantes cuotas de respuestas.

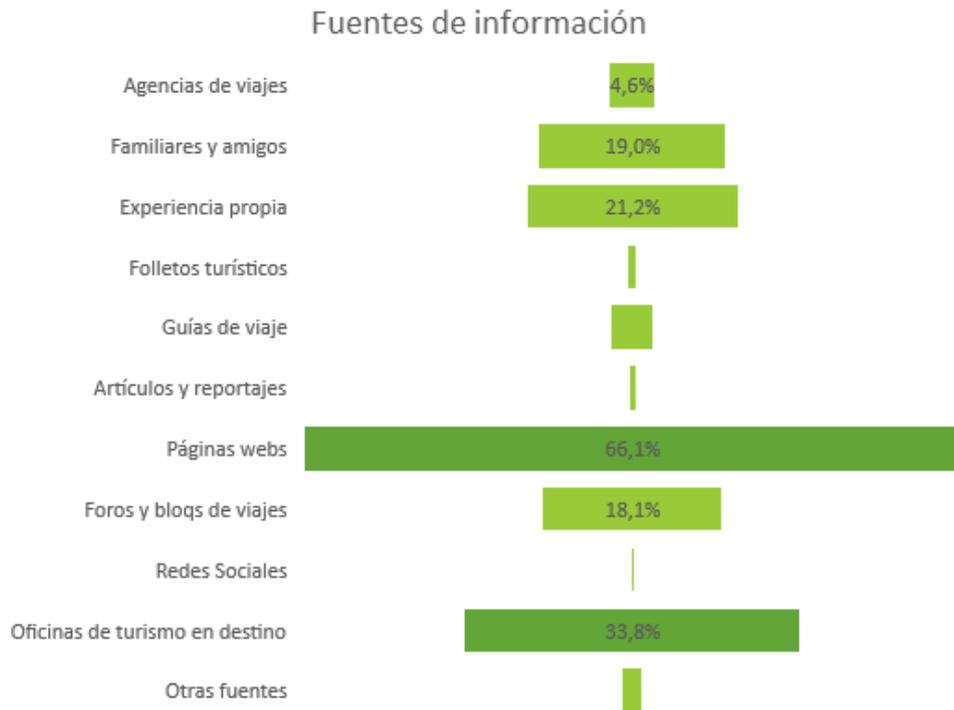
Motivos para elegir el destino



Fuentes de información

La fuente de información más utilizada por los turistas del interior de la provincia de Málaga es a través de páginas webs, manifestado por dos de cada tres de los encuestados (haciendo la consideración que es una pregunta multirespuesta).

En segundo lugar, se sitúa la información obtenida por las *oficinas de turismo en destino*, seguido por la *propia experiencia*, la que suministran *los familiares y amigos* y *los foros o blogs de viajes*.



Antelación en la organización del viaje

Siete de cada diez de los turistas del interior de la provincia organizan su viaje con más de un mes de antelación, siendo los intervalos de 1 a 2 meses y de 2 a 6 meses los que más cuota presentan.



Aun así, *es reseñable la cuota de los que organizan su viaje entre quince días y un mes* (13,5%).

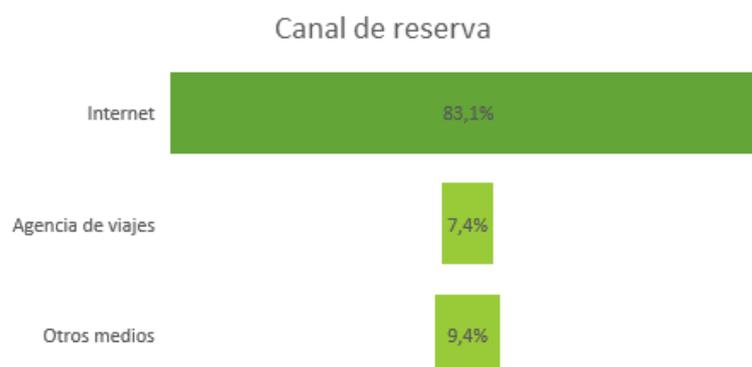
Realización de reservas

Más de nueve de cada diez de los turistas del interior de la provincia **realizaron algún tipo de reserva previa** para su viaje.



Canales de reservas

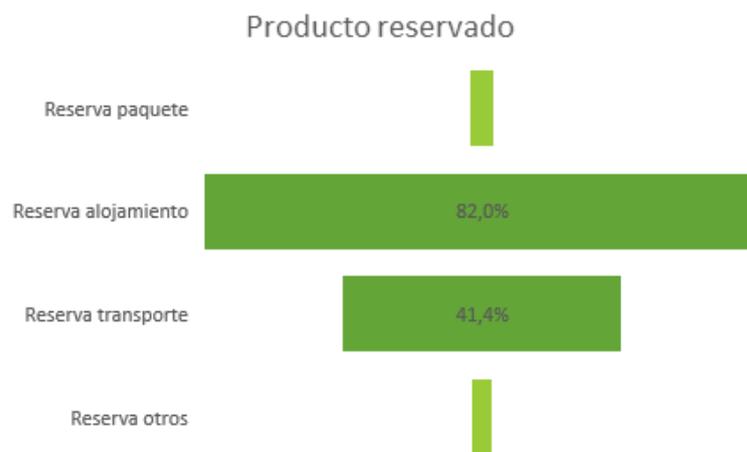
Año a año, se comprueba la mayor cuota de mercado en el uso de distintas plataformas por internet para la reserva de los distintos productos en su viaje al interior de la Provincia de Málaga.



Productos que reservan

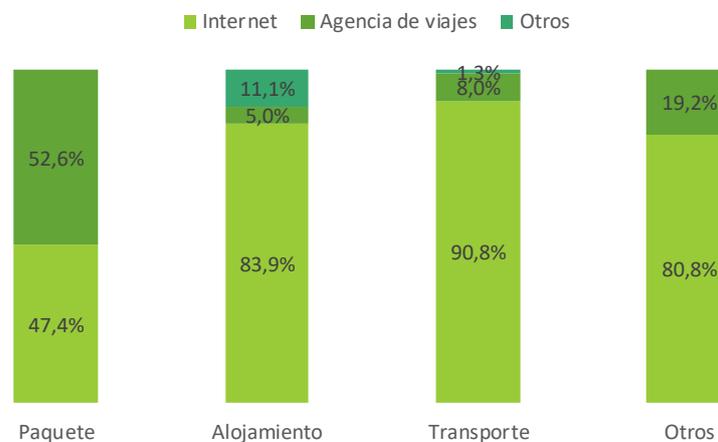
Del total de turistas que realizaron alguna reserva (haciendo la consideración que es una pregunta multirespuesta), **ocho de cada diez manifiestan contratar el alojamiento** y **cuatro de cada diez declaran que reservaron el transporte** hasta el mismo (concretamente fueron los visitantes extranjeros).

La opción del **paquete turístico fue utilizada por una muy baja participación** del total de turistas que hicieron alguna reserva.



En cuanto al canal de reserva, decir que este mayoritariamente, independientemente del producto, es a través de internet.

Reservas de productos por canales



Uso de internet en destino

La importancia de la penetración de los distintos canales a través de internet se vuelve a manifestar de forma clara, al preguntarle a los turistas si usan internet en el destino.

Tres de cada cuatro indican que *sí*, que utilizan este canal en su destino turístico, fundamentalmente para principalmente para *informarse de distintas opciones de visitas*.

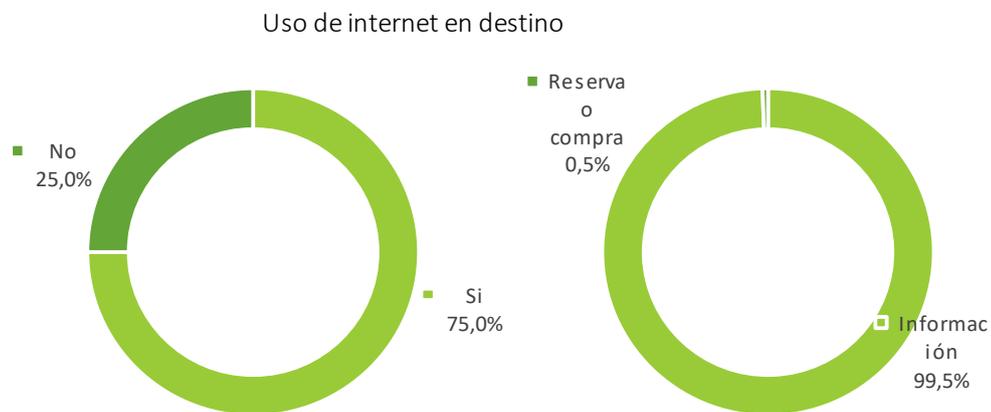


Imagen y Satisfacción

Grado de satisfacción

El turista de interior de la provincia de Málaga manifiesta un muy alto grado de satisfacción, declarando su experiencia como muy positiva o positiva por la práctica totalidad de los turistas.



Aspectos satisfactorios

Sobre los factores que causaron mayor satisfacción entre los turistas del interior de la provincia, destacan los siguientes: *Todo bien* (principal respuesta con diferencia de los turistas entrevistados). Le sigue a esa satisfacción global, aspectos relacionados con el *paisaje y la naturaleza, la tranquilidad y la gastronomía*.



Aspectos insatisfactorios

Los factores que causaron mayores niveles de insatisfacción, a pesar de que tres de cada cuatro turistas no declararon nada como “insatisfactorio”, fueron: *el nivel de precios, la masificación y el aparcamiento*.

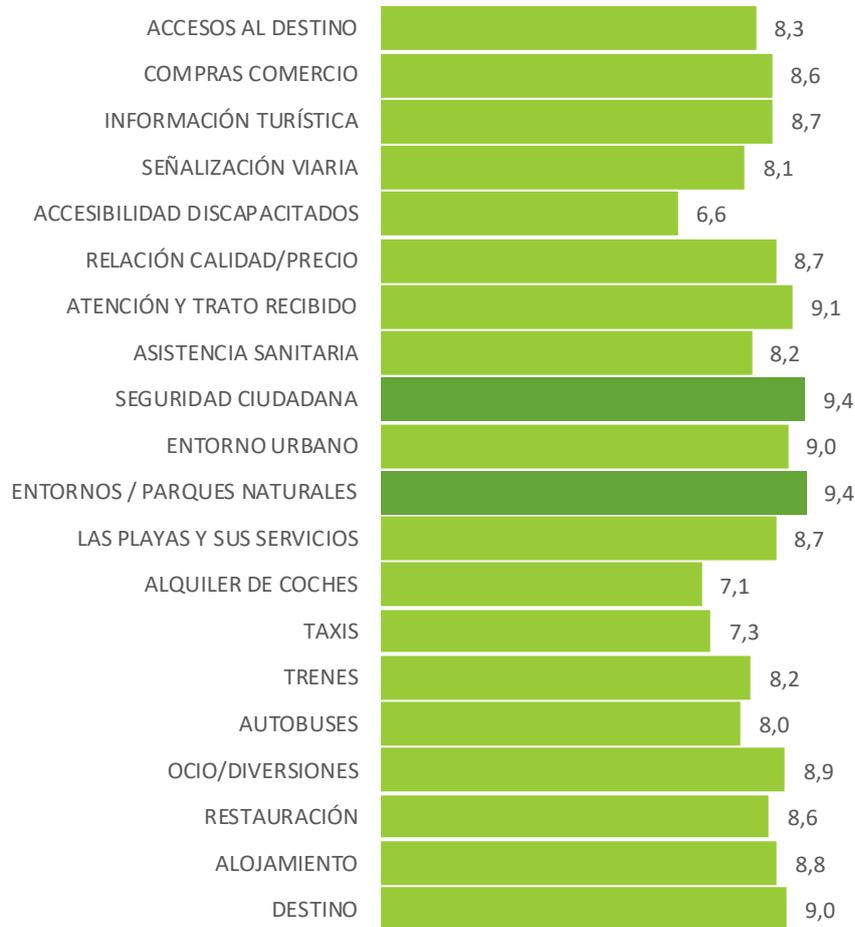


Calificación del destino

La calificación global que alcanza el destino, según la puntuación otorgada por los turistas que han visitado el interior durante este año 2017 es de *9 puntos sobre 10, aumentando sobre la media alcanzada por el destino el año anterior*.

Los aspectos mejor valorados han sido la *seguridad ciudadana, entorno y parques naturales, hospitalidad y trato recibido, y el entorno urbano de los municipios*, todas ellas con más de 9 puntos de valoración.

Calificación del destino



En segundo lugar, destacar la alta valoración también otorgada a la oferta de ocio y de alojamiento (existen otros aspectos con alta valoración, pero con baja proporción en las respuestas).

Por otra parte, a pesar de las altas calificaciones, *los aspectos con puntuaciones más bajas han sido los relativos a la accesibilidad para discapacitados, alquiler de vehículos y el servicio de taxi.*

Número de visitas realizadas

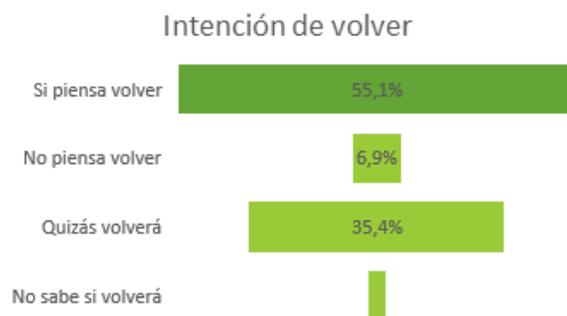
La mitad de los turistas manifiestan que ésta es la primera vez que visitan el interior de la provincia de Málaga. Obviamente, la otra mitad ya lo ha visitado en

más de una ocasión, destacando los que declararon haberlo realizado más de tres veces (la tercera parte de los visitantes, aunque hay que añadir a los que tienen motivación de visita a familia, o viviendas en propiedad).



Intención de volver

Más de la mitad de los turistas entrevistados tienen intención de regresar al interior de la Provincia de Málaga en los próximos tres años.



Por otro lado, destaca que más de una tercera parte de los mismos afirmaron que quizás repitiese su visita al interior de la provincia de Málaga.

Intención de recomendar

Casi la totalidad de los mismos manifestaron tener intención de recomendar la visita al interior de la provincia a sus familiares y amigos (98,3%).



IV. EFECTOS ECONOMICOS, DIRECTOS, INDIRECTOS E INUDCIDOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ESPACIOS NATURALES

El impacto directo del gasto de los turistas del interior de la provincia de Málaga, durante el año 2017, se ha calculado en base al *gasto medio diario de cada una de las partidas de gasto incluidas en la encuesta diseñada para la realización de este estudio*, a saber: transporte hasta el destino, transporte en destino, alojamiento, actividades deportivas, culturales y de ocio, restauración, compras (alimenticias y no alimenticias), etc. Elevados al número de turistas que llegaron al destino, que como se ha mencionado anteriormente en este documento fue de *1.101.799 turistas*, resulta un impacto económico directo sobre la producción que asciende a *604,7 millones de euros*.

A la hora de calcular el impacto que este gasto tendrá en la economía de Málaga, lo primero a realizar es la asignación de las partidas de gastos de estos consumos, es decir, la nueva demanda que se genera en las diferentes ramas productivas, en función de la naturaleza del gasto y qué se pretende realizar.

	IMPORTE (Miles de Euros)		Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	38.351,70 €		6,3%
INDUSTRIA	341,18 €		0,1%
Extractivas	0,00 €		0,0%
Manufactureras	244,13 €		0,0%
Energía, gas y agua	97,05 €		0,0%
CONSTRUCCIÓN	0,00 €		0,0%
SERVICIOS	566.030,90 €		93,6%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	478.056,93 €		79,1%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	82.642,73 €		13,7%
Otros servicios	5.208,79 €		0,9%
TOTAL	604.723,77 €		100,0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se recoge el reparto final por ramas de actividad del gasto directo de los turistas del interior de Málaga durante este período, donde se refleja que la economía malagueña ha recibido un estímulo de demanda de **604.723.773,08 euros**, lo que se ha traducido en un aumento de la producción de los bienes y servicios.



Fuente: Elaboración propia

Aplicando la metodología Input-Output la estimación del impacto generado en *la producción por el gasto del turista de interior* de la provincia de Málaga durante este año 2017 será de **900,1 millones de euros**, el impacto indirecto e inducido se calcula que ha rondado los 296,7 millones de euros.

	Producción total		Producción Indirecta e inducida	
	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	41.098,48 €	4,6%	2.746,78 €	0,9%
INDUSTRIA	96.432,79 €	10,7%	96.091,61 €	32,5%
Extractivas	240,86 €	0,0%	240,86 €	0,1%
Manufactureras	64.204,27 €	7,1%	63.960,14 €	21,7%
Energía, gas y agua	31.987,65 €	3,6%	31.890,61 €	10,8%
CONSTRUCCIÓN	22.496,93 €	2,5%	22.496,93 €	7,6%
SERVICIOS	740.027,72 €	82,2%	173.996,82 €	58,9%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	499.284,81 €	55,5%	21.227,88 €	7,2%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	207.174,89 €	23,0%	124.532,16 €	42,2%
Otros servicios	25.143,56 €	2,8%	19.934,77 €	6,7%
TOTAL	900.055,92 €	100,0%	295.332,15 €	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Desagregando el impacto económico sobre la producción total por ramas, se observa que el sector que ha incrementado más su producción ha sido el sector Servicios, seguido del de la Industria, la construcción y el sector Primario (agricultura, ganadería y pesca).

Parte de la producción se destina a usos o destinos finales, integrando lo que se conoce como Valor Añadido Bruto (VAB). Se estima un importe del **VAB a precios básicos** de unos **485,9 millones de euros**, que representa el 52,0 por ciento de la producción total estimada.

	VAB c.f.	
	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	25.835,12 €	5,3%
INDUSTRIA	29.046,10 €	6,0%
Extractivas	98,50 €	0,0%
Manufactureras	16.429,21 €	3,4%
Energía, gas y agua	12.518,39 €	2,6%
CONSTRUCCIÓN	8.482,78 €	1,7%
SERVICIOS	422.496,87 €	87,0%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	266.691,31 €	54,9%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	135.715,69 €	27,9%
Otros servicios	15.568,46 €	3,2%
TOTAL	485.860,86 €	100,0%

Fuente: Elaboración propia

La desagregación por sectores de actividad del VAB sigue una estructura similar a la presentada por la estimación de la producción total. El sector servicios es el que tiene una mayor representación, concentrando el 87% por ciento, siguiéndole el sector industrial y la agricultura.

Estimación del impacto en el empleo

En lo que respecta al empleo, se estima que el gasto de los turistas del interior de la provincia durante el año 2017 significa para el destino **11.093 empleos equivalentes a tiempo completo**.



Fuente: Elaboración propia

V. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA LA MEJORA DE LA SOSTENIBILIDAD TURISTICA

En el presente epígrafe se presentan una serie de estrategias a desarrollar que ya se señalaron el año pasado, pero que se proponía que tuviera un periodo trianual en su realización con el objeto de servir de apoyo al diseño de las distintas políticas turísticas que las distintas Administraciones Públicas, empresarios y profesionales, deben llevar a cabo en los próximos años para la mejora de la competitividad del turismo de interior en la Provincia de Málaga.

Para ello, se ha tenido en cuenta los últimos diagnósticos realizados a tal efecto por el Observatorio Turístico del Interior de la Provincia de Málaga, así como los trabajos desarrollado por los Grupos de Desarrollo Rural de las distintas comarcas y el Area de Medio Ambiente y Promoción del Territorio, para la mejora el sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga, de los trabajos realizados sobre este segmento para la Consejería de Turismo, así como la experiencia profesional y opiniones obtenidas por los turistas y empresarios en el desarrollo del presente trabajo.

También se ha tenido en cuenta el trabajo realizado relativo a los Indicadores de Sostenibilidad Turística, en el cual se ha obtenido valiosa información relativo a los aspectos en los que la actividad turística en los espacios de interior se está desarrollando de forma positiva, y en otros en los que se ha detectado que es mejorable su desarrollo.

Señalar que las acciones que se presentan para su desarrollo son responsabilidad conjunta de todo el sector público y privado, aunque el elemento esencial es la dinamización de las mismas por parte de la Diputación de Málaga, que es quien está impulsando el desarrollo sostenible de la actividad turística en la Provincia.

Dado que el objetivo del presente trabajo no es la elaboración de un Plan Estratégico, y sí la elaboración de un exhaustivo diagnóstico por parte de la oferta y la demanda de turismo en los espacios de interior de la Provincia de Málaga, no se desarrollan las estrategias presentadas, ya que su objetivo es presentarlas en acciones agrupadas de forma homogéneas, según su temática.

Por ello, a continuación, se presenta un borrador de ideas, obtenidas del diagnóstico realizado y organizadas, por los objetivos a conseguir, en estrategias y acciones que podrían servir para la realización de un Plan Estratégico para la mejora del segmento de interior en los espacios de interior de Málaga.

A. Estrategias sobre el destino

RECURSOS HUMANOS

1. SENSIBILIZACIÓN EN LA ATENCIÓN Y HOSPITALIDAD
2. POTENCIACIÓN DE LA FORMACIÓN ESPECIALIZADA
3. CURSOS DE IDIOMAS EN EL AMBITO DE LA GRAN SENDA Y DEL CAMINITO DEL REY
4. PUESTA EN MARCHA DE LA ACREDITACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL
5. MEJORA DE LA ATENCIÓN Y TRATO AL TURISTA A TRAVÉS DE CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN
6. MEJORA DE LA PROFESIONALIDAD DEL SECTOR A TRAVÉS DE, FUNDAMENTALMENTE, IMPLANTACIÓN DE:
 - Iniciativas de calidad
 - Innovación
 - Gestión ambiental
 - Tecnología
7. SEMINARIOS ESPECÍFICOS PARA EMPRENDEDORES TURÍSTICOS

EL TERRITORIO

8. MATERIALIZACIÓN DEL PLAN DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA
9. ESPECIAL SEÑALIZACIÓN DE LA GRAN SENDA
10. POTENCIACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE NUEVAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS, RELACIONADAS FUNDAMENTALMENTE CON LAS ESPECÍFICAS DE CADA COMARCA
11. PUESTA EN VALOR DE NUEVOS RECURSOS TURÍSTICOS (PATRIMONIO NATURAL, CULTURA Y ENOGASTRONÓMICO)
12. CREACIÓN DE UN MANUAL DE IDENTIDAD DEL DESTINO
13. MEJORA DEL PAISAJE URBANO A TRAVÉS DE INICIATIVAS DE EMBELLECIMIENTO DE PUEBLOS

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

14. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS VIARIAS SECUNDARIAS DEL INTERIOR
15. PLAN DE MEJORA Y MANTENIMIENTO DE LOS EQUIPAMIENTOS PÚBLICOS DE USO TURÍSTICO
16. CREACIÓN DE PUNTOS DE INFORMACIÓN Y DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA
17. CREACIÓN DE ZONAS DE ESTACIONAMIENTO EN LAS AFUERAS DE LOS CENTROS TRADICIONALES DE LOS CENTROS URBANOS
18. POTENCIAR EL PLAN DE SENDEROS DISEÑADOS, Y EL SENDERISMO COMO PRÁCTICA TURÍSTICA DEPORTIVA Y SALUDABLE
19. REALIZACIÓN DE LA SEGUNDA FASE DEL PROYECTO DEL CAMINITO DEL REY

B. Estrategias públicas

INSTITUCIONAL

20. VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO Y NATURAL
21. CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO DIRIGIDA A LA POBLACIÓN
22. CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO DIRIGIDA A NIÑOS EN ESCUELAS
23. DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PLANES DE DINAMIZACIÓN, INDEPENDIENTEMENTE DE SU APROBACIÓN
24. PUESTA EN MARCHA DE LOS ESTUDIOS, TIPO OBSERVATORIO DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA, PARA EL CONOCIMIENTO DEL TURISMO DE INTERIOR

INCENTIVOS

25. FOMENTAR LA INICIATIVA EMPRESARIAL A TRAVÉS DE INCENTIVOS A LA INVERSIÓN, PRIORIZANDO LA INTEGRACIÓN Y AUTENTICIDAD
26. MAYOR APOYO TÉCNICO DE LA ADMINISTRACIÓN A FUTUROS EMPRENDEDORES
27. APOYAR A LOS EMPRENDEDORES DE LAS COMARCAS DE INTERIOR CON PROYECTOS INNOVADORES Y VIABLES

COORDINACIÓN

28. FORTALECER E INCENTIVAR LA CREACIÓN DE ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS TURÍSTICOS A NIVEL COMARCAL
29. MEJORA DE LA COORDINACIÓN ENTRE LA ADMINISTRACIÓN Y EL EMPRESARIADO TURÍSTICO DEL INTERIOR
30. COORDINACIÓN EN LAS PROMOCIONES ENTRE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS (TURISMO Y PLANIFICACIÓN-AYUNTAMIENTOS Y TURISMO ANDALUZ)

31. CREACIÓN DE UNA MESA DE TURISMO DE INTERIOR A NIVEL PROVINCIAL QUE AGLUTINE A EMPRESARIOS, RESPONSABLES PUBLICOS Y PROFESIONALES
32. COORDINACIÓN PUBLICA-PRIVADA EN LA INFORMACIÓN SOBRE LAS FIESTAS POPULARES LOCALES Y SU POTENCIACIÓN TURÍSTICA

C. Estrategia sobre la oferta

OFERTA TURÍSTICA

33. DOTAR DE LINEAS DE CREDITO CON ENTIDADES FINANCIERAS DE ACCESO A JOVENES EMPRENDEDORES
34. AMPLIAR LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS RURALES, INCENTIVANDO LAS TIPOLOGÍAS PROPIAS DE CADA ZONA
35. PUESTA EN VALOR DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS SEGÚN POTENCIALIDADES DEL TERRITORIO
36. POTENCIAR LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO, SIENDO NECESARIO SU INSCRIPCIÓN EN EL RAT
37. INCREMENTAR Y MEJORAR LA OFERTA GASTRONÓMICA BASADA EN LOS RECURSOS LOCALES
38. ELABORACIÓN Y PROMOCIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS INTEGRADOS
39. RECUPERACIÓN DE LA VILLA TURÍSTICA DE LA AXARQUÍA
40. MAYOR CONNOTACIÓN DE LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD EN LOS PRODUCTOS EMPRESARIALES
41. POTENCIAR LOS PRODUCTOS “MESONES RURALES”, TANTO EN SU GASTRONOMÍA, COMO EN SU ASPECTO INTERIOR
42. FOMENTAR EL REGISTRO DE TODAS LAS VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS QUE SE OFERTAN EN LA PROVINCIA

CALIDAD

43. HOMOGENEIZAR LA GRAN CANTIDAD DE MARCAS DE CALIDAD EXISTENTES EN EL TURISMO DE INTERIOR
44. FOMENTAR LA MARCA DE RECONOCIMIENTO “SABOR A MALAGA” EN EL INTERIOR
45. APOYAR A LAS PYMES EN LA INTEGRACIÓN DE ACCIONES QUE REPERCUTAN EN EL AUMENTO DE LA CALIDAD
46. DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE CALIDAD DIFERENCIADA, BASADA EN LO AUTÓCTONO Y TRADICIONAL Y DE CADA COMARCA
47. POTENCIAR LA IMAGEN DEL DISTINTIVO DE SINGULARIDAD EN ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA DE MALAGA

INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y TECNOLOGÍA

48. IMPLANTAR ACCIONES DE FINANCIACIÓN INNOVADORAS COMO LOS BUSINESS ANGELS, MICROCREDITOS, ...
49. MEJORA DEL POSICIONAMIENTO ON LINE DE LOS PORTALES ESPECÍFICOS DESTINADO A LA OFERTA TURÍSTICA DEL INTERIOR DE MÁLAGA
50. APOYAR LA INCORPORACIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS
51. IMPLANTACIÓN DE PROCESOS TECNOLÓGICOS PARA EL AHORRO DE ENERGÍA, RECICLADO, DEPURACIÓN, ETC.
52. IMPLANTACIÓN DE LA ISO 14.000 EN EMPRESAS
53. GESTIÓN DE PLANES DE GESTIÓN TURÍSTICA EN LOS PARQUES NATURALES
54. APUESTA POR LA IMPLANTACIÓN DE PROYECTOS PILOTO DE DESTINOS INTELIGENTE: INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN DE DESTINOS

D. Estrategias de demanda

MARKETING

55. POTENCIACIÓN DE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS DEL INTERIOR
56. CREACIÓN DE PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN ENTRE PRODUCTOS HOMOGÉNEOS
57. CREACIÓN DE CLUBS DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS
58. PROMOCIÓN SEGMENTADA POR TEMÁTICA O SUBSEGMENTOS: TURISMO DE INTERIOR, ECOTURISMO, TURISMO DE AVENTURAS, AVISTAJE DE AVES, ...
59. FOMENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN ASOCIADA A TRAVÉS DE CENTRALES DE RESERVAS TERRITORIALES CON CONNOTACIONES HOMOGÉNEAS
60. INCENTIVACIÓN A LA INCORPORACIÓN DE LA OFERTA A LOS CANALES DE RESERVAS ONLINE
61. MERCADOS PRIORITARIOS: ESPAÑA, ALEMANIA, REINO UNIDO, PAISES NORDICO, FRANCIA Y BENELUX
62. HERRAMIENTAS DE MARKETING TRADICIONAL:
 - ACCIONES DIRECTAS AL CONSUMIDOR
 - FAM-TRIPS
 - COLABORACIONES CON TOUROPERADORES
 - BOLSAS DE COMERCIALIZACIÓN
 - CAMPAÑA DE MARKETING INTERACTIVO
63. HERRAMIENTAS DE E-MARKETING – TURISMO Y PLANIFICACIÓN
 - PRESENCIA EN INTERNET
 - MARKETING EN REDES SOCIALES
 - ESPACIOS WEB ESPECÍFICOS
 - POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

- VISIBILIDAD ON-LINE Y REPUTACIÓN
- CAMPAÑAS DE CO-MARKETING EN PORTALES
- CAMPAÑAS DE E-MAILING
- BOLETINES ELECTRÓNICOS

64. TACTICAS DE VENTA

- ACUERDOS ESTRATEGICOS CON PORTALES TURISTICOS
- ACCIONES DE CO-MARKETING CON TUOPERADORES
- DESARROLLO DE SISTEMAS DE DYNAMIC PACKAGING
- TECNICAS DE FIDELIZACIÓN
- DESARROLLO DEL E-COMMERCE

CONOCIMIENTO

65. REALIZACION DE ESTUDIOS SOBRE LA DEMANDA TURISTICA DE INTERIOR EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA PARA DESDE SU CONOCIMIENTO MAXIMIZAR LAS ESTRATEGIAS SEÑALADAS ANTERIORMENTE
66. DIVULGACIÓN ON LINE DE ANÁLISIS COYUNTURALES DEL TURISMO DE INTERIOR
67. ADECUACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA Y DE CONOCIMIENTO A LAS NECESIDADES DEL SECTOR
68. CREACIÓN DE UN MANUAL DE CREACIÓN DE CLUB DE PRODUCTOS PARA LA CREACIÓN DE REDES DE PYMES HOMOGENEAS
69. ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD POR CADA COMERCA DEL INTERIOR EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Al ser una relación de estrategias bastante exhaustiva, a continuación, se señalan las 20 que se consideran más importantes y sobre las que habría que seguir trabajando en el año 2017 como acciones prioritarias:

ESTRATEGIAS SOBRE EL DESTINO

1. CURSOS DE IDIOMAS BASICO EN LAS COMARCAS DEL INTERIOR, ESPECIALMENTE EN EL AMBITO DE LA GRAN SENDA Y DEL CAMINITO DEL REY
2. MATERIALIZACIÓN DEL PLAN DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA
3. MEJORA DEL PAISAJE URBANO A TRAVÉS DE INICIATIVAS DE EMBELLECIMIENTO DE PUEBLOS
4. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS VIARIAS SECUNDARIAS DEL INTERIOR
5. REALIZACIÓN DE LA SEGUNDA FASE DEL PROYECTO DEL CAMINITO DEL REY

ESTRATEGIAS PUBLICAS

6. VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO Y NATURAL
7. CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO DIRIGIDA A LA POBLACIÓN
8. DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PLANES DE DINAMIZACIÓN, INDEPENDIENTEMENTE DE SU APROBACIÓN
9. FOMENTAR LA INICIATIVA EMPRESARIAL A TRAVÉS DE INCENTIVOS A LA INVERSIÓN, PRIORIZANDO LA INTEGRACIÓN Y AUTENTICIDAD
10. CREACIÓN DE UNA MESA DE TURISMO DE INTERIOR A NIVEL PROVINCIAL QUE AGLUTINE A EMPRESARIOS, RESPONSABLES PUBLICOS Y PROFESIONALES

ESTRATEGIA SOBRE LA OFERTA

11. AMPLIAR LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS RURALES, INCENTIVANDO LAS TIPOLOGÍAS PROPIAS DE CADA ZONA

12. POTENCIAR LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO, SIENDO NECESARIO SU INSCRIPCIÓN EN EL RAT, Y DE LOS PRODUCTOS “MESONES RURALES”, TANTO EN SU GASTRONOMÍA, COMO EN SU ASPECTO INTERIOR
13. ELABORACIÓN Y PROMOCIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS INTEGRADOS
14. POTENCIAR LA IMAGEN DEL DISTINTIVO DE SINGULARIDAD EN ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE LA PROVINCIA DE MALAGA
15. GESTIÓN DE PLANES DE GESTIÓN TURÍSTICA EN LOS PARQUES NATURALES

ESTRATEGIAS DE DEMANDA

16. PROMOCIÓN SEGMENTADA POR TEMÁTICA O SUBSEGMENTOS: TURISMO DE INTERIOR, ECOTURISMO, TURISMO DE AVENTURAS, AVISTAJE DE AVES, ...
17. INCENTIVACIÓN A LA INCORPORACIÓN DE LA OFERTA A LOS CANALES DE RESERVAS ON LINE
18. HERRAMIENTAS DE E-MARKETING – TURISMO Y PLANIFICACIÓN
 - PRESENCIA EN INTERNET
 - MARKETING EN REDES SOCIALES
 - ESPACIOS WEB ESPECÍFICOS
 - POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES
 - CAMPAÑAS DE CO-MARKETING EN PORTALES
19. REALIZACION DE ESTUDIOS SOBRE LA DEMANDA TURISTICA DE INTERIOR EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA PARA DESDE SU CONOCIMIENTO MAXIMIZAR LAS ESTRATEGIAS SEÑALADAS ANTERIORMENTE
20. ESTUDIOS DE COMPETITIVIDAD POR CADA COMERCA DEL INTERIOR EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA



ESTUDIO ELABORADO POR:

Turismo y Planificación Costa del Sol
Área de Análisis e Inteligencia Turística

analisis@visitacostadelsol.com



COSTA DEL SOL
MÁLAGA