



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
FACULTAD
DE TURISMO

GRADUADO EN TURISMO TRABAJO FIN DE GRADO

***EL SECTOR HOTELERO EN MÁLAGA. UN ESTUDIO DE
LA SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE CAMBIOS***

Realizado por:

M^a ARACELI EXOJO PÉREZ

Fdo.:

Dirigido por:

LAURA MONICHE BERMEJO

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, Junio de 2014

TÍTULO: EL SECTOR HOTELERO EN MÁLAGA. UN ESTUDIO DE LA SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE CAMBIOS.

PALABRAS CLAVE:

Hoteles, Málaga, turismo, oferta hotelera, clasificación, categoría, modalidades, servicios, diferenciación.

RESUMEN:

La finalidad de este trabajo es estudiar la situación actual del sector hotelero en Málaga y analizar la diferenciación y segmentación para identificar cuáles son las nuevas propuestas de éxito que podrían funcionar a largo plazo. Se analiza la oferta hotelera de la provincia de Málaga mediante la creación de una base de datos de todos los hoteles de la provincia realizada con el buscador Trivago que se utiliza para clasificar la oferta hotelera actual y la diferenciación. Se han seleccionado varios hoteles como ejemplos de diferenciación y se exponen algunas propuestas de diferenciación que podrían funcionar en Málaga.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	1
1.1. Objetivos y metodología.....	1
1.2. Introducción en el municipio de Málaga; Error! Marcador no definido.	
1.3. Introducción de los hoteles en Málaga; Error! Marcador no definido.	
CAPÍTULO 2 DEFINICIÓN E HISTORIA DEL HOTEL	3
2.1. Definición de hotel	3
2.2. Historia del hotel en la Costa del Sol	3
CAPÍTULO 3 CONTEXTO ACTUAL DEL TURISMO Y DEL SECTOR HOTELERO EN PARTICULAR	8
3.1. Situación actual del turismo.....	8
3.1.1 El perfil socioeconómico del turista en Andalucía y Málaga	8
3.1.2 Lugar de residencia	9
3.1.3 Grado de fidelidad del turista	10
3.1.4 Turistas internacionales	10
3.1.5 El movimiento hotelero en Andalucía por provincias	11
CAPÍTULO 4 BASE DE DATOS. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA HOTELERA MALAGUEÑA.....	12
4.1. Caracterización de la oferta hotelera malagueña	12
4.1.1. Datos generales	13
4.1.2. Hoteles clasificados por estrellas. Málaga capital en comparación con la provincia	14
4.1.3. Hoteles clasificados por modalidad rural y de playa. Málaga capital en comparación con la provincia	16
4.1.4. Hoteles con otros servicios: spa y golf. Málaga capital en comparación con la provincia.	19
4.1.5. Conclusiones sobre la oferta hotelera	22
CAPÍTULO 5 DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO HOTELERO	23

5.1 Aspectos generales sobre la diferenciación	23
5.1.1 Diferenciación y Segmentación	23
5.1.2. La diferenciación del producto hotelero.....	25
5.1.3. Marcas como diferenciación del producto	26
5.1.4. Objetivos y retos que debe afrontar el sector	26
5.2. Clasificaciones propuestas en función de la base de datos	27
5.2.1. Hoteles románticos.....	27
5.2.2 . Hoteles económicos	29
5.2.3 . Hoteles de lujo.....	30
5.2.4. Hoteles familiares	32
5.2.5. Hoteles de negocio.....	33
5.2.6. Hoteles de playa.....	35
5.2.7. Hoteles rurales	37
5.2.8. Hoteles de diseño.....	38
5.2.9. Hoteles por horas	40
5.2.10. Hoteles diferentes	41
5.2.11. <i>Nuevas pautas de diferenciación</i>	46
5.2.12. Conclusiones.....	52
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES	54

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los **objetivos** principales del trabajo serían dos: Conocer la oferta hotelera de la provincia de Málaga poniendo especial énfasis en la capital malagueña. El estudio de la oferta hotelera se realizará mediante el análisis de una base de datos creada a partir del buscador Trivago. Y analizar la diferenciación del sector hotelero estableciendo distintas clasificaciones de los hoteles de la provincia de Málaga. En cada clasificación se tomará uno de los hoteles a modo de ejemplo para poder apreciar los aspectos diferenciales de los hoteles de Málaga.

Málaga es uno de los destinos con mayor perspectiva de Andalucía. Su mercado tiene un gran interés y una gran importancia a nivel competitivo tanto en los mercados nacionales como en los mercados internacionales, por ello es una ciudad de referencia para otras que intentan disponer en un futuro de una situación de privilegio como la que tiene Málaga actualmente. A nivel competitivo Málaga se diferencia de las demás provincias en su singular climatología (la Costa del Sol es el primer destino turístico en España) y la puesta en valor de su patrimonio cultural.

De esta manera podemos decir que se está construyendo un producto turístico con una alta calidad y lo más eficaz posible tanto en los servicios como en los alojamientos. En los últimos años se ha incrementado la oferta turística, ya no solo se ofrece un producto de sol y playa sino que Málaga también apuesta por la cultura habiendo diversificado en este sentido su oferta de ocio y cultura. (Ayuntamiento de Málaga, 2014).

Actualmente, el litoral de Málaga constituye el espacio turístico más importante de Andalucía. Un 77% de la población provincial se concentra en el litoral malagueño. Los 17 municipios que forman el litoral de Málaga concentran el 50% de las plazas de alojamientos hoteleros, el 63% de los alojamientos reglados y el 40,8% de las segundas residencias del total de Andalucía (SIMA, 2012).

El hotel puede marcar el destino del turista, en mi opinión, tenemos que tener en cuenta que algunos turistas viajan exclusivamente para disfrutar del hotel siendo éste el motivo principal del viaje. Por ello hay que tener claro a qué segmento del mercado nos queremos dirigir y ofrecer experiencias inolvidables al visitante. De los hoteles depende, muchas veces, que los turistas se vayan con un buen recuerdo y en muchos casos un buen viaje. Los turistas buscan servicios más allá del alojamiento y hoteles con estilo propio.

Por todos estos motivos, el tema de estudio seleccionado para este trabajo es el sector hotelero en Málaga. A lo largo de todo el desarrollo analizaremos la oferta hotelera de Málaga así como la diferenciación hotelera. Estas dos partes forman el grueso de este trabajo que se presenta a continuación:

Realización de una clasificación de los hoteles de Málaga capital distinguiendo los hoteles por categorías, modalidades y servicios y comparándolos con el resto de la provincia de Málaga. Analizaré cada uno de los gráficos y tablas sacando mis propias conclusiones.

Así mismo, se ha realizado una clasificación de los hoteles de toda la provincia de Málaga con la ayuda del buscador de Trivago, Top rural y hoteles con encanto para ver la diferenciación de cada uno. En cada clasificación explico uno de los hoteles que, en mi opinión, considero más interesante y que más me ha llamado la atención por las opiniones de los visitantes y porque es el que más se adapta a cada clasificación.

En los últimos años Málaga intenta venderse no sólo como una ciudad que ofrece sol y playa sino que quiere venderse y promocionarse como una ciudad con otro tipo de oferta complementaria como es el turismo cultural, turismo rural, turismo activo, turismo gastronómico, etc, para llegar y captar a otro tipo de clientes. Este cambio ha supuesto que los comercios adapten su oferta a la nueva demanda de Málaga. En nuestro caso, algunos establecimientos hoteleros ya están modificando su oferta para adaptarse a los nuevos segmentos que visitan Málaga y es lo que veremos a lo largo de este trabajo.

El trabajo se estructura en seis capítulos:

En el segundo capítulo se incluye la definición de hotel y se explica cómo surgió el turismo en la Costa del Sol. En el tercer capítulo se analiza la situación actual del turismo en Andalucía y en Málaga y de la situación actual del sector hotelero a través del estudio de la demanda turística en Andalucía (BATA). Posteriormente, en el cuarto capítulo se analiza la planta hotelera mediante la realización de una base de datos hecha con el buscador (Trivago). En el quinto capítulo se analiza de la diferenciación del producto hotelero, estableciendo diferentes clasificaciones y pautas de diferenciación. Se finaliza con un apartado dedicado a conclusiones.

CAPÍTULO 2 DEFINICIÓN E HISTORIA DEL HOTEL

2.1. DEFINICIÓN DE HOTEL

En este epígrafe voy a definir de forma breve lo que es un hotel para que más adelante cuando explique el tema de la diferenciación sea más fácil entender los tipos y las distintas clasificaciones de hoteles. Así mismo, considero que es interesante conocer la definición de hotel ya que a continuación vamos a introducir este trabajo con la Historia de la Costa del Sol.

Según el Real Decreto 1964/1983, de 15 de Junio, por el que se establecen las normas de clasificación de los establecimientos hoteleros, se definen los hoteles como aquellos establecimientos que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios, distintos de los correspondientes a cualquiera de las otras dos modalidades (hoteles apartamentos y moteles). A efectos de publicación oficial, los hoteles podrán obtener de la Administración el reconocimiento de su especialización en determinados servicios, tales como: playa, montaña, balneario, convenciones, médicos, de grupo, familiares, deportivos, así como cualquier otra que los empresarios hoteleros consideren de interés.

2.2. HISTORIA DEL HOTEL EN LA COSTA DEL SOL

En este epígrafe vamos a introducir Málaga contando cómo se desarrolló la Historia de la Costa del Sol. Para ello, situaré a Málaga en un contexto general hablando sobre los cambios y hechos que se produjeron en Europa y España y que explican cómo se desarrolló el turismo en la provincia malagueña mediante Díaz y Valles (1994) en su libro “El sector hotelero en España”.

En la década de los 50 y los 60 se produjeron en Europa tres hechos que revolucionan el turismo y que afecta en nuestro caso al litoral malagueño especialmente. El primero de ellos fue la expansión de las carreteras que hizo que la clase media-alta empezara a viajar. El segundo y a raíz de la creación de las carreteras fue la aparición de los touroperadores que afectó de manera muy positiva a la Costa del Sol. El último hecho de importancia fueron las negociaciones con empresas aéreas para contratar vuelos chárter.

Como consecuencia de todos estos hechos, el boom turístico se inicia en España en el año 1960, en este momento los turistas venían a España atraídos por el sol, la playa y los precios pero una vez que llegaban a España descubrían otros atractivos que desconocían como la historia, la gastronomía,

el arte y la hospitalidad lo que hacía que estos turistas repitieran la visita año tras año.

Con la muerte de Franco se crearon en España diversas instituciones y se hicieron algunos cambios. En el año 1975, se creó la OMT con sede en Madrid y dos años más tarde se creó el Ministerio de Comercio y Turismo. En este tiempo el control de precios se rige ya por la ley de la libre oferta y la demanda.

Un poco más tarde, hubo dos hechos importantes que suponen un gran flujo de turistas. El primero de ellos fue en el año 1986, cuando España entró a formar parte de la Comunidad Económica Europea. El otro hecho fue la Exposición Universal de Sevilla en el año 1992 que sirvió como medio de promoción de España a nivel mundial.

Una vez que he situado la historia del turismo en Europa y España, procedo a hablar sobre la provincia de Málaga.

Según Mellado y Granado (1999) el inicio del turismo, entendiéndolo como actividad económica, se desarrolla en la provincia de Málaga en el siglo XIX. Este autor explica muy bien cómo surgió toda la historia del turismo en la Costa del Sol, que se explica a continuación.

En Málaga, los primeros turistas que visitaban la ciudad venían atraídos por el turismo de salud y por las propiedades curativas del agua, lo que hoy día conocemos como balnearios. Esto implicó que las empresas turísticas de alojamiento, restauración y transporte se expandieran y las que ya existían ampliaran su capacidad.

A partir del boom turístico de los años 60 se industrializa el turismo en Málaga. Gracias a los vuelos chárter y la bajada de precios vino una gran afluencia de turistas de clase media-alta, ya que los precios en España eran mucho más bajos que en su país de origen. Estos turistas procedían de Gran Bretaña, Francia y Alemania fundamentalmente aunque también nos visitaban turistas de los Países Escandinavos, Bélgica y Holanda. Y en la década de los 70, una vez consolidados los vuelos chárter, aparecieron los turistas estadounidenses; este era un segmento interesante por el gran poder adquisitivo que tienen.

En los años 80 se empieza a hablar de la cualificación del sector turístico. Los profesionales están mejor preparados y se comienzan a segmentar la clientela para buscar nuevos tipos de clientes y otros mercados de actuación como por ejemplo el turismo de golf que tiene una gran importancia actualmente.

Desde los años 90 hasta nuestros días nos sigue visitando mayoritariamente turistas británicos y alemanes pero sobre todo la demanda que más se consolida es la nacional. Y es a partir de 1993 aumenta el número de turistas de congresos, golf, de incentivos... este tipo de turistas son los más interesantes porque tienen una alta capacidad de gasto.

Después de que acabara la Guerra Civil, la capacidad de Málaga en la zona de playas era muy pobre. Solo existían el Castillo de Santa Clara y el Parador de Montemar que lo construyó Carlota Alessandri en el año 1934. No podemos olvidar mencionar a George Langworthy que fue el introductor del turismo en Torremolinos y convirtió el Castillo de Santa Clara en una residencia para heridos durante la Segunda Guerra Mundial.

Unos años más tarde, en 1940, Enrique Bolín Bidwell abrió en Hotel La Roca (véase a continuación foto1). Por esa época los únicos visitantes de la Costa del Sol eran los británicos del Peñón y los gibraltareños.



Foto 1. Hotel La Roca (Torremolinos). Fachada al mar. Imagen tomada del sitio: www.historiadetorremolinos.com (Fecha de actualización: 11 de Junio de 2014).

En Málaga capital la situación mejoraba ya que disponía de alojamientos en el centro como son el Gran Hotel Roma que se encontraba en calle Puerta Nueva donde se alojaron importantes viajeros que más tarde divulgaron las “excelencias” de Málaga. Destacamos también el hotel París, el nuevo Victoria y el Niza que se sitúan en calle Larios. Todos estos hoteles aparecen nombrados en una de las guías inglesas de primeros del siglo XX, donde aparece también el nombre el Fernando de la Cámara que fue un hombre que alquilaba habitaciones a precios razonables en la Caleta. Un poco más tarde, se abre el hotel Cataluña ubicado en la plaza del Obispo. Como consecuencia del aumento de turistas en los años 50 se crearon algunas casas de huéspedes. De todas ellas destacamos la Casa del Monte en la Caleta.

Sin embargo, el hotel más importante de la ciudad fue el hotel Miramar, llamado anteriormente Príncipe de Asturias (véase foto 2), lo compró la cadena HUSA por dos millones de pesetas en el año 1940. Se construyó entre los años 1921 y 1926 por el arquitecto Fernando Guerrero Stracham y fue inaugurado por el rey Alfonso XIII. En 1968 esta cadena hotelera cerró el hotel que fue comprado años más tarde por la Caja de Ahorros Provincial. Desde que cerró hasta 1981 no hubo ninguna oferta para volverlo a abrir pero en ese año lo adquirió el Ministerio de Justicia.



Foto 2. Hotel Miramar. Años 60. Imagen tomada del sitio: www.guateque.net (Fecha de actualización: 11 de Junio de 2014).

También mencionamos el hotel El Caleta que fue abierto en el año 1938 y que es famoso porque en él se alojó la primera caravana de turistas que realizaban “La Ruta de Guerra del Sur”.

En la década de los 50 se construyeron en Málaga hoteles como el Emperatriz, Las Vegas, Casa Curro y el Málaga Palacio (véase foto 3).



Foto 3. Hotel Málaga Palacio. Inaugurado el día 1 de septiembre de 1966. Imagen tomada del sitio: www.guateque.net (Fecha de actualización: 11 de Junio de 2014).

En 1957 llegó a Málaga la primera expedición de turistas alemanes que viajaban con vuelos chárter los cuales se alojaron en el hotel Las Mercedes. En esa época existía también el hotel El Pinar construido por Juan Jiménez Lopera que recibía turistas procedentes de Finlandia. Este hotel fue uno de los primeros hoteles en innovar con los servicios secundarios ya que aparte de los servicios comunes ofrecía Podemos afirmar que el Hotel El Pinar fue uno de los primeros que innovó con el tema de la diferenciación ya que aparte de los servicios comunes ofrecía servicios secundarios a sus clientes como el

transporte en coche de caballos para ir a la playa. Algunas de las personas que se alojaron en este hotel fueron los príncipes de Mónaco.

En 1959 inauguraron el hotel *Pez Espada* cerca de la *Carihuela* (véase foto4), en él se alojaron famosos visitantes como *Saud de Arabia* y *Frank Sinatra*. También es famoso por ser el hotel que dio comienzo al arranque de la *Costa del Sol*. A raíz de su inauguración se crearon otros muchos hoteles como por ejemplo, el *Carihuela Palace* en el año 1960 y el *Tropicana* en 1961.



Foto 4. Hotel *Pez Espada*. Torremolinos. Imagen antigua del Hotel facilitada por Antonio Olaya. Imagen tomada del sitio: www.torremolinoschic.com (Fecha de actualización: 11 de Junio de 2014).

En ese mismo año (1961) se crean en Benalmádena otros hoteles como el hotel *Tritón* que se convirtió en el tercer hotel de lujo de esa zona después del *Tropicana* y el *Pez Espada*. Un año después, en 1962 se crearon otros hoteles importantes como *El Siroco* y *La Roca* y el hotel *Marymar* construido por Francisco Hormaechea en Torremuelle, también se construye el hotel *Las Tres Calaveras* que años después se cambió el nombre por *Meliá Torremolinos*. Este fue el primer hotel que construyó la cadena *Meliá* en la *Costa del Sol*. Asimismo empezaron a inaugurarse en Marbella hoteles como el *Marbella Club*, el hotel *Guadalmina* y *Los Monteros*.

En el año 1964 abrió el hotel *Al Andalus* que fue el primer hotel en promocionar el golf y el hotel *Las Palomas* de la cadena *Rumasa*. En ese mismo año, se inauguró también en Marbella el hotel *Don Pepe* cuyo director fue Mateo Boch, Puente romano construido por Alfonso de Hohenlohe y el hotel *Andalucía Plaza* dirigido por José Banús.

En el año 1971 se inauguró el hotel *Don Pedro* y en 1974 el *Don Pablo* en Torremolinos. Estos dos hoteles formaban un complejo que disponía de muchos servicios como pistas de tenis, piscina y sala de fiestas.

Por último, en 1985 se inauguró en Mijas el *Byblos Andalus* un hotel de lujo que era conocido por la gran cantidad de famosos que se alojaban en él cada vez que visitaban la *Costa del Sol*.

CAPÍTULO 3 CONTEXTO ACTUAL DEL TURISMO Y DEL SECTOR HOTELERO EN PARTICULAR

3.1. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO

Como veremos en este apartado, el desarrollo turístico en Andalucía, y en concreto de la provincia de Málaga, constituye la aportación más significativa para la economía según el análisis del Balance del año turístico en Andalucía (2012) y el Balance del turismo en Málaga (2014) emitido por el propio ayuntamiento de Málaga y el SOPDE (2013).

Gracias al análisis del documento BATA (2012) hemos podido analizar la demanda de los turistas que vienen a Andalucía y poder ver cuál es el perfil de turista que nos visita. En este apartado se analiza el perfil, el lugar de residencia, el grado de fidelidad, los turistas internacionales y en un último apartado se analiza, mediante una tabla, el movimiento hotelero de Andalucía por provincias en el que comparamos a Málaga con el resto de provincias.

3.1.1 *El perfil socioeconómico del turista en Andalucía y Málaga*

Primero he analizado Andalucía de forma más general y he extraído los siguientes datos. “El turista que visitó Andalucía en 2012 presenta un perfil sociodemográfico en el que destaca la mayor presencia de mujeres (52,1%), siendo los grupos de edad más representativos los intervalos entre 30 y 44 años (29,8%) o entre 45 y 64 años (30,8%). La mayoría de los turistas disponía de un trabajo remunerado (60,9%), seguidos a distancia por los jubilados y los estudiantes, que representan el 19,1% y el 12,3%, respectivamente.” (Balance del Año Turístico de Andalucía 2012).

A continuación se muestra una tabla a modo resumen con los datos más significativos del perfil del turista en Andalucía, (véase tabla 1).

Tabla 1. Perfil sociodemográfico del turista en Andalucía

Perfil sociodemográfico del turista en Andalucía. Año 2012

Sexo	%	Edad	%	Situación laboral	%
Varones	47,9	Menos de 18	8,0	Trabajo remunerado	60,9
Mujeres	52,1	18-29	15,8	En paro	3,1
Total	100	30-44	29,8	Estudiante	12,3
		45-65	30,8	Jubilado	19,1
		Más de 65	15,5	Labores hogar	3,5
		Total	100	Otras	1,0
				Total	100

Fuente: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos ECTA. IECA.

Fuente: BATA (2012).

A continuación, analizaré los datos que nos aporta el estudio elaborado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), en su informe del Observatorio Turístico de la Costa del Sol (2013) para ver cuál es el perfil de turista que viene a la provincia de Málaga.

Según este informe han aumentado los turistas con una edad comprendida entre los 18 a 29 años y entre los 30 a 39 años. De la misma forma la cuota del turista con más de 50 años ha disminuido. En general la edad media del turista que viene a Málaga se sitúa en torno a los 44 años de edad.

Por otro lado, la proporción de turistas masculinos sigue siendo superior a la de turistas femeninos en la Costa del Sol.

Si analizamos la situación laboral, la mayoría de los turistas que viene a Málaga son trabajadores cualificados, seguidos de los jubilados. Los trabajadores cualificados acuden a Málaga en temporada alta mientras que los jubilados vienen a Málaga en la temporada baja.

3.1.2 Lugar de residencia

El lugar de residencia es otra de las características que analizaré, concretamente de la provincia de Málaga. Un 81% de los turistas que vienen a Málaga se concentran en los municipios de Benalmádena, Torremolinos, Fuengirola y Marbella. Aunque en temporada baja son los municipios de

Marbella, Estepona, Mijas y Nerja los que concentran la mayor parte de los turistas.

3.1.3 Grado de fidelidad del turista

En Andalucía el Grado de Fidelidad de los Turistas en Andalucía en el año 2012 es del 59,1% (6 de cada 10 turistas visitaron la región en 2011). Este porcentaje es superior al del total de turistas andaluces (54,5%) y ha aumentado respecto a 2011 un 4,4 %.

3.1.4 Turistas internacionales

En cuanto a turistas internacionales, en la siguiente tabla (véase tabla 2) podemos observar los principales países emisores de turistas hacia Andalucía en 2012, que representan el mayor número de pernoctaciones:

Tabla 2. Turistas internacionales

PAÍS	PERNOCTACIONES	AUMENTA/DISMINUYE	PRINCIPALES MESES (AÑO 2012)
Inglaterra	5 millones	Aumento de + 14,2 %	Junio y Septiembre
Alemania	3,7 millones	Disminuye un -3 %	Junio y Septiembre

Fuente: Elaboración propia. Datos BATA (2012)

Otros países importantes son Francia con 1,9 millones de pernoctaciones y Países Nórdicos que supera el millón.

Y por último mencionar a Holanda y EEUU que han descendido el número de pernoctaciones en Andalucía, e Italia y Portugal que han experimentado caídas importantes.

En la provincia de Málaga la demanda nacional se concentra en la temporada alta mientras que la demanda extranjera se concentra más en la temporada baja. Dentro de la demanda de turistas extranjeros que se concentran en temporada baja destacan el mercado británico, el alemán y el francés.

Según los datos del SOPDE (2013) destacan las subidas registradas por China, Turquía, Alemania, Suiza, Francia, Austria, Noruega, Japón y Suecia y Reino Unido se consolida como el gran mercado turístico de Málaga.

3.1.5 El movimiento hotelero en Andalucía por provincias

En la siguiente tabla se muestra el movimiento hotelero en Andalucía por provincias, con sus correspondientes pernoctaciones, el aumento o disminución de estas, la estancia media, el número de empleados en hoteles y el grado de ocupación.

Como se puede comprobar en la tabla 3, Málaga destaca sobre todas las demás provincias. Consigue un 0,7% más de pernoctaciones con respecto al año anterior con unas 16 millones de pernoctaciones en el año 2012. La estancia media de los turistas en Málaga es la segunda mayor (3,7 días) después de Almería que tiene una estancia media de 4 días. Málaga es provincia que más empleados recoge de toda Andalucía con un total de 10.925. Y por último el grado de ocupación de Málaga es mayor con respecto a las demás provincias con un 54,5% de ocupados en el sector hotelero.

Tabla 3. Movimiento hotelero por provincias

PROVINCIAS	PERNOCTACIONES	AUMENTO/ DESCENSO	ESTANCIA MEDIA	EMPLEADOS	GRADO DE OCUPA- CIÓN
ALMERÍA	4,1 MILLONES	DESCENSO DE 6,9%	4 DÍAS	2.354	39,50%
CÁDIZ	6,2 MILLONES	DESCENSO DE 3,3%	3 DÍAS	4.818	43,20%
CÓRDOBA	1,6 MILLONES	AUMENTO DE 0,8%	1,6 DÍAS	1.303	39,70%
GRANADA	4,6 MILLONES	DESCENSO DE 4,3%	2,1 DÍAS	3.086	43,40%
HUELVA	3,3 MILLONES	DESCENSO DE 12,1%	3,5 DÍAS	2.319	42,80%
JAÉN	772 MIL	DESCENSO DE 5,4%	1,7 DÍAS	1.009	23,30%
MÁLAGA	16 MILLONES	AUMENTO DE 0,7%	3,7 DÍAS	10.925	54,80%
SEVILLA	4,5 MILLONES	DESCENSO DE 1,6 MILLONES	1,8 DÍAS	3.467	41,10%

Fuente: Elaboración propia. Datos BATA (2012)

CAPÍTULO 4 BASE DE DATOS. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA HOTELERA MALAGUEÑA

4.1. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA HOTELERA MALAGUEÑA

En este apartado se ha elaborado una base de datos (veáse Anexo 1) con todos los hoteles de la provincia de Málaga utilizando el buscador de Trivago para realizarla. A través de la realización de la base de datos hemos analizado la oferta de hoteles de la provincia de Málaga y hemos establecido una diferenciación dividiendo los hoteles por categorías, modalidades, servicios y aquellos hoteles que no entran dentro de ninguna caracterización oficial pero que tienen rasgos diferenciadores con respecto al resto.

En la base de datos los hoteles están clasificados por estrellas, localización, por servicios como el golf y el spa que son dos de los servicios más solicitados por los turistas a la hora de elegir un hotel. Y por modalidades, en este caso he analizado la modalidad de playa que es el producto turístico por excelencia en contraposición con los hoteles rurales y así comparar la oferta de hoteles de ambas modalidades.

Como he comentado al inicio de este apartado hemos realizado la base de datos con la ayuda del buscador de Trivago. He elegido este buscador porque ofrece muchos más filtros a la hora de buscar un hotel y hace que la búsqueda sea más fácil. Es el buscador perfecto si queremos segmentar y diferenciar los distintos hoteles según las preferencias de los turistas.

Según Rolf Schrömgens, co-fundador de Trivago, el metabuscador compara precios de unos 700.000 hoteles en más de 200 webs de reservas. Trivago fue creado en el año 2004 y en el año 2007 inauguró su plataforma en España. La idea de Trivago surgió de utilizar a los usuarios para gestionar el contenido que ofrecía la página web, con la ventaja de que la comunidad pudiese obtener dinero a cambio eligiendo el área de los viajes porque es de lo que más habla la gente.

Otra de las opciones por las que he elegido Trivago es por su amplia gama de hoteles que ofrece, más que otros buscadores como rumbo, kayak o atrápalo. Como se indica en su página web es “el mayor comparador de precios del mundo”. Además es un buscador especializado en Hoteles a diferencia de otros buscadores que se especializan también en otras líneas, como los vuelos aéreos por ejemplo.

La población objeto de estudio son los hoteles de la provincia de Málaga obtenidos a través del buscador Trivago. Con esta información se ha elaborado una base de datos con la siguiente información:

En primer lugar, en este capítulo he realizado una clasificación de los hoteles de Málaga capital mediante tablas y gráficos distinguiendo los hoteles

por categorías, modalidades y servicios y comparándolos con el resto de la provincia de Málaga. Analizaré cada uno de los gráficos y tablas sacando mis propias conclusiones.

En segundo lugar, en el capítulo 5 hemos establecido una serie de clasificaciones propuesta para este trabajo según mi criterio. Esta clasificación no pretende ser exhaustiva sino proporcionar una muestra representativa para apreciar la diferenciación. Se han escogido en función de la información propuesta por Trivago y se detalla uno por cada apartado como ejemplo. Aunque esto entra dentro del capítulo 5 creo que es importante explicarlo al inicio de este capítulo porque las clasificaciones se han realizado con la base de datos.

4.1.1. Datos generales

Según la elaboración de la base de datos se puede extraer la siguiente información:

Málaga cuenta con un total de 401 hoteles repartidos por toda la provincia de Málaga. Concretamente la mayoría de estos hoteles se encuentran en el litoral en los municipios costeros de Estepona, Marbella, Fuengirola, Mijas, Benalmádena, Torremolinos, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Torrox, Nerja, Manilva y Casares. Entre todos los municipios suman un total de 304 hoteles situados a lo largo de todo el litoral malagueño. La mayoría de estos hoteles están enfocados al producto turístico de sol y playa, porque es el segmento que más clientes atrae y se puede decir que está consolidado pero debemos ser capaces de mantenerlo.

El resto de los establecimientos hoteleros corresponden a municipios de interior, tales como Alameda, Alhaurín de la Torre, Alhaurín El Grande, Álora, Antequera, Archidona, Ardales, Benahavís, Benaolán, Benarrabá, Canillas de Albaida, Casarabonela, Colmenar, Comares, Cómpeta, Cuevas de San Marcos, El Borge, El Burgo, Gaucín, Genalguacín, Istán, Juzcar, Frigiliana, Moclinejo, Mollina, Monda, Ojén, Periana, Pizarra, Ronda, Tolox y Villanueva de Tapia. Todos estos municipios acogen a 97 hoteles que corresponden a otro tipo de producto turístico como puede ser el turismo urbano o el turismo rural ya que están situados en municipios de interior.

En este capítulo me he centrado en determinadas características de la base de datos. He agrupado los hoteles por categorías, por modalidades y por aquellos servicios que más demanda el turista.

Según su categoría, la provincia de Málaga tiene 20 hoteles de 1 estrella, 88 de 2 estrellas, 143 de 3 estrellas, 130 de 4 estrellas y 20 de 5 estrellas. El grueso de la oferta hotelera se concentra en los hoteles de 3 y 4 estrellas. Por este motivo puedo decir que Málaga apuesta por un sector hotelero de calidad, ya que las categorías superiores superan a la mitad de las plazas hoteleras ofertadas en la provincia. En cuanto a los hoteles de 5

estrellas, decir que Málaga es la provincia de Andalucía con más hoteles de 5 estrellas (BATA 2012). La mayoría se concentran en el litoral y de los 20 hoteles sólo uno de ellos se considera hotel rural.

Por otro lado, según su tipología diferenciamos entre hoteles rurales y hoteles de playa. La provincia de Málaga dispone de un total de 68 establecimientos hoteleros rurales en comparación con 79 hoteles exclusivamente de playa que digamos que es el recurso turístico por excelencia en la Costa del Sol.

En cuanto a los servicios, he diferenciado entre aquellos hoteles que ofertan servicios de golf y hoteles que ofrecen servicios de spa.

Según la clasificación de hoteles que he hecho en la base de datos puedo decir que hay un total de 135 hoteles que ofertan en sus instalaciones el servicio de golf, uno de los más buscados por los turistas internacionales y que a continuación analizaré con más detalle. El servicio de golf se concentra en los hoteles de 3 y 4 estrellas. La provincia cuenta con un total de 46 hoteles de 3 estrellas y 54 hoteles de 4 estrellas que disponen de instalaciones para poder practicar golf.

En cuanto al servicio de Spa, Málaga cuenta con 58 hoteles en toda la provincia que disponen de este servicio. Existen un total de 39 hoteles de 4 estrellas que ofertan spa. Sin embargo, no se han encontrado hoteles de la categoría de 1 y 2 estrellas que tengan en sus instalaciones el servicio de spa.

4.1.2. Hoteles clasificados por estrellas. Málaga capital en comparación con la provincia

Según el Decreto 47/2004, de 10 de febrero, de establecimientos hoteleros distingue varias clasificaciones oficiales. Divide a los hoteles por grupos, categorías modalidades y especialidades. Las clasificaciones por grupos, categorías y modalidades son obligatorias, sin embargo la clasificación por especialidad es voluntaria y tiene un carácter complementario.

En este apartado se han analizado los establecimientos hoteleros por categorías que se encuentran en el artículo III del Decreto 47/2004. Se pueden clasificar en categorías de cinco, cuatro, tres, dos y una estrella. “Mediante Orden de la persona titular de la Consejería competente en materia de turismo podrán establecerse las condiciones excepcionales en instalaciones, equipamiento y servicios que habrán de reunir los hoteles de cinco estrellas para obtener el calificativo de Gran Lujo.”

En la tabla 4 hemos analizado y comparado los hoteles de la provincia de Málaga con los de Málaga capital clasificados por categorías. La provincia de Málaga dispone de un total de 401 hoteles. En la provincia destaca la categoría de 3 estrellas con 143 establecimientos y 4 estrellas con 130 hoteles. Por este motivo, y como he comentado anteriormente en el apartado de datos

generales, se puede afirmar que Málaga dispone de una gran calidad en sus establecimientos. Las categorías de 1 y 5 estrellas disponen de 20 hoteles cada una.

Por lo que se refiere a Málaga capital encontramos un total de 66 establecimientos hoteleros. La categoría que destaca es la de 4 estrellas con 22 hoteles, seguido muy de cerca de la categoría de 3 y 2 estrellas. La capital sólo dispone de un único hotel de 5 estrellas de la cadena Vincci.

Tabla 4. Establecimientos hoteleros de Málaga capital en comparación con la provincia de Málaga por categorías

Categorías	1 Estrella	2 Estrellas	3 Estrellas	4 Estrellas	5 Estrellas	Total hoteles
Nº hoteles Málaga capital	5	19	19	22	1	66
Nº hoteles Málaga provincia	20	88	143	130	20	401
Porcentaje Málaga capital	7,58	28,79	28,79	33,33	1,52	100
Porcentaje Málaga provincia	4,99	21,95	35,66	32,42	4,99	100

Fuente: Elaboración propia a partir de Trivago

A continuación, se representa en el gráfico lineal la comparación de los porcentajes de los hoteles de la provincia de Málaga y de la capital.

Gráfico 1. Porcentaje hoteles Málaga capital

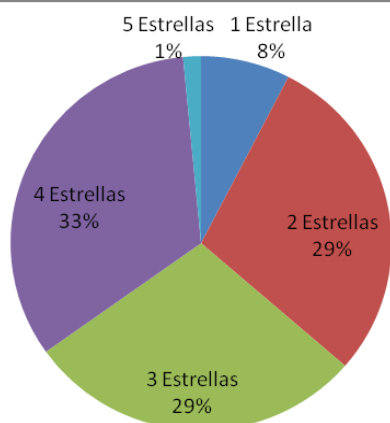
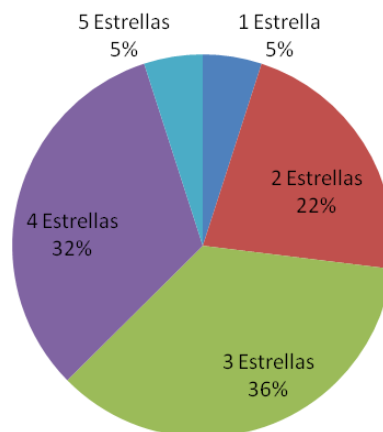


Gráfico 2. Porcentaje hoteles Málaga provincia



Fuente: Elaboración propia.

4.1.3. Hoteles clasificados por modalidad rural y de playa. Málaga capital en comparación con la provincia

Según el Decreto 47/2004, de 10 de febrero, de establecimientos hoteleros, su artículo 22 está destinado a tratar las modalidades de hoteles estableciendo la siguiente distinción.

Los establecimientos hoteleros se clasifican en las siguientes modalidades según su ubicación:

Playa

Ciudad

Rural

Carretera

En la clasificación de hoteles de la capital de Málaga sólo voy a analizar dos de ellas; la modalidad de playa y la modalidad rural.

Este mismo Decreto dedica el artículo 32 a los establecimientos hoteleros de playa. Establece que los hoteles de playa son aquellos que estén situados en la zona de influencia del litoral según se define en la Ley 7/2002, de 17 de diciembre, de Ordenación Urbanística de Andalucía, a una distancia igual o menor de 500 metros siempre que la vía de acceso a la playa del hotel no supere los 1500 metros.

En la tabla que se muestra a continuación están reflejados los valores absolutos y relativos de los hoteles de la modalidad de playa en Málaga capital. En la capital sólo existen 3 hoteles dedicados al segmento de sol y playa en la categoría de 3 y 4 estrellas. Estos hoteles son el Parador de Málaga golf que dispone de 4 estrellas y los hoteles de La Chancía y Las Vegas con 3 estrellas cada uno.

Destaca el hecho de que sólo disponemos de hoteles de 3 y 4 estrellas en Málaga capital.

Sin embargo, si se pueden comparar los datos de la capital malagueña con el total de la provincia de Málaga. La provincia dispone de un total de 85 hoteles con esta modalidad, los hoteles de 4 estrellas son los que ocupan la mayor parte de los establecimientos hoteleros de playa con un 45% del total. Los hoteles de Málaga capital de 3 y 4 estrellas coinciden con los hoteles de la provincia de Málaga en que son éstos los que concentran el grueso de la oferta hotelera. Por el contrario, los hoteles de 1 y 5 estrellas son los que ocupan un menor porcentaje dentro de los hoteles de playa con tan sólo un 7% y un 9,5%. Estos datos son elaboración propia pero se puede consultar la base de datos que se encuentra al final para comprobar estos hoteles.

Tabla 5. Establecimientos hoteleros de Málaga capital en comparación con la provincia de Málaga por modalidad de playa

Modalidad playa	1 Estrella	2 Estrellas	3 Estrellas	4 Estrellas	5 Estrellas	Total hoteles
Nº hoteles Málaga capital	0	0	2	1	0	3
Nº hoteles Málaga provincia	6	11	22	38	8	85
Porcentaje Málaga capital	0	0	66,67	33,33	0	100
Porcentaje Málaga provincia	7,06	12,94	25,88	44,71	9,41	100

Fuente: Elaboración propia a través del buscador Trivago.

La otra modalidad que he analizado son los hoteles de tipo rural. El Decreto 47/2004 de establecimientos hoteleros define en su artículo 34 que los

hoteles rurales serán aquellos que estén ubicados en el medio rural, tal y como se define en el artículo 3 del Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo.

Como se muestra en la siguiente tabla, en Málaga capital sólo existen dos hoteles dedicados a la modalidad rural según el buscador de Trivago, incluidos en la categoría de 3 y 4 estrellas. Estos hoteles son: El Cortijo La Reina de 4 estrellas y el hotel Villa Guadalupe que dispone de 3 estrellas.

En la modalidad rural voy a comparar a Málaga capital con toda la provincia para ver de cuantos establecimientos hoteleros rurales dispone. La provincia de Málaga dispone de un total de 68 hoteles rurales. La categoría que más hoteles rurales acoge es la de 3 estrellas con un total de 38 hoteles que representa un 55% del total, seguido de la categoría de 2 estrellas con un 19%, de los hoteles de 4 estrellas con un 16% y los hoteles de 1 estrella con un 7,3%. La categoría que menos establecimientos rurales acoge es la de 5 estrellas que sólo cuenta con el hotel Banú Rabbah ubicado en Benarrabá.

Al igual que en la modalidad de playa, destacamos el hecho de que no existan hoteles rurales en Málaga capital en la categoría de una, dos y cinco estrellas.

Tabla 6. Establecimientos hoteleros de Málaga capital en comparación con la provincia de Málaga por modalidad rural

Modalidad rural	1 Estrella	2 Estrellas	3 Estrellas	4 Estrellas	5 Estrellas	Total hoteles
Nº hoteles Málaga capital	0	0	1	1	0	2
Nº hoteles Málaga provincia	5	13	38	11	1	68
Porcentaje Málaga capital	0	0	50	50	0	100
Porcentaje Málaga provincia	7,35	19,12	55,88	16,18	1,47	100

Fuente: Elaboración propia a partir del buscador de Trivago.

4.1.4. Hoteles con otros servicios: spa y golf. Málaga capital en comparación con la provincia.

En esta clasificación voy a analizar dos de los servicios más demandados por los turistas al elegir un hotel.

En primer lugar voy a representar en una tabla los hoteles clasificados por estrellas y por uno de los servicios más buscados como es el spa. En Málaga capital disponemos de un total de 4 hoteles que están especializados en este servicio. Según Hosteltur (2014) los ingresos de los spas se han incrementado por encima de otros servicios que ofrecen los hoteles. En el año 2013 se ha producido un incremento de un 5% en ingresos de los spas. El servicio de spa ha incrementado sus ingresos tanto en los hoteles urbanos como en los resorts aunque con un comportamiento diferente. Los clientes de los hoteles urbanos no aumentaron el servicio de spa pero estos hoteles aumentaron el precio consiguiendo así un incremento del 7,2%. Por otro lado, los resorts aumentaron un 3,8% sus ingresos.

Los hoteles que disponen del servicio de spa en Málaga se encuentran en la categoría de 4 estrellas y nos referimos a los hoteles: Monte Málaga, Silken Puerta Málaga y MS Maestranza.

Es curioso que el 100% de los hoteles de Málaga capital que ofrecen el servicio de spa se encuentren en la categoría de 4 estrellas.

En la provincia de Málaga tenemos un total de 57 hoteles que disponen de este servicio según he analizado a través del buscador de Trivago. La mayoría de los hoteles que ofrecen spa se encuentran en la categoría de 4 estrellas con un 68%. Hay que destacar que las categorías de 1 y 2 estrellas no ofrecen este tipo de servicio ya que supone un gasto elevado tener este tipo de instalaciones. También comentar que la mayoría de los hoteles de 5 estrellas de la provincia disponen de spa, porque aumenta el valor del hotel y es un servicio muy demandado por los turistas.

Tabla 7. Establecimientos hoteleros de Málaga capital en comparación con la provincia de Málaga por servicio de spa

Servicios spa	1 Estrella	2 Estrellas	3 Estrellas	4 Estrellas	5 Estrellas	Total hoteles
Nº hoteles Málaga capital	0	0	0	4	0	4
Nº hoteles Málaga provincia	0	0	6	39	12	57
Porcentaje Málaga	0	0	0	100	0	100

capital						
Porcentaje hoteles Málaga provincia	0	0	10,53	68,42	21,05	100

Fuente: Elaboración propia a partir del buscador de Trivago.

Por otro lado y dentro de esta misma clasificación he analizado el servicio de golf. Así, en esta última tabla se representan los hoteles de Málaga capital que incluyen campo de golf en sus instalaciones. El total de hoteles que incluyen este tipo de servicio es de 17 en la capital malagueña. Según Hosteltur, España es el destino preferido de los turistas de Reino Unido, Francia, Alemania y Escandinavia para practicar golf.

En el estudio presentado en la feria internacional Golf Travel Market en el año 2012 la Costa del Sol concentró el 12,7% de golfistas de un total de 28,5% que visitaron España. Este tipo de turista es interesante porque tiene un perfil que genera muchos ingresos. El golfista se queda una media de 7 noches en hoteles de 4 y 5 estrellas, el gasto medio por persona ronda entre los 170-230€ al día. La Costa del Sol es el destino preferido de británicos y escandinavos (Hosteltur 2014).

Tabla 8. Establecimientos hoteleros de Málaga capital en comparación con la provincia de Málaga por servicio de golf

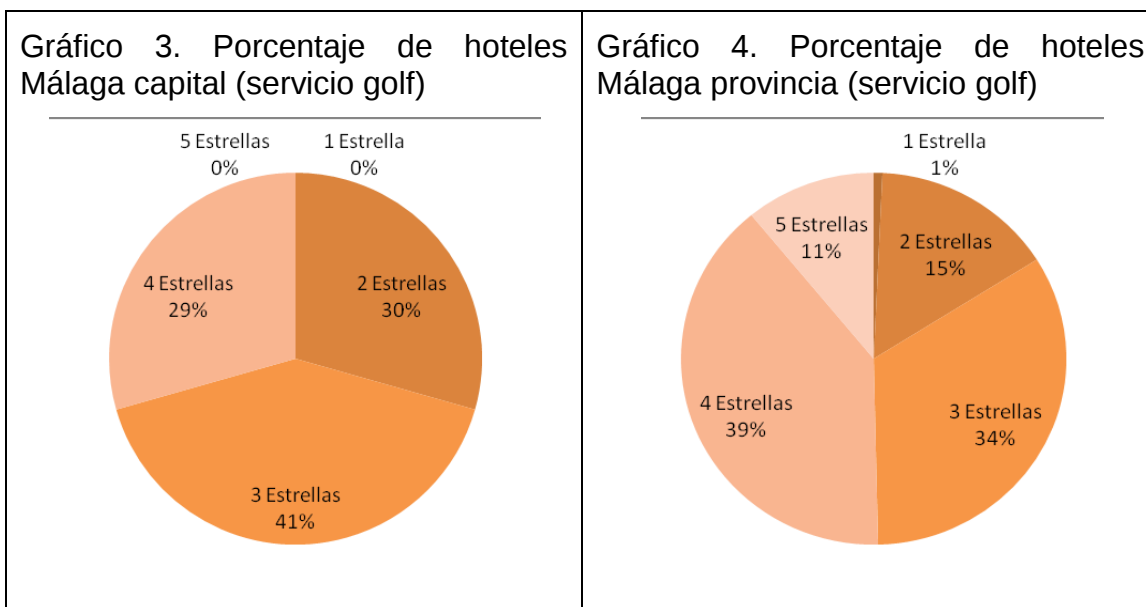
Servicios golf	1 Estrella	2 Estrellas	3 Estrellas	4 Estrellas	5 Estrellas	Total hoteles
Nº hoteles Málaga capital	0	5	7	5	0	17
Nº hoteles Málaga provincia	1	21	46	54	15	137
Porcentaje Málaga capital	0	29,41	41,18	29,41	0	100

Porcentaje hoteles Málaga provincia	0,73	15,33	33,58	39,42	10,95	100
--	------	-------	-------	-------	-------	-----

Fuente: Elaboración propia a partir del buscador de Trivago.

En el gráfico que se muestra a continuación se distinguen los distintos tipos de hoteles que ofrecen el servicio de golf divididos por categorías. La categoría que dispone de más hoteles con este servicio es la de 3 estrellas con un total de 7 hoteles, seguido de la categoría de 4 estrellas y la de 2 estrellas. Los hoteles de 1 y 5 estrellas de la capital malagueña no disponen de campo de golf porque su ubicación no permite este tipo de instalaciones.

En la provincia de Málaga tenemos 137 hoteles que disponen de instalaciones para ofrecer el servicio de golf. La mayoría de los hoteles que ofrecen golf se concentran en la categoría de 4 estrellas con un 39%, seguido muy de cerca por los hoteles de 3 estrellas con un 33%. Las tres cuartas partes de los hoteles de 5 estrellas de Málaga ofrecen este servicio porque son conscientes del gran peso que tiene en la Costa del Sol. Por otro lado, solo existe un único hotel de 1 estrella en la provincia de Málaga que disponga del servicio de golf. A continuación se representan estos porcentajes en los gráficos 3 y 4.



Fuente: Elaboración propia

4.1.5. Conclusiones sobre la oferta hotelera

En conclusión, la provincia de Málaga dispone de un total de 401 establecimientos hoteleros según he recogido en la base de datos gracias a la ayuda del buscador de Trivago.

Podemos afirmar, según el análisis realizado, que Málaga sigue apostando y manteniendo el producto ya consolidado de sol y playa ya que de 401 hoteles que tenemos en toda la provincia de Málaga, 304 están destinados a este producto.

La oferta de establecimientos hoteleros de Málaga se sigue centrando en la categoría de 3 y 4 estrellas, ya que entre las dos categorías suman más de la mitad de las plazas hoteleras ofertadas en la provincia con un total de 273 establecimientos. Así, se puede decir que la provincia de Málaga tiene una oferta hotelera de calidad. Además es la provincia que dispone de más hoteles de 5 estrellas de toda Andalucía.

Málaga sigue teniendo una baja oferta en cuanto a establecimientos de tipo rural se refiere. Cuenta con un total de 68 hoteles en toda la provincia concentrados en la categoría de 3 estrellas y con un único hotel de 5 estrellas dedicado a este segmento en toda la provincia.

El servicio de spa, al igual que el turismo rural, no tiene un peso significativo, a pesar de que es uno de los servicios que más solicitan los turistas. En toda la provincia hay 57 hoteles que se concentran en la categoría de 4 estrellas. Sin embargo, no existen hoteles que ofrezcan el servicio de spa en la categoría de 1 y 2 estrellas porque suponen un gasto elevado a la hora de montar las instalaciones.

El otro segmento importante para Málaga, aparte del ya consolidado turismo de sol y playa, es el turismo de golf que es un producto que tiene una alta capacidad de gasto y desestacionaliza y se ha desarrollado de una forma muy rápida en los últimos años. La oferta de este tipo de servicio se concentra en los hoteles de 3 y 4 estrellas con un total de 100 hoteles en estas categorías dedicadas a la práctica del golf. Sus principales clientes son británicos y escandinavos.

CAPÍTULO 5 DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO HOTELERO

5.1 ASPECTOS GENERALES SOBRE LA DIFERENCIACIÓN

En este epígrafe se va a tratar el tema de la diferenciación del producto hotelero que lo he dividido en dos partes.

-Por un lado, a modo de introducción para este apartado, voy a definir lo que es la diferenciación y la segmentación y después me centraré en la diferenciación del producto hotelero. Así mismo, hemos redactado un apartado destinado al tema de las marcas como diferenciación del producto y por último me ha parecido interesante mencionar los objetivos y retos que debe afrontar el sector hotelero en Málaga.

- Por otro lado, hemos realizado una clasificación de los hoteles de toda la provincia de Málaga con la ayuda del buscador de Trivago, Top rural y Hoteles con encanto para ver la diferenciación de cada uno. En cada clasificación explico uno de los hoteles que, en mi opinión, considero más interesante y que más me ha llamado la atención por las opiniones de los visitantes y porque es el que más se adapta a cada clasificación.

5.1.1 Diferenciación y Segmentación

En este apartado voy a explicar lo que es la diferenciación y la segmentación, ya que son dos conceptos distintos y que tienden a confundirse.

Según Grant (1995) la diferenciación es una estrategia que engloba todas aquellas actuaciones empresariales tendentes a distinguir el producto de la competencia con el propósito de alcanzar rendimientos superiores.

Según el artículo Market Segmentation and Product Differentiation (2013) la segmentación del mercado es una fuente de ventaja competitiva. Las empresas agrupan a los clientes potenciales según sus necesidades, las características de los productos o la rentabilidad del propio cliente. Es necesario que esta estrategia posibilite el logro de una ventaja competitiva, sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia.

La segmentación, por tanto, permite a las empresas agrupar a los distintos clientes que tienen unas características comunes en un mismo grupo y de esta manera definen una estrategia de marketing haciendo que los clientes perciban el producto como único.

Una empresa puede disponer de más de un segmento de mercado de un producto y cada segmento forma parte de la estrategia de marketing de cada establecimiento.

No podemos confundir la segmentación con la diferenciación. La diferenciación es la estrategia de resaltar las características de un producto con la finalidad de distinguirlo de la competencia. Un producto se puede distinguir de muchas maneras, como por ejemplo, mediante la innovación, el marketing y la distribución.

Según Kotler y Lane (2006) existen distintos tipos de estrategias de diferenciación:

1. Producto: la marca se diferencia por las características que tiene el producto como la forma, el estilo, el diseño, la duración, los resultados.
2. Personal: una empresa puede diferenciarse de la competencia si su capacidad es superior a la de la competencia. Se le ofrece al cliente un asesor en lugar de un vendedor. Este asesor le ayudará a elegir al cliente la mejor opción de acuerdo a sus necesidades.
3. Imagen: los clientes reaccionan ante los productos que les proporcionan cierto estatus.
4. Canal: las empresas pueden distinguirse por sus canales de distribución, porque es uno de los medios que facilitan al cliente adquirir el producto.

El objetivo de la estrategia de diferenciación es hacer que un producto sea más atractivo para un segmento concreto del mercado. La empresa comunica estas diferencias a través de la publicidad.

Según Porter (1982) para que una estrategia sea calificada como de diferenciación tiene que cumplir los siguientes requisitos:

- Importante: la diferencia tiene que ser percibida y valorada por un gran número de clientes para que valga la pena destacarse por ello.
- Distinta: ninguna de las competencias ofrecen características similares. Una de las características imprescindibles es la originalidad, que es en dónde radica el éxito de la estrategia.
- Inimitable: un diseño que sea innovador es difícil de copiar mientras que una estrategia de servicio es la más fácil. Cuando un establecimiento tiene éxito, la competencia la copia, por eso esta es una de las características más importantes.

- **Asequible:** El precio tiene que ser factible para el cliente. Hay que analizar los costes ya que si es un producto muy innovador pero con un precio muy alto tenemos que ser consciente de que no se va a vender.
- **Rentable:** la inversión que realicemos tiene que ser proporcional a la ganancia que obtengamos.

5.1.2. La diferenciación del producto hotelero

Continuando con la diferenciación vamos a centrarnos en el producto hotelero. Según el Plan de Turismo Español, horizonte (2020) y el Plan de Turismo Español 0812, en los últimos años las empresas han tenido que adaptarse a los cambios constantes que ha experimentado el sector hotelero. Las empresas hoteleras luchan por innovar y desarrollar nuevas estrategias para poder hacer frente a la competencia que es cada vez más numerosa e intensa.

Los hoteles desarrollan esas estrategias a través de técnicas de marketing como pueden ser campañas de fidelización de clientes, mejorar los servicios apoyándose en la calidad, tratamiento de quejas y sugerencias, la mejora de las bases de datos, etc.

Sin embargo por lo que más se ha caracterizado a las empresas hoteleras en lo que a la diferenciación del producto se refiere es por buscar y crear una ventaja competitiva que sea sólida con el objetivo de poder llevar a cabo estrategias que sean sostenibles frente a sus competidores. No podemos elegir una estrategia de diferenciación basada en los precios porque cada vez es más difícil de conseguir en el sector hotelero. Por ello vamos a señalar otros atributos de diferenciación de un hotel.

Los negocios hoteleros tienen la posibilidad de diferenciarse en cinco atributos fundamentales, según González y Talón (2003):

1. **Características físicas:** podemos diferenciar el hotel por el ambiente, la música, la decoración o la accesibilidad.
2. **Servicios:** el hotel puede ofrecer servicios de mejor calidad o mayores que otros hoteles de la competencia.
3. **Por otra parte debe contar con un personal competente,** con habilidades y conocimientos superiores lo que aportaría una fuerte ventaja competitiva a la empresa. Aún cuando las ofertas del mercado parecen iguales, los consumidores pueden percibirlos como diferentes con base en las imágenes que tienen de las mismas.
4. **La ubicación:** este atributo puede darnos una amplia ventaja competitiva si ubicamos nuestro hotel cerca de algún lugar estratégico.

5.1.3. Marcas como diferenciación del producto

En este apartado voy a tratar el tema de las marcas, ya que es uno de los elementos de diferenciación más importantes.

Según María Gosende (2013) todas las características de un producto pueden considerarse elementos de diferenciación (servicios básicos, servicios adicionales, el precio, la forma de distribución y comunicación y la marca).

“La diferenciación puede tomar la forma de una imagen de marca”. La marca y su imagen constituyen una de las características determinantes a la hora de adquirir productos de consumo, y además son una forma de añadir rasgos diferenciales a la oferta.

La compañía AMA de transportes y turismo (2013) establece una definición de marca que es la siguiente, la marca es “un nombre, término, símbolo o diseño o una combinación de ellos, que trata de identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los competidores”.

Para las empresas es fundamental que los consumidores identifiquen su producto, para ello crean la marca que es la característica que permite esa identificación.

El nombre que se utilice como marca debe ser una palabra fácilmente reconocible y que se pueda leer y pronunciar bien. Por otro lado, la marca tiene que estar registrada, así se garantiza la exclusividad de su uso evitando que las empresas competidores se aprovechen de su prestigio y la utilicen.

En conclusión, la marca no es sólo el atributo que permite la identificación de nuestra empresa. Actualmente muchos consumidores utilizan la marca como un distintivo de calidad otorgándole una reputación específica.

5.1.4. Objetivos y retos que debe afrontar el sector

Aprovechando la actual crisis habría que realizar importantes cambios en el sector hotelero ya no sólo de Málaga sino a nivel nacional. Para ello he analizado el documento de Marketing and Distribution Services by Idiso (2012) y he extraído los siguientes objetivos para Málaga:

1. La posición competitiva de Málaga en el sector turístico-hotelero.
Para ello se debería destacar y promocionar las cualidades de Málaga a nivel nacional e internacionalmente.
2. Málaga como destino turístico hotelero.
Tenemos que conseguir que Málaga sea percibida como un destino turístico con un valor y un clima único, que ofrece un servicio de calidad y tiene servicios especializados y bien diferenciados, destacando la

cultura, la gastronomía y abarcar otro sector que no sea el tradicional de sol y playa.

3. Oferta y producto hotelero.

Segmentar y diferenciar el producto turístico de Málaga y atraer a un tipo de cliente que tenga una mayor capacidad de gasto. Por ejemplo el mercado ruso, el mercado chino... Desarrollar el producto hotelero potenciando otro tipo de sectores como el turismo rural, el turismo cultural o el turismo activo.

4. Demanda.

Especializar el producto hotelero de Málaga con el objetivo de conseguir orientarnos a un tipo de clientes que estén dispuestos a generar mayor riqueza y rentabilidad, como por ejemplo el sector del golf. Si conseguimos esto podemos reducir la estacionalidad de nuestra demanda.

5.2. CLASIFICACIONES PROPUESTAS EN FUNCIÓN DE LA BASE DE DATOS

Como he comentado al inicio del capítulo voy a realizar una clasificación de hoteles con la base de datos que tengo de toda la provincia de Málaga para identificar las pautas de diferenciación ofrecidas por los hoteles románticos, hoteles de lujo y muchos más que encontraremos en este epígrafe. Para ello, he escogido una serie de hoteles en función de la información que me proporcionaba Trivago y la página web de Hoteles con encanto para poder realizar las clasificaciones. Una vez hechas las clasificaciones he seleccionado y desarrollado un hotel como ejemplo según mi criterio.

A continuación se desarrollan las clasificaciones:

5.2.1. Hoteles románticos

La página de Hoteles con encanto define a los hoteles románticos como aquellos alojamientos de ambientes acogedores que se encuentran ubicados en sitios estratégicos y generalmente en edificaciones de gran contenido histórico.

Del conjunto de hoteles he seleccionado cinco considerados como hoteles románticos:

1. Hotel Villa Guadalupe
2. Barceló Málaga
3. Hotel Molina Lario

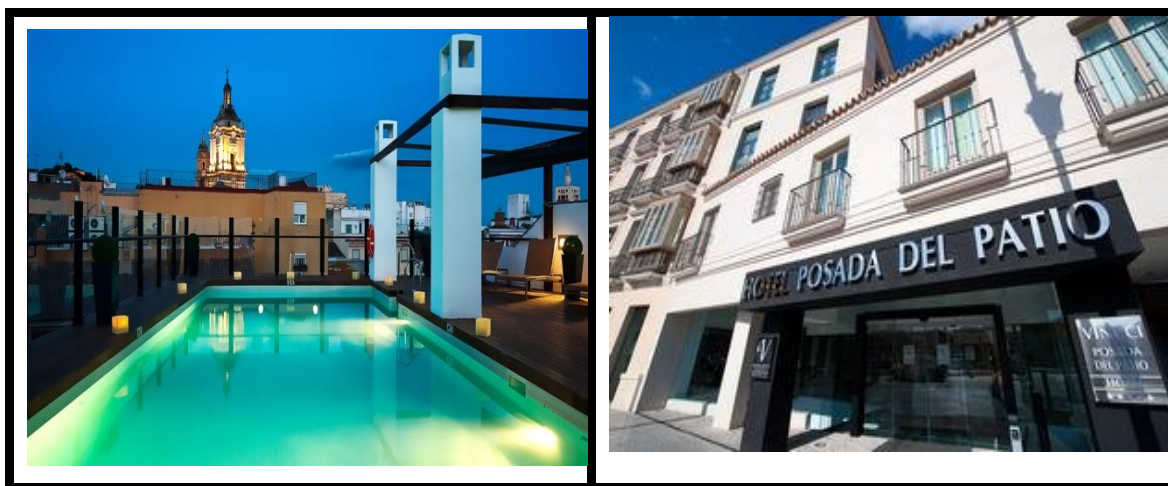
4. Vincci Selección Posada del Patio
5. Monte Málaga Hotel

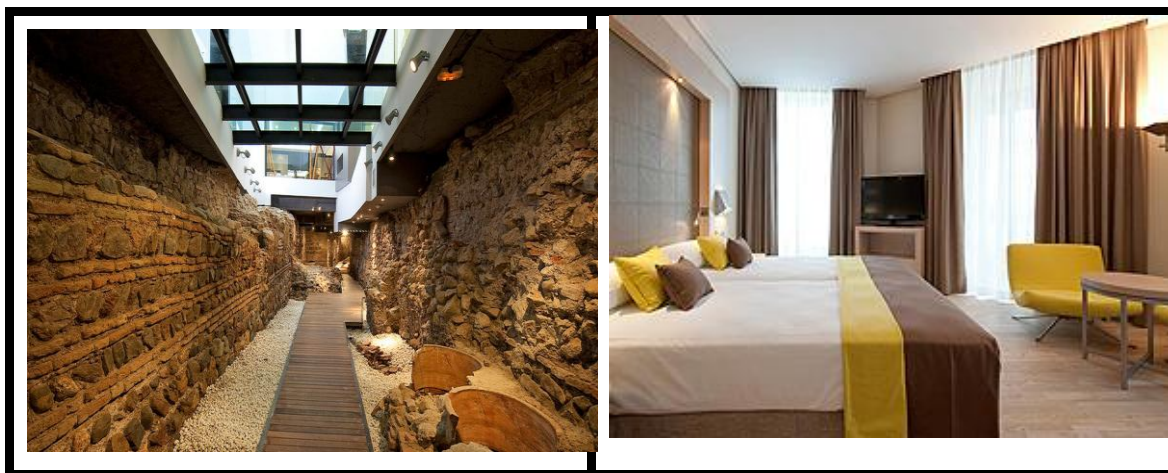
Entre ellos destaco el hotel Vincci Selección Posada del Patio, porque es el hotel que me parece más completo y que mejor se adapta a esta clasificación por las distintas opiniones de los pasajeros que aparecen en Trivago.

Según “Hoteles con encanto” el resto de hoteles están considerados hoteles románticos por su buena ubicación y porque son perfectos para disfrutar de un fin de semana con tu pareja, sin embargo, en este caso he seleccionado el Vincci porque las opiniones de los pasajeros son mejores que en los demás hoteles y se adapta mejor a la clasificación.

Se trata de un hotel ubicado en el pasillo de Santa Isabel a cinco minutos del centro de Málaga. Es el único hotel de 5 estrellas de la capital y en su interior se puede contemplar los restos de la muralla árabe de Málaga. Es perfecto para disfrutar de un fin de semana en pareja y poder disfrutar del hotel y sus vistas.

Este hotel cuenta con 106 habitaciones divididas en suites, junior suites, doble superior, doble estándar e individuales. Ofrece una de las piscinas con las mejores vistas de la ciudad (Vincci, 2014).





Fotos 5, 6, 7 y 8. Hotel Vincci Selección Posada del Patio. Málaga capital . Imagen tomada del sitio: www.vinccihoteles.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.2 . Hoteles económicos

Cuando hablamos de hoteles económicos nos referimos a hoteles modernos y funcionales pero sin grandes lujos según apunta Hosteltur en uno de sus artículos.

El concepto de Low Cost se extendió de los vuelos a los hoteles. Los establecimientos económicos ó low cost no son establecimientos viejos con malos servicios sino que ofrecen buenos servicios pero con unos precios más baratos rondando los 80€.

Es un nuevo concepto de hotelería que se está instalando en España en cadenas como Formule 1, Travelodge, Ibis y Room Mate entre otras, aunque ésta última compite también en diseño y no sólo en precio.

En este caso, los hoteles seleccionados como hoteles económicos son los siguientes:

1. Ibis Budget Málaga centro
2. Hotel Solymar
3. Hotel Cortijo de la Reina
4. Hotel Room Mate
5. Hotel Zenit Málaga

He elegido estos hoteles porque son los que ofrecen unos precios más baratos según el buscador de Trivago, además he incluido dos de las cadenas low cost que se encuentran en Málaga como son Ibis y Room Mate.

Destaco el hotel Ibis Budget Málaga Centro porque Ibis es una de las cadenas Low Cost más conocidas y cuenta con dos hoteles Ibis en Málaga. Ibis Budget Málaga Centro dispone de habitaciones modernas y de diseño y puedes encontrar alojamiento desde 41€. Se encuentra a cinco minutos de todos los puntos de interés turísticos de Málaga.

Dispone de 125 habitaciones, 3 de ellas adaptadas para personas con movilidad reducida. Encontramos dos tipos de habitaciones: habitaciones dobles y habitaciones con cama de matrimonio o cama individual.

Todos los viajeros coinciden en que es un hotel con una buena relación calidad-precio (Ibis, 2014).



Fotos 9 y 10. Hotel Ibis Budget Málaga Centro. Málaga capital . Imagen tomada del sitio: www.ibis.com/Málaga (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.3 . Hoteles de lujo

En esta categoría incluimos aquellos hoteles de Málaga que se consideran “lujosos” ya sea porque tienen una categoría de 5 estrellas o porque se han alojado en ellos personajes famosos. Disponen de todo tipo de instalaciones y se distinguen por su exclusividad y la privacidad que ofrecen. Estos hoteles ponen especial atención en aumentar el valor de la experiencia de los turistas.

Según el artículo de “España no figura entre las preferencias de los turistas de lujo” de Hosteltur (2013), se analiza que los turistas de alto standing prefieren otro tipo de destinos como Francia o Las Maldivas para pasar unas vacaciones lujosas. España debe ser capaz de captar este segmento de clientes que pueden llegar ser muy interesantes. Un tercio de los turistas rusos estarían dispuestos a gastar más de 2400€ por pasar un fin de semana en algún hotel de lujo.

Según los resultados de la encuesta Small Luxury Hotels of the world (2013) revela que la mayoría de los encuestados ha aumentado el consumo de productos de lujo en el sector de los viajes, por esta razón creo que la provincia de Málaga debería aumentar su oferta en hoteles de lujo, ya que sólo cuenta con 20 hoteles de este tipo en toda la provincia. Sin embargo si comparamos Málaga con el resto de Andalucía vemos que es la provincia que dispone de más hoteles de lujo de toda la comunidad.

La selección de hoteles que he seleccionado es la siguiente:

1. Vincci Selección Aleysa (Benalmádena)
2. Hotel Imperator Guadalpín Marbella & Spa (Estepona)
3. Hotel Elba Estepona & Thalasso Spa (Estepona)
4. Villa Padierna (Marbella) y Villa Padierna Thermas de Carratraca.
5. Finca Cortesín (Casares, entre Sotogrande y Marbella).

Los hoteles seleccionados son los de la cadena Villa Padierna situado uno de ellos en Benahavís (Marbella) y el otro en Carratraca.

He seleccionado estos hoteles y no el resto porque son conocidos internacionalmente por el buen servicio que ofrece al cliente y la exclusividad. Villa Padierna es líder en su grupo empresarial dentro de la Costa del Sol y cuenta con dos hoteles de calidad situados en la provincia de Málaga.

El Villa Padierna Palace Hotel está considerado el mejor hotel de España y es el único hotel de Andalucía que cuenta con seis estrellas otorgadas por Seven Stars and Stripes. Además la entidad Expedia lo considera el número 28 en su ranking de mejores hoteles del mundo. Como dato curioso podemos destacar que en este hotel estuvo alojada Michelle Obama en el año 2010.

Este hotel está decorado con una colección de 3000 piezas de arte de la época romana desde la antigüedad hasta el siglo XIX. Su decoración simula una villa toscana de este mismo siglo.

Por otro lado el hotel Villa Padierna Thermas de Carratraca está considerado como el mejor balneario de España por los World Travel Awards. Se encuentra ubicado en Carratraca sobre unas termas romanas cuyas aguas tienen propiedades curativas (Villa Padierna, 2014).



Fotos 11, 12, 13 y 14. Hotel Villa Padierna Palace Hotel. Benahavís (Marbella). Imagen tomada del sitio: www.villapadiernapalacehotel.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.4. Hoteles familiares

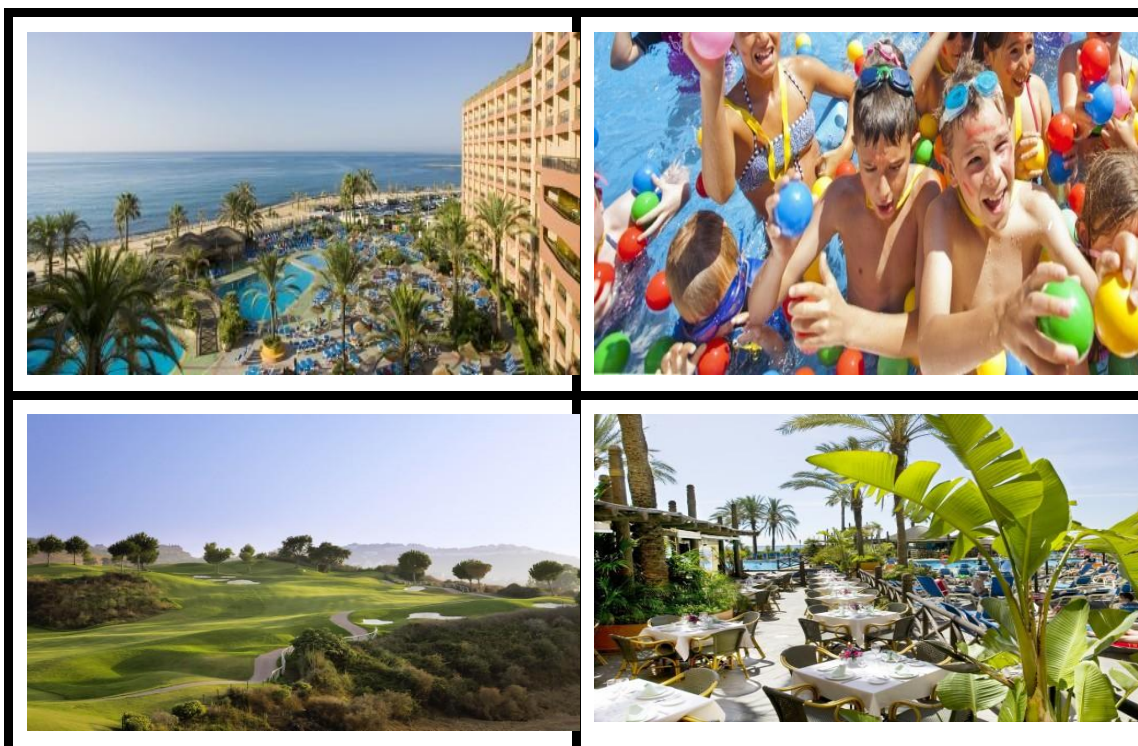
Cuando hablamos de hoteles familiares normalmente nos referimos a hoteles pequeños que están gestionados por familias, esta es la definición que ofrece Wikipedia (2013). Pero en esta clasificación no nos referimos a las personas que dirigen y gestionan el hotel sino al público al que va dirigido. En este caso los hoteles familiares están adaptados para que pueda ir todo tipo de público, familias con niños y personas de la tercera edad. En ellos se ofrecen servicios complementarios como guarderías, animación, etc.

Los hoteles seleccionados son los 5 primeros hoteles que nos ofrece Trivago cuando realizamos una búsqueda de hoteles para familias. Según Trivago, Málaga dispone de unos 57 hoteles que son ideales para familias pero obviamente no podemos mencionarlos todos.

1. Las Arenas Hotel (Benalmádena)
2. BQ Andalucía Beach (Vélez-Málaga)

3. Sunset Beach Club (Benalmádena)
4. Hotel Sol Don Pablo (Torremolinos)
5. Cortijo La Reina

El Hotel que he elegido en esta categoría es el hotel Sunset Beach Club en Benalmádena que se encuentra en Benalmádena Costa y está a 20 minutos del aeropuerto de Málaga. He seleccionado este hotel porque tiene unas instalaciones muy completas y actividades para todas las edades durante todo el año a diferencia de los demás hoteles que tienen una mayor estacionalidad. Además este hotel dispone de centro médico, equipo de animación, sala de juegos, departamento de grupos, mostrador de golf y ocio, centro fitness, peluquería, salón de belleza y hasta supermercado haciendo la estancia lo más cómoda posible (Sunset Beach Club, 2014).



Fotos 15, 16, 17 y 18. Hotel Sunset Beach Club. Benalmádena Costa. Imagen tomada del sitio: www.sunsetbeachclub.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.5. Hoteles de negocio

Este tipo de hoteles están ubicados en el centro histórico de la ciudad para los desplazamientos de negocios (Wikipedia, 2013).

Según el secretario general de la Organización Mundial del Turismo, el 22% de los desplazamientos mundiales están motivados por los negocios. Es un segmento que viaja desde todas partes del mundo por razones profesionales y es interesante ya que ayuda a la desestacionalización, en nuestro caso de Málaga. Una de las cadenas especializadas en el sector de negocios es la cadena Accor que dispone de 10400 salas de reuniones repartidas en 90 países.

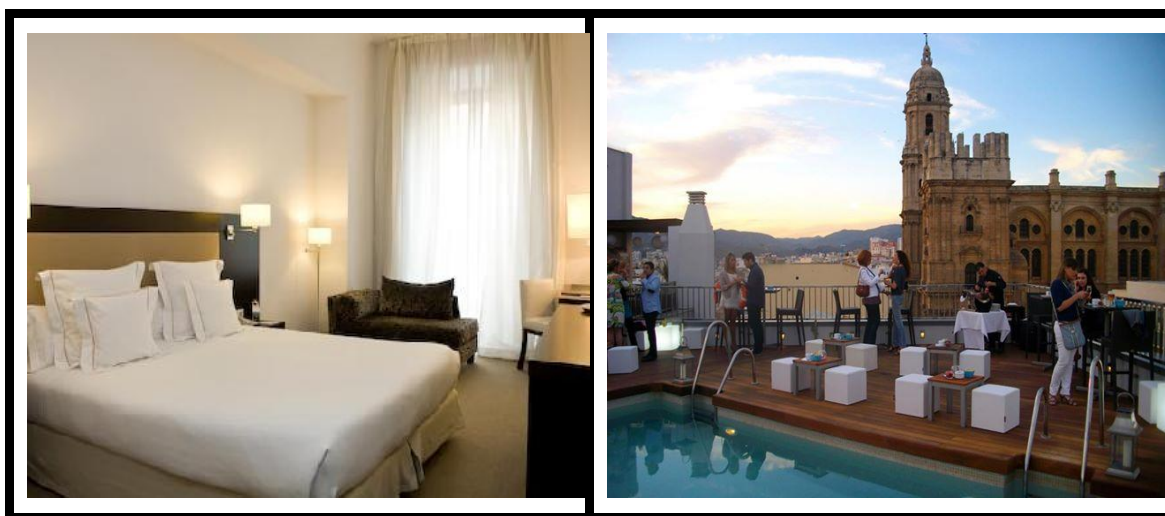
Los hoteles seleccionados en esta clasificación son los siguientes:

1. Barceló Málaga
2. Hotel Molina Lario
3. Vincci Selección Posada del patio
4. NH Málaga
5. Suite Novotel Málaga centro

Todos los hoteles seleccionados corresponden a Málaga capital porque es el centro de los negocios de la Costa del Sol. Todos estos hoteles están especializados en el nicho de mercado de los negocios.

El hotel elegido en esta clasificación es el hotel Molina Lario, se encuentra ubicado en el casco antiguo de la ciudad enfrente de la catedral. He elegido el hotel Molina Lario porque tiene muy buenas críticas en todas las páginas web y está pensado para disfrutar del centro de Málaga (gastronomía, tiendas, monumentos...) sin tener que hacer un gran esfuerzo para desplazarse ya que su ubicación es ideal y está enfocado mayormente a los viajes de negocios para los empresarios (Molina Lario, 2014).





Fotos 19, 20, 21 y 22. Hotel Molina Lario. Málaga capital. Imagen tomada del sitio: www.hotelmolinalario.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.6. Hoteles de playa

Los hoteles de playa son aquellos que se encuentran cerca de las playas, como ya comente anteriormente al principio de este capítulo que se encontraba recogido en el Decreto 47/2004 de establecimientos hoteleros.

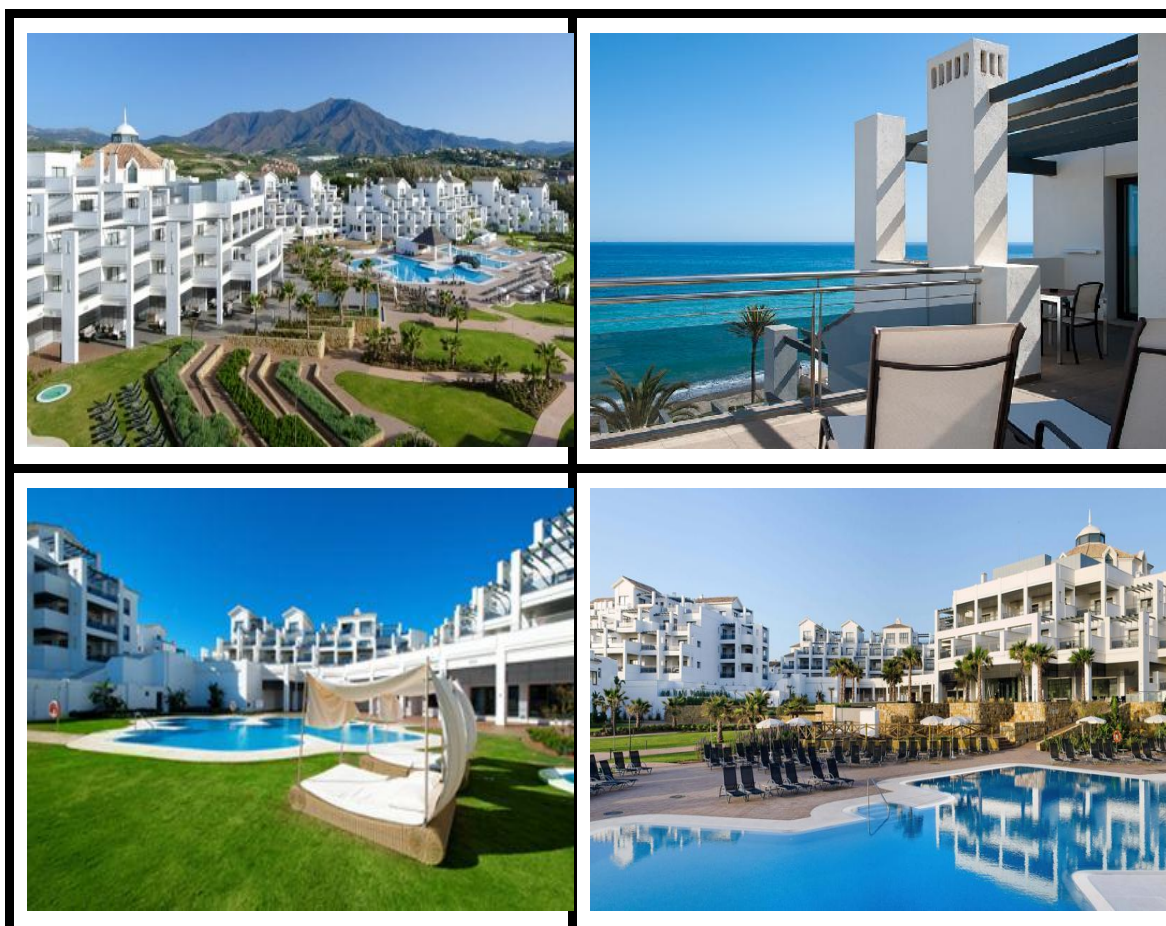
El turismo de sol y playa sigue generando empleo según las recientes noticias de Hosteltur (2013). En el año 2012 Andalucía aumentó en un 4,3% interanual los trabajadores afiliados en este sector. Hace unos años el presidente del patronato de turismo de Málaga, Juan Fraile, comentó a Hosteltur que el turismo de sol y playa seguiría siendo el motor de la industria en la Costa del Sol. Es consciente de que el visitante busca otras alternativas pero según él, esto no nos perjudica porque la Costa del Sol tiene una amplia gama de servicios complementarios que ofrecer y se va adaptando a los cambios. Por tanto el turismo de sol y playa no es un turismo estancado, sino un turismo estabilizado. No podemos olvidar que los principales países emisores vienen motivados por el buen clima y las buenas condiciones climáticas que ofrece la Costa del Sol (Hosteltur, 2013).

Los hoteles que he seleccionado en este caso son los siguientes:

1. Sol Don Pablo (Torremolinos)
2. Fuerte Estepona (Estepona)
3. Hotel Tryp Guadalmar
4. Gran Meliá Don Pepe (Marbella)
5. Iberostar Málaga Playa (Torrox Costa)

En esta selección he escogido algunos hoteles que se encuentran en primera línea de playa y son los que tienen mejores comentarios por parte de los clientes. Todos estos hoteles se corresponden a la categoría de 4 estrellas.

De todos ellos, el hotel seleccionado es el Hotel Fuerte Estepona, que se encuentra a 15 minutos de Puerto Banus y Sotogrande. Tiene una muy buena ubicación para los turistas que les guste el golf ya que dispone de 7 campos de golf a menos de 7 kms. Este hotel ofrece todo tipo de servicios complementarios, como campo de tenis, spa, wifi en todo el hotel, bañera de hidromasaje y todo tipo de instalaciones acondicionadas para que el turista se sienta como en casa. He elegido este hotel porque a pesar de ser un hotel de playa tiene una buena base para poder desplazarse a otros lugares de interés como por ejemplo Gibraltar, Tanger, Jerez, Sevilla, Ronda y Málaga (Fuerte Hoteles, 2014).



Fotos 23, 24, 25 y 26. Hotel Fuerte Estepona. Estepona. Imagen tomada del sitio: www.fuertehoteles.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.7. Hoteles rurales

Los hoteles rurales son aquellos alojamientos que se distinguen por sus elementos diferenciadores de las áreas rurales como el tipo de construcción, la decoración en las habitaciones, etc. Al principio del capítulo doy una definición más concreta y más formal recogida en el Decreto 47/2004.

Como dato curioso, y a modo de introducir este apartado, voy a definir el perfil del turista rural, ya que creo que es de interés para ver qué tipo de cliente demanda estos establecimientos.

Según toprrural suele tener entre 25-45 años. Éste es un turista que vive en las grandes ciudades y busca la tranquilidad de los espacios rurales y el contacto con la naturaleza. Viaja unas 3 veces al año y su estancia media es de 2 o 3 días.

A continuación, se mencionan los hoteles seleccionados:

1. Shanti Som (Sierra de las Nieves)
2. Hotel rural Carlos Astorga (Archidona)
3. Posada Romántica “Los Cántaros” (Cártama)
4. Hotel Cortijo Amaya (Vélez-Málaga)
5. Hotel Cortijo del Molino de Santillán (El Rincón de la Victoria)

La selección de hoteles para esta modalidad ha sido a través de las páginas web de Trivago y toprrural. Al igual que en las demás clasificaciones he tenido en cuenta las opiniones de los turistas para decantarme por esta selección de hoteles.

En esta clasificación he elegido el hotel Shanti Som que es un hotel rural pero distinto de lo que normalmente conocemos. Siempre que hablamos de hotel rural pensamos en un hotel con modestas instalaciones en “mitad del campo”. Sin embargo, Shanti Som es una forma distinta de ver los hoteles rurales. Está inspirado en las antiguas tradiciones de Oriente. Es un retiro para desconectar y contrarrestar el estrés y recargar la energía. Ofrecen terapia de spa, clases de yoga y meditación. Este hotel se encuentra ubicado entre las Montañas de la Sierra de las Nieves a diez minutos de Marbella.

Por otra parte me ha parecido interesante analizar este hotel porque su fundadora destina una parte de sus ingresos a ayudar a los menos afortunados. Han creado una fundación sin ánimo de lucro destinada a niños, ancianos, enfermos de cáncer para poder disfrutar de una experiencia Shanti som mediante la recaudación de fondos (Shanti Som, 2014).



Fotos 27, 28, 29 y 30. Hotel Shanti Som. Sierra de las Nieves (Marbella) . Imagen tomada del sitio: www.shantisom.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.8. Hoteles de diseño

Con hoteles de diseño nos referimos a aquellos alojamientos que ofrecen innovación y están ligados a la propuesta de nuevos valores sociales.

El diseño se ha convertido en estos últimos años en un elemento diferenciador importante tanto para las grandes cadenas como Vincci o Silken y para pequeños hoteles independientes. Este tipo de hoteles es un nuevo concepto que ha surgido desde hace poco y que sólo los clientes más exigentes saben apreciar, por eso tienen una clientela muy concentrada pero que está dispuesta a pagar más por alojarse en este tipo de hoteles. (Hosteltur 2013).

Estos hoteles tienen una demanda “design victims”. Estos clientes son personas que se mueven y se desplazan buscando y captando diseño para decorar su casa, la mayoría buscan experiencias y normalmente su poder adquisitivo es alto (Experimenta 2012).

1. Hotel Enfrente Arte (Ronda)

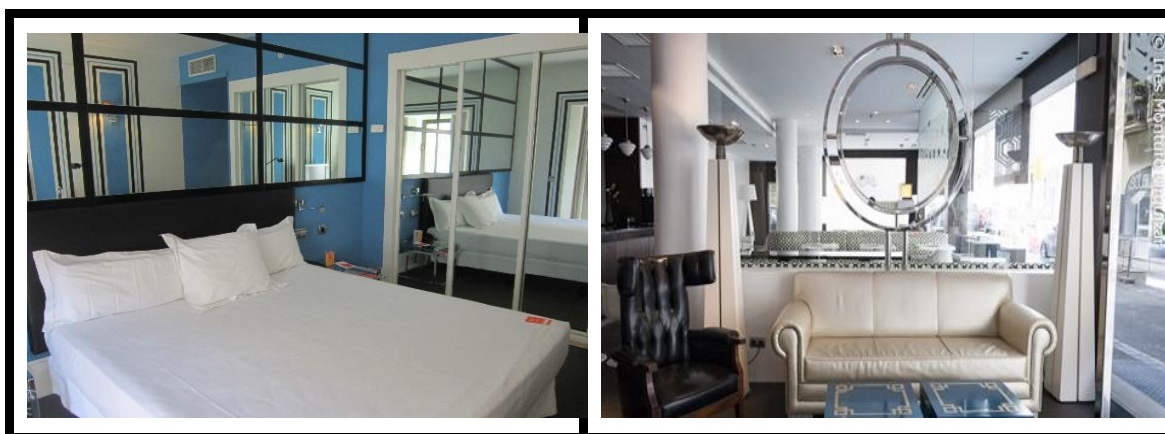
2. Vincci Selección Posada del Patio
3. Room Mate Lola y Room Mate Iarios
4. Castillo de Santa Catalina
5. La Francesa Suites

En esta clasificación he seleccionado varios hoteles entre ellos el Hotel Enfrente Arte ubicado en Ronda que es un hotel bohemio y diferente. Este hotel entra dentro de esta clasificación porque tiene una divertida decoración. Posee muebles que se han construido reciclando objetos antiguos. Las mesas son tablas de surf recicladas y los asientos son piezas de coche. Otros hoteles que he seleccionado han sido el Vincci Selección Posada del Patio que lo he incluido porque la cadena Vincci es una de las cadenas que apuesta por el diseño en sus instalaciones. Los demás hoteles han sido seleccionados porque tienen buenas opiniones por parte de los visitantes y aparecen en la página de Trivago cuando realizamos la búsqueda con el filtro de hoteles de diseño.

Sin embargo, a pesar de haber explicado un poco el hotel Enfrente Arte de Ronda he seleccionado para esta clasificación el hotel Room Mate Lola.

La filosofía en este hotel es que hay turistas que normalmente no paran en el hotel por eso se creó Room Mate ya que ofrece una buena cama, una buena ducha y un buen desayuno pero sin ningún tipo de servicios complementarios. No ofrecen servicios complementarios pero para compensar ese “déficit” ofrecen una decoración que no deja a nadie indiferente. La cadena Room Mate compite en precio pero sobre todo en diseño ya que es uno de sus elementos diferenciadores y continuamente están innovando con sus productos para colmar las expectativas de sus clientes (Room Mate, 2014).





Fotos 31, 32, 33 y 34. Hotel Room Mate Lola. Málaga capital. Imagen tomada del sitio: www.lola.room-matehotels.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.9. Hoteles por horas

Dentro de esta clasificación que estoy haciendo me ha parecido interesante comentar los hoteles por horas.

Este tipo de hoteles son un nuevo concepto que ha surgido en la actualidad ya que hay hombres de negocios por ejemplo que no pasan todo un día en el hotel pero pagan por él como si se alojaran las 24 horas. Por eso cada vez hay más hoteles que participan en esta iniciativa que ha sido llevada a cabo por la empresa Byhours.com. A través de esta página web reservas tu hotel indicando el número de horas que vas a estar en el hotel y solo pagas por las horas que lo disfrutas.

El perfil para este tipo de hoteles es cualquier tipo de persona que quiera pagar solo por las horas que vaya a disfrutar el hotel.

He seleccionado los siguientes hoteles en función de la página web ByHours.com:

1. Aparthotel Vista de Rey (Benalmádena)
2. GCE Hoteles (Málaga)
3. Atarazanas Málaga boutique hotel (Málaga)
4. Hotel Mainake (Torre del Mar)
5. Hotel Posada de España (Campanillas)

El hotel seleccionado en este caso ha sido el hotel Mainake en Torre del Mar, ya que es el hotel recomendado de entre todos los que he seleccionado por la página web byhours.com.

Es un pequeño hotel que se encuentra a tan sólo 100 metros de la playa. Además está cerca de las cuevas de Nerja y del pueblo de Frigiliana así como de Granada por si quieren disfrutar de sus famosas tapas. (Hotel Mainake, 2014).



Fotos 35, 36, 37 y 38. Hotel Mainake. Torre del mar. Imagen tomada del sitio: www.hotelmmainake.com (Fecha de actualización: 16 de Junio de 2014).

5.2.10. Hoteles diferentes

En este apartado he elegido aquellos hoteles que no entran dentro de ninguna clasificación pero que tienen elementos diferenciadores “curiosos”. A continuación se presenta una lista con 6 hoteles seleccionados en toda la provincia de Málaga que son como se indica en la base de datos hoteles “diferentes”:

1. **Barceló Málaga:** posee un tobogán de 6 metros llamado EDHA (Estructura deslizante para humanos atrevidos) entre la primera planta y

la recepción. Este hotel fue creado por el diseñador de interiores Jordi Torres y fue una idea que surgió para equilibrar el desnivel que había entre la primera planta y la recepción. Otra cosa curiosa de este hotel es que posee una máquina expendedora de pijamas en la recepción sin necesidad de que los viajeros carguen con el pijama en el equipaje o porque simplemente se les olvide.



Foto 39. Hotel Barceló. Málaga. Tobogán EDHA. Imagen tomada del sitio: www.barcelo.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

2. **Hotel Los Caracoles:** este hotel recuerda al interior del molusco (caracola) por la forma que tiene su estructura. Su interior parece una cueva; se trata de un hotel rural con categoría 3 estrellas, situado en la Axarquía con unas vistas panorámicas a Frigiliana y Nerja, pudiendo disfrutar tanto de la playa como de la montaña.

Se encuentra a 60 kms de Málaga capital, a 10 kms de Nerja, a 8 kms de Torrox y a 4 kms de Frigiliana. El hotel los caracoles tiene una capacidad de 5 bungalows con un dormitorio principal cada uno, baño, salón y porche. Y tiene 6 habitaciones dobles con baño y terraza.

Este hotel es perfecto para el relax y el descanso. En él se pueden realizar tanto actividades de mar como actividades de montaña. Según la página web del hotel es perfecto para realizar senderismo.



Foto 40. Hotel Los Caracoles. Frigiliana. Porche de una de las habitaciones. Imagen tomada del sitio: www.hotelloscaracoles.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

3. **Hotel Monte Málaga:** este hotel está considerado un hotel responsable y dispone de criterios bio-climáticos de soleamiento, aislamiento y ventilación además de técnicas limpias de producción de energía como paneles fotovoltaicos y térmicos para el abastecimiento eléctrico. El problema con este tipo de hoteles es que los viajeros todavía no perciben la sostenibilidad como si fuera un tipo de producto sino que la perciben como un atributo que les aporta valor. Este hotel es un ejemplo de sostenibilidad como factor de diferenciación que se va a desarrollar en el apartado siguiente.



Foto 41. Hotel Monte Málaga. Málaga. Instalaciones del edificio. Imagen tomada del sitio: www.hotelesmonte.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

4. **Hotel Barceló Estepona thalasso spa “Adults only”** (solo para adultos): este tipo de hoteles han encontrado su sitio en el mercado y fue el producto de moda en el año 2011. Este modelo de hotel se basa en la “prohibición de niños”, de este modo los adultos podrán disfrutar de la tranquilidad en la piscina o el restaurante sin los ruidos que causan los pequeños.

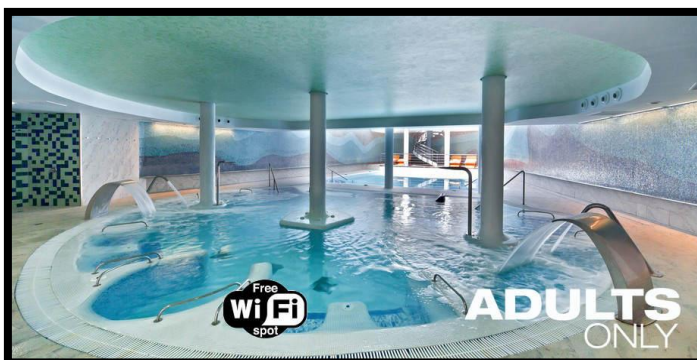


Foto 42. Hotel Barceló Estepona Thalasso spa. Estepona. Foto del interior del spa. Imagen tomada del sitio: www.barcelo.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014)

5. **Hotel Selwo Lodge**

El hotel Selwo Lodge se localiza en Estepona dentro del parque Selwo aventura.

Es un confortable hotel compuesto por bungalows que te traslada a los antiguos alojamientos de la reserva africana. Este hotel se divide en dos poblados, el poblado Watu y el poblado Masai.

El poblado Watu está compuesto por 13 cabañas con dormitorios dobles que cuentan con todo tipo de instalaciones (televisión, aire acondicionado, nevera, bañera de hidromasaje).

El poblado Masai está compuesto por 10 cabañas decoradas con motivos africanos. Dispone de las mismas instalaciones que le poblado Watu.

Este hotel ofrece el pack completo de entrada al parque más hotel desde 50€.



Foto 43. Hotel Selwo Lodge. Bungalows. Imagen tomada del sitio: www.selwo.es (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

6. Hotel Posadas de España (minusválidos)

La accesibilidad puede ser un servicio indispensable para el cliente y un elemento diferenciador y de competitividad según el experto Sergi Alern. En el siguiente apartado se expone de forma más desarrollada la accesibilidad como factor de diferenciación.

Para buscar cuáles son los hoteles de la provincia de Málaga que disponen de instalaciones para minusválidos no he utilizado el buscador de Trivago porque yo busco hoteles que estén especializados en este segmento del mercado y Trivago no me lo ofrece, por este motivo he utilizado la página web “ocio adaptado” que nos ofrece 21 hoteles adaptados para minusválidos.

La capital malagueña sólo dispone de un hotel que se especializa en este nicho de mercado y es el hotel Posadas de España, situado en el parque tecnológico de Andalucía.

Según su director, todos los hoteles posadas de España son iguales en servicios y diseño y disponen de aseos públicos adaptados y exclusivos para minusválidos en el hall de recepción. Además todos tienen la suficiente anchura en la puerta de entrada de las habitaciones y al baño para que se pueda acceder a ella con la silla de ruedas, las habitaciones tienen una mayor superficie y el baño con barras para los sanitarios.

Para certificar que estos hoteles están adaptados podemos poner de ejemplo el grupo de minusválidos que se alojó en uno de los hoteles Posada de España, que participaban en unas pruebas deportivas en el año 2002. Este hotel es un ejemplo de sostenibilidad como factor de diferenciación que se va a desarrollar en el apartado siguiente.



Foto 44. Hotel Posadas de España. Piscina del hotel. Imagen tomada del sitio: www.posadasdeespanamalaga.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

5.2.11. Nuevas pautas de diferenciación

Este apartado contiene las pautas de diferenciación que en la actualidad podrían funcionar como modelos de negocio:

-En primer lugar, he analizado la accesibilidad y la sostenibilidad de forma más amplia como elementos diferenciadores, ya que me parecen dos segmentos que pueden tener una gran aceptación por parte de los clientes si sabemos aprovecharlos.

-En segundo lugar, he analizado otras nuevas propuestas de diferenciación que pueden funcionar en Málaga, como son los hoteles para mascotas, el nicho “gay friendly” y los hoteles gastronómicos.

- La accesibilidad como factor de diferenciación

Se ha utilizado la guía del Hotel Accesible de Fernando Alonso López y Montse Dinares Quera (2006) para ver como la accesibilidad puede convertirse en un factor de diferenciación. Si analizamos de forma general el contexto, vemos que la población europea envejece, eso quiere decir que también lo está haciendo la demanda de viajes y la demanda turística. Este dato es muy importante a la hora de desarrollar nuevas estrategias de diferenciación con respecto a otros hoteles.

Por este motivo creo que sería interesante analizar este tipo de modelo de negocio que desarrollaremos de forma general a continuación.

Uno de los cambios del entorno socio-demográfico es que la población estaba envejeciendo. Es importante saber aprovechar las oportunidades que tenemos presentes y adaptarnos a los cambios, por ello tendremos que adaptarnos a las necesidades de la demanda. Adecuaremos las instalaciones y servicios para facilitar el acceso y calidad a un sector de demanda que está creciendo y que aumenta los niveles de renta. Nos referimos a la tercera edad y a las personas con discapacidad o diversidad funcional.

Actualmente la discapacidad es una realidad numerosa ya que en España la población con discapacidad es de 3,5 millones de personas y más de 50 millones en Europa al margen del proceso de envejecimiento. Según la comisión de las Comunidades Europeas el 14,5% de la Unión Europea en edad de trabajar sufre alguna discapacidad, un 20% de las personas entre 60 y 64 años padece una discapacidad grave y un 17,1% de ese mismo rango de edad una discapacidad moderada. Si nos centramos en España vemos que 4 de cada 10 personas entre 75 y 79 años presenta alguna discapacidad. Son grupos de población que van a sufrir una importante expansión en los próximos años.

Según los datos de la Unión Europea hay 100 millones de personas que estarían dispuestas a viajar y viajarían más si los establecimientos turísticos y los hoteles fueran más accesibles. De esta forma la accesibilidad adquiere cada vez mayor importancia como elemento de valor y como elemento diferenciador del hotel.

La accesibilidad es sinónimo de calidad y por ello debemos incorporarla al hotel para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

La normativa que existe actualmente es:

-Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de Minusválidos.

-La Ley 1/1999, de 31 de marzo, de Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía.

Si consideramos a las personas con discapacidad como un conjunto de consumidores vemos que pueden ofrecernos una ventaja competitiva, si adaptamos los bienes y servicios a cada tipo de discapacidad. Esto nos permitirá atraer a este tipo de clientela y a sus familiares. En conclusión puede ser un modelo de negocio que funcione en el futuro, ya que día a día vemos que los hoteles están modificando sus instalaciones para convertir sus hoteles más accesibles.

- La sostenibilidad como factor de diferenciación

Para hablar de sostenibilidad hemos analizado el documento de La Gestión sostenible y su comunicación en el sector hotelero de la ciudad de Málaga de Beatriz Navarrete Cobo (2011).

Desde hace unos años, el sector hotelero está experimentando una serie de cambios. Este sector se enfrenta a nuevos retos, uno de ellos es el cambio que hemos desarrollado en el apartado anterior, que sería una propuesta para adaptar los hoteles a los cambios que se producen en la sociedad, en ese caso que la población envejece.

Otro cambio es “el cambio climático”, que se encuentra dentro del entorno medioambiental. El turismo nacional está concienciado de este cambio pero la mayoría no están dispuestos a pagar un poco más por alojarse en un hotel que esté comprometido con el medio ambiente. Sin embargo los turistas de las regiones más desarrolladas están concienciados en la importancia que tiene el medio ambiente en la sociedad, por ello cada vez que viajan eligen preferiblemente hoteles que sean sostenibles y estén involucrados con el medio ambiente. Este es un nuevo reto que tienen las empresas hoteleras y que puede funcionar como modelo de negocio.

Actualmente para potenciar la conciencia ambiental se ha puesto en marcha un nuevo proyecto en España que es el “Plan de Turismo Español Horizonte 2020”. Este plan ha sido aprobado por el Consejo Español de Turismo y en la Conferencia Sectorial del Turismo que se celebró el 7 de Noviembre de 2007.

La palabra sostenibilidad implica un equilibrio entre los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales dentro de una empresa. Los principios de sostenibilidad para llevarla a cabo dentro de una empresa se basan en la reducción del uso de recursos y sustancias químicas, reducir el daño físico del planeta y satisfacer todas las necesidades humanas pero desde una perspectiva sostenible y responsable.

El 97% de los hoteles españoles saben y son conscientes de que el impacto medioambiental que generan tienen una importancia media o alta según el informe de la “Gestión Ambiental en la Empresa Española” (2001). Los hoteles son conscientes de que un comportamiento sostenible y responsable mejora su imagen y les da una ventaja competitiva frente a los competidores pero siguen considerando este cambio como un gasto y no como una inversión, y ésta es la actitud que tienen que cambiar.

Actualmente tenemos un plan vigente a nivel nacional en materia de turismo sostenible que es el “Plan de Turismo Español Horizonte 2020” citado anteriormente. Por otro lado tenemos los estándares de calidad de turismo, como pueden ser AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación), dentro de la certificación podemos destacar la norma ISO 14001 y EMAS sobre sistemas de gestión ambiental. Otros estándares que podemos destacar son las normas ISO 9001 y la marca “Q” de calidad.

Los hoteles de Málaga de 4 y 5 estrellas llevan a cabo algunas prácticas sostenibles como son el uso de bombillas de bajo consumo, el lavado razonable de toallas, ducharse en vez de bañarse, reciclar vidrio, plástico y papel. Otras acciones son el uso de bolígrafos biodegradables, ecomeetings (reuniones sostenibles) llevadas a cabo por NH. Otra acción es la de la cadena Accor con su programa “Earth Guest Day” defendiendo el desarrollo sostenible y la deforestación. Otras acciones son las llevadas a cabo por el hotel Santa Catalina y el hotel Room mate Lola que plantean un aumento del reciclaje y una reducción en el consumo.

En conclusión, la gestión hotelera sobre sostenibilidad se limita a la instalación de unos cuantos contenedores para reciclar a pesar de que todos los hoteles reconocen la importancia que tiene la sostenibilidad. Yo pienso que la sostenibilidad debe considerarse como una acción que se prolongue en el tiempo y se debe seguir trabajando de una forma más concreta incorporando otro tipo de acciones responsables con el medio ambiente.

- Hotel para mascotas

Según el artículo “Turismo con mascotas, clave para atraer a turistas nacionales” de Hosteltur (2013), los establecimientos que permiten a mascotas en sus instalaciones tienen más posibilidades de captar a turistas del propio país. Según un estudio hecho por el touroperador holidaycottages.co.uk de Reino Unido se revela que el 80% de los turistas de perros dice que su mascota viajaría con ellos si el alojamiento fuese “dog friendly”.

En España, según la fundación Affinity, el 26% de los hogares españoles tienen un perro o un gato y un 22% de los hoteles de España admite animales de compañía. Andalucía es la segunda comunidad autónoma que dispone de más hoteles que aceptan mascotas en sus instalaciones.

Concretamente en la provincia de Málaga disponemos de un total de 7 hoteles en los que se permiten alojar mascotas. Estos hoteles son el hotel Guadalmedina, Villa Padierna, Roc Lago Rojo, Humaina, La Posada del recovery, Caracas Playa y la Casona los Moriscos.

En Marbella encontramos un hotel que está destinado a otro segmento del mercado, en este caso, no para los turistas con mascotas sino para las propias mascotas. Es el único hotel de la provincia de Málaga que está especializado en ofrecer servicios exclusivamente a las mascotas. Este hotel llamado Royfonte fue creado en el año 1994 y era una escuela canina pero actualmente su fundador Jose Miguel Roy lo convirtió en un hotel capaz de ofrecer todo tipo de servicios, como por ejemplo: servicios de residencia-guardería, peluquería, cuidados diarios,

educación... Las tarifas van de 6-15€ al día según el tipo de mascota (ya sea perro o gato) y en función del tamaño y la edad del animal.



Foto 45. Perro con maleta. Vacaciones para mascotas. Imagen tomada del sitio: www.atlasrural.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

- Hoteles Gay Friendly

Málaga está considerado un destino gay friendly por naturaleza y según la información que nos ofrece la página web costasur, tiene un ambiente abierto que hace que los gays se sientan a gusto cuando pasean por sus calles. Según la encuesta anual de la comunidad Gay y Lesbiana realizada por Community Marketing (2012), el 98% de los homosexuales prefieren destinos con marca Gay friendly y Málaga es un destino elegido por este segmento desde hace mucho tiempo. Torremolinos está considerado el destino gay friendly por excelencia.

Es un colectivo que nos interesa ya que según el jefe de mercados del instituto de Turismo de España, Arturo Ortiz, los homosexuales gastan una media de 130€ diarios frente a los 80€ de un turista heterosexual.

Para este nicho de mercado los buscadores de “visitacostadelsol” y Trivago coinciden y nos ofrecen varios hoteles como el hotel Balcón de Cómpea de 3 estrellas, Meliá Marbella Banús y el Hotel Tamisa Golf, ambos de 4 estrellas.

- Hoteles gastronómicos

Según Hosteltur, en su artículo “El turismo gastronómico atrae 650.000 turistas cada año a Andalucía (2014) la gastronomía es cada vez más importante en la oferta turística de esta región. Sin embargo, los turistas no identifican este producto con la imagen de Andalucía, como sucede por ejemplo con el turismo de sol y playa o el golf. Éste es uno de los motivos por los que es imprescindible que se incorpore a las estrategias de promoción turística.

En el encuentro gastronómico que se celebró en Málaga “Málaga Food & Wine” Rafael Rodríguez resaltó la importancia de la gastronomía ya que 5 millones de turistas internacionales visitan España atraídos por este motivo.

Dada la importancia que puede suponer el turismo gastronómico, la Junta de Andalucía ya está llevando a cabo estrategias para atraer a este segmento de clientes mediante rutas gastronómicas para destacar que la gastronomía al igual que el sol y la playa es otro de los elementos que nos caracterizan.

Concretamente en Málaga se encuentra uno de los mejores cocineros de España, Daniel García que es un cocinero, restaurador y empresario español. Dani García se formó en la escuela de Hostelería de Málaga “La Cónsula”. Seguidamente entró como aprendiz en el restaurante de Martín Berasategui. Años más tarde inauguró su primer restaurante en Ronda con el nombre de “El Tragabuches”, con él consiguió una estrella Michelin. Gracias al éxito que tuvo este restaurante, abrió otro en el año 2005 llamado “Calima” con el que consiguió la segunda estrella Michelin (Wikipedia 2014).

Actualmente, como consecuencia del éxito empresarial que ha tenido ha creado una brasserie restaurante dentro del Hotel Puente Romano en Marbella actuando como una iniciativa para incentivar el turismo gastronómico y atraer turistas (El tenedor 2014).

Este hotel abierto desde el año 1979 es conocido por acoger en sus instalaciones los eventos deportivos y sociales más exclusivos e importantes. Conscientes de que la gastronomía es uno de los puntos fuertes de Andalucía, han apostado por crear el restaurante capitaneado por Daniel García y así incentivar el turismo gastronómico (Puente Romano, 2014) ya que como se comenta en la noticia de Hosteltur, al principio de este epígrafe, es un tipo de turismo que puede llegar a dejar una gran cantidad de dinero si somos capaces de aprovecharlo.



Foto 46 y 47. Hotel Puente Romano (Marbella) y Daniel García (cocinero). Imágenes tomadas de los sitios: www.puenteromano.com y www.thegourmetjournal.com (Fecha de actualización: 17 de Junio de 2014).

5.2.11. Conclusiones

A lo largo de este capítulo, hemos visto diferentes clasificaciones de hoteles para poder apreciar mejor la diferenciación.

Así, las clasificaciones más interesantes según lo que he analizado son los hoteles de lujo, ya que Málaga es la provincia con más hoteles de lujo de toda Andalucía y la capacidad de gasto de estos turistas ronda los 2000€. Tenemos que ser capaces de captar a este segmento del mercado mediante estrategias de promoción y situar a España y, en concreto, a Málaga en uno de los destinos posicionados en la mente del consumidor cuando piense en unas vacaciones lujosas.

Otro segmento interesante y que actualmente funciona muy bien en la provincia de Málaga es el turismo de negocios. Este tipo de clientes es interesante para Málaga porque ayudan a la desestacionalización. La mayoría de los empresarios eligen Málaga capital a la hora de buscar un hotel ya que es el centro de negocios de toda la provincia. Este es uno de los motivos por los cuáles Málaga capital se considera uno de los destinos urbanos que más crece de toda España.

También en el apartado de los hoteles diferentes se aprecia muy bien la diferenciación de una forma más clara, ya que tienen elementos o iniciativas que los hacen distintos al resto. Muchos turistas se sienten atraídos por este tipo de hoteles porque algunos clientes cuando viajan buscan experiencias en un hotel único y especial, y esta clasificación ofrece una lista con los hoteles más curiosos de toda la provincia.

Por otro lado y para finalizar este apartado de conclusiones no puedo olvidar mencionar la accesibilidad y la sostenibilidad:

- La accesibilidad tiene una gran importancia ya que es una ventaja competitiva para nuestra empresa y actualmente no existe ningún hotel en Málaga que esté 100% adaptado porque requiere una gran inversión. Sin embargo, tenemos que tener en cuenta que la población envejece y si enfocásemos un poco más nuestros hoteles a este tipo de clientela tendríamos unos ingresos más elevados porque los minusválidos son una clientela muy fiel. Otro aspecto a destacar es que si incorporamos este tipo de instalaciones aumentaríamos la calidad de nuestro hotel.
- La sostenibilidad es otro de los elementos de diferenciación que he tenido en cuenta porque en algunos países son conscientes del gran impacto medioambiental que suponen los hoteles y se están llevando a cabo iniciativas para frenar estos daños. La población extranjera son los únicos capaces de pagar un poco más para frenar “el cambio climático”, sin embargo, la población nacional a pesar de estar concienciados con el tema no pagarían más por alojarse en un hotel “eco friendly”.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

Málaga es un destino maduro porque el turismo se inició en el siglo XIX con la llegada de visitantes que venían atraídos por las propiedades curativas del agua. Con el paso del tiempo los turistas cambiaron sus hábitos y modas y volvían a Málaga por las buenas condiciones climáticas que ofrecía, gracias a esto se desarrolló lo que hoy conocemos como turismo de sol y playa. El hotel más importante en la capital malagueña fue, sin duda, el Hotel Príncipe de Asturias (Hotel Miramar) construido por Fernando Guerrero Stracham entre 1921 y 1926. Sin embargo, el primer hotel que innovó con la diferenciación fue el Hotel el Pinar construido en Málaga en 1957 que ofrecía transporte en coche de caballo para ir a la playa como servicio secundario.

Actualmente nos visita un perfil de turista mayoritariamente masculino con una edad media de 44 años y que dispone de un trabajo cualificado. Este es el tipo de turista que nos visita en temporada alta mientras que en temporada baja nos visitan los jubilados. Ya desde los inicios nuestro principal turista procede de Gran Bretaña, Alemania y Francia que se concentran en los municipios de Benalmádena, Torremolinos, Fuengirola y Marbella.

La realización de la base de datos ha sido posible gracias al buscador Trivago que ofrece muchos más filtros y hace que la búsqueda sea más fácil que en otros buscadores. Es perfecto para segmentar y diferenciar los hoteles.

Gracias a la base de datos podemos decir que la provincia de Málaga dispone de 401 establecimientos de los cuáles 20 se encuentran en la categoría de 1 estrellas, 88 de 2 estrellas, 143 de 3 estrellas, 130 de 4 estrellas y 20 de 5 estrellas.

También podemos afirmar que Málaga es un destino consolidado en el segmento de sol y playa, ya que la mayoría de sus hoteles están orientados a este producto y 304 hoteles se sitúan en el litoral malagueño. Así mismo, Málaga dispone de una oferta hotelera de calidad ya que la mayoría de sus hoteles se centran en la categoría de 3 y 4 estrellas.

El otro segmento importante para Málaga son los hoteles destinados al golf ya que Málaga concentra más del 50% de los campos de golf de Andalucía. Los servicios de golf comenzaron a utilizarse como un tipo de oferta complementaria de las áreas consolidadas para mejorar su oferta y seguir captando demanda, sin embargo, actualmente constituye un producto por sí solo dado el gran desarrollo que se ha producido desde los años 80.

Por otro lado, los hoteles rurales y los hoteles que ofrecen servicio de spa no tienen un gran peso dentro de la Costa del Sol siendo éstos segmentos menos desarrollados.

Con la base de datos hemos realizado varias clasificaciones como son los hoteles románticos, hoteles económicos, hoteles de lujo, hoteles familiares, hoteles de negocio, hoteles de playa, hoteles rurales, hoteles de diseño, hoteles por horas, hoteles diferentes y las nuevas pautas de diferenciación.

De todas estas clasificaciones los hoteles más interesantes y que pueden funcionar en Málaga son:

- Los hoteles económicos, destacando dentro de la clasificación el Ibis Budget Málaga centro que nos ofrece buenos precios para estos tiempos de crisis.
- Los hoteles de lujo, seleccionando de todos ellos el Villa Padierna por ser líder en su grupo empresarial dentro de la Costa del Sol en cuanto a hoteles de lujo se refiere y porque está considerado el mejor hotel de España según la prestigiosa entidad Expedia.
- Los hoteles de negocio, en los que destacamos el hotel Molina Lario orientado exclusivamente a este segmento del mercado ubicado en el casco histórico de la ciudad malagueña que es el centro de negocios de la provincia.
- Los hoteles de playa, destacando el hotel Fuerte Estepona ofrece una muy buena ubicación y servicios complementarios como campo de golf que es el otro segmento que se está consolidando en la Costa del Sol.

Estos hoteles son interesantes en algunos casos por su gran capacidad de gasto, por la desestacionalización y porque han sido capaces de mantener el segmento de sol y playa y convertirlo en un segmento consolidado.

Mención aparte requieren los hoteles diferentes entre los que se ha destacado el Hotel Barceló de Málaga con su tobogán EDHA entre otros.

En un último apartado de este capítulo llamado nuevas pautas de diferenciación hemos analizado de forma más amplia la accesibilidad y la sostenibilidad como factores de diferenciación y se han propuesto algunos hoteles que podrían funcionar en Málaga en un futuro como los hoteles gastronómicos, los hoteles para mascotas que están teniendo una gran aceptación y el nicho “gay friendly”.

Bibliografía:

- Trivago. (2014). *Trivago*. Recuperado el Mayo de 2014, de <http://www.Trivago.es>
- Andalucía, B. d. (2012). *BATA* . Consejería de Turismo y Comercio.
- 2020, P. d. (7 de Noviembre de 2007). *Plan de Turismo Español*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020.pdf
- AMA. (2013). *Compañía de transportes y turismo*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.iglobal.co/paraguay/hernandarias/a-m-a-transporte-y-turismo.html>
- Andalucía, B. d. (2012). *BATA* . Consejería de Turismo y Comercio.
- Andalucía, E. t. (31 de Mayo de 2014). *Hosteltur*. Recuperado el 15 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/155610_turismo-gastronomico-atrae-650000-turistas-cada-ano-andalucia.html
- Andalucía, S. d. (24 de Junio de 2014). *Instituto de estadística y cartografía*. Recuperado el 11 de Mayo de 2014, de <http://www.juntadeandalucia.es>
- Barceló, H. (24 de Junio de 2014). *Barceló*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.barcelo.com>
- Beach, H. S. (24 de Junio de 2014). *Sunset Beach Club*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.sunsetbeachclub.com>
- Caracoles, H. L. (24 de Junio de 2014). *Hotel Los Caracoles*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.hotelloscaracoles.com>
- Cobo, B. N. (2011). *La Gestión sostenible y su comunicación en el sector hotelero de la ciudad de Málaga*. Prisma Social.
- Decreto 47/2004, d. 1. (10 de Febrero de 2004). *noticias jurídicas*. Recuperado el 14 de Mayo de 2014, de <http://www.noticiasjuridicas.com>
- Differentiation, M. S. (2013). *Small Business*. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de <http://smallbusiness.chron.com/differences-between-product-differentiation-market-segmentation-24635.html>
- diseño, H. d. (2012). *Experimenta*. Recuperado el 7 de Junio de 2014, de <http://www.experimenta.es/noticias/fondo/hoteles-de-diseno-vs-diseno-de-hoteles-3798>

encanto, H. c. (24 de Junio de 2014). *Hoteles con encanto*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de <http://www.hotelesconencanto.com>

España, H. P. (24 de Junio de 2014). *Posada de España Málaga*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.posadadeespanamalaga.com>

Española, G. A. (2001). *Informe de la Gestión Ambiental*. Recuperado el 10 de Mayo de 2014, de <http://www.cne.es/cgi-bin/BRSCGI.exe?CMD=VERDOC&BASE=LIBR&DOCR=2&SORT=-FECH&RNG=20&SEPARADOR=&&desc-c=+BENEFICIOS+DE+LA+EMPRESA>

Estepona, H. F. (24 de Junio de 2014). *Fuerte hoteles*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.fuertehoteles.com>

García, D. (24 de Junio de 2014). *El tenedor*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.eltenedor.es/restaurante/dani-garcia-hotel-puente-romano/34857>

García, D. (24 de Junio de 2014). *The gourmet journal*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.thegourmetjournal.com>

García, D. (4 de Junio de 2014). *Wikipedia*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Daniel_Garc%C3%ADa_\(cocinero\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Daniel_Garc%C3%ADa_(cocinero))

Granado, M. y. (1999). *Historia de la economía del turismo en España*. Madrid: Cívica.

Guateque. (24 de Junio de 2014). *Guateque*. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.guateque.net>

Hotel. (24 de Junio de 2014). *Wikipedia*. Recuperado el 4 de Junio de 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>

Hours, B. (24 de Junio de 2014). *Byhours*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.byhours.com>

Ibis, H. (24 de Junio de 2014). *Ibis*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.ibis.com/Málaga>

ingresos, H. c. (23 de Octubre de 2013). *Hosteltur*. Recuperado el 3 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/118360_hoteles-spa-mejoran-sus-ingresos.html

Lane, K. y. (2006). *El éxito está en la diferenciación*. Recuperado el 4 de Junio de 2014, de <http://marcandoanálisis.com/2013/03/19/el-exito-esta-en-la-diferenciacion-como-hacerlo/>

Lario, H. M. (24 de Junio de 2014). *Hotel Molina Lario*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.hotelmolinalario.com>

Lola, H. R. (24 de Junio de 2014). *Lola Room Mate Hotels*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.lola.room-matehotels.com>

- lujo, E. n. (9 de Noviembre de 2013). *Hosteltur*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/121530_espana-no-figura-preferencias-turistas-lujo.html
- Mainake, H. (24 de Junio de 2014). *Hotel Mainake*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.hotelmmainake.com>
- Málaga, A. d. (11 de Mayo de 2014). *www.malaga.eu*. Recuperado el 11 de Mayo de 2014, de <http://www.malaga.eu>
- Málaga, A. (11 de Noviembre de 2013). *Hosteltur*. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/123490_malaga-alberga-cada-tres-plazas-andaluzas-alojamiento.html
- Málaga, B. d. (24 de Junio de 2014). *Ayuntamiento de Málaga*. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de <http://www.malaga.eu>
- Málaga, H. M. (24 de Junio de 2014). *Hoteles Monte*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.hotelesmonte.com>
- maleta, I. P. (24 de Junio de 2014). *Atlas rural*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.atlasrural.com>
- Market, F. i. (2012). *Hosteltur*. Recuperado el 3 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/122980_turismo-golf-genera-340-m-espana.html
- mascotas, T. c. (24 de Junio de 2014). *Tener mascotas*. Recuperado el 18 de Junio de 2014, de <http://www.tenermascotas.com>
- Padierna, H. V. (24 de Junio de 2014). *Villa Padierna Palace Hotel*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.villapadiernapalacehotel.com>
- Plan de Turismo Español, O. (7 de Noviembre de 2007). *Plan de Turismo Español*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/Plan_Turismo_Espa%C3%B1ol_Horizonte_2020.pdf
- playa, S. y. (24 de Junio de 2014). *Hosteltur*. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de <http://www.uhu.es/uhtur/documentos/npturisticos2/Turismo%20de%20sol%20y%20playa.pdf>
- Porter. (1982). *Estrategias de diferenciación*. Recuperado el 7 de Junio de 2014, de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>
- Quera, F. A. (2006). *Guía del Hotel Accesible*. IMSERSO.

Real Decreto 1964/1983, d. 1. (24 de Junio de 2014). *Noticias jurídicas*. Recuperado el 21 de Mayo de 2014, de <http://www.noticiasjuridicas.com>

Romano, H. P. (24 de Junio de 2014). *Puente Romano*. Recuperado el 24 de Junio de 2014, de <http://www.puenteromano.com>

Royfonte, H. (1994). *Royfonte, residencia*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.royfonte.com>

Rural, T. (24 de Junio de 2014). *Perfil del turista*. Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de http://www.toprural.com/docs/ficha_resumen.pdf

Schromgens, R. (2012). *Entrepreneurship*. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de <http://entrepreneurship.blog.ie.edu>

Selwo, H. (24 de Junio de 2014). *Selwo*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de <http://www.selwo.es>

Services, M. a. (2012). *Idiso*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de <http://www.idiso.com/en/idiso-innwise-chinese-market.html>

Sol, O. T. (2013). *SOPDE*. Recuperado el 2 de Junio de 2014, de <http://www-sopde.es>

Som, H. S. (24 de Junio de 2014). *Shanti Som*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.shantisom.com>

Torremolinos. (24 de Junio de 2014). *Torremolinos chic*. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.torremolinoschic.com>

Torremolinos, H. d. (24 de Junio de 2014). *Historia de Torremolinos*. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.historiadetorremolinos.com>

Turismo con mascotas, c. p. (27 de Agosto de 2013). *Hosteltur*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/165100_turismo-mascotas-clave-atraer-turistas-nacionales.html

urbano, M. d. (28 de Octubre de 2013). *Hosteltur*. Recuperado el 3 de Junio de 2014, de http://www.hosteltur.com/119260_malaga-destino-turismo-urbano-crece.html

Vincci, H. (26 de Junio de 2014). *Vincci hoteles*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.vinccihoteles.com>

Zarzas, D. R. (1994). *El sector hotelero en España*. Madrid: Federación Española de Hoteles.

ANEXO I. BASE DE DATOS ELABORADA:

HOTELES	ESTRELLAS	LOCALIZACIÓN	Golf	Rural	Playa	Spa	Hotel diferente
AC Málaga Palacio	4	Málaga	1	0	0	0	0
Acacias	2	Málaga	0	0	0	0	0
Acinipo	4	Ronda	0	1	0	0	0
Adriano	3	Torremolinos	0	0	0	0	0
Agur	2	Fuengirola	0	0	0	0	0
Alameda Málaga	2	Málaga	0	0	0	0	0
Al-Ana Marbella	2	Estepona	1	0	0	0	0
Alanda Club Marbella	4	Marbella	1	0	0	1	0
Al-Andalus	2	Torrox	0	1	0	0	0
Al-Andalus Nerja	3	Nerja	0	1	0	0	0
Alay	4	Benalmádena	1	0	1	0	0
Albayt Resort	3	Estepona	0	0	0	1	0
Alhaurín Golf	4	Alhaurín El Grande	1	0	0	0	0
Altai	2	Cártama	0	0	0	0	0
Amanhavís	4	Benahavís	1	0	0	0	0
Angela	4	Fuengirola	0	0	0	0	0
Antequera Golf	4	Antequera	1	0	0	1	0
Años 50	2	Torremolinos	0	0	0	0	0
Arunda II	2	Ronda	0	0	0	0	0
Atalaya	1	Comares	0	0	0	0	0
Atalaya Park Golf & Resort	4	Estepona	0	0	1	1	0
Avenida	3	Velez-Málaga	0	0	0	0	0
Azul Arenas Andalucía	3	Arenas	0	0	0	0	0
Bajamar	2	Nerja	0	0	1	0	0
Balcón de Cómpeta	3	Cómpeta	1	0	0	0	0
Balcón de los Montes	3	Colmenar	0	0	0	0	0
Balmoral	2	Benalmádena	1	0	1	0	0
Bandolero	2	Júzcar	0	1	0	0	0
Banú Rabbah	5	Benarrabá	0	1	0	0	0
Barceló Estepona Thalasso Spa	4	Estepona	1	0	0	1	1
Barceló Málaga	4	Málaga	0	0	0	1	0
Barceló Marbella	4	Marbella	1	0	0	0	0
Baviera	3	Marbella	1	0	0	0	0
benabola	4	Puerto Banus	0	0	0	0	0

Benalmadena Palace	4	Benalmádena	0	0	0	0	0
Berlanga	1	Ronda	0	0	0	0	0
Best Siroco	3	Benalmádena	1	0	0	0	0
Betania	2	Benalmádena	1	0	0	0	0
Bluebay Banus	4	Marbella	1	0	0	0	0
BQ Andalucía Beach	4	Torre del Mar	0	0	1	1	0
Bronce	2	nerja	0	0	0	0	0
Buenavista	1	Estepona	0	0	0	0	0
Caballo Andaluz	2	Gaucín	0	1	0	0	0
CalaBahía	4	Rincón de la Victoria	1	0	0	1	0
Calamijas	4	Mijas	0	0	1	1	0
California	2	Málaga	1	0	0	0	0
California	1	Nerja	0	0	0	0	0
Campanile Málaga Aeropuerto	3	Málaga	0	0	0	0	0
Caracas Playa	3	Estepona	1	0	0	0	0
Carlos Astorga	3	Archidona	0	1	0	0	0
Carlos V	2	Málaga	0	0	0	0	0
Carmen Teresa	3	Torremolinos	0	0	0	0	0
Casa Jardín	3	Nerja	1	0	0	0	0
Casa Maro	3	Maro	1	0	1	0	0
Castilla	2	Antequera	0	0	0	0	0
Castilla Guerrero	2	Málaga	0	0	0	0	0
Castillo de Santa Catalina	4	Málaga	0	0	0	0	0
Catalonia Reina Victoria Wellness	4	Ronda	0	0	0	1	0
Cenachero	2	Málaga	0	0	0	0	0
Central	2	Marbella	0	0	0	0	0
Cerro de Hajar	3	Tolox	0	1	0	0	0
Chaparil	2	Nerja	0	0	0	0	0
Claude	3	Marbella	0	0	0	0	0
Complejo los rosales	2	Torremolinos	0	0	0	0	0
Complejo Rural Caicune	3	Casarabonela	0	1	0	0	0
Complejo turístico la Garganta	3	Alora	1	0	0	0	0
Confortel Fuengirola	4	Fuengirola	1	0	1	0	0
Convento La Magdalena	5	Antequera	1	0	0	0	0
Coral	3	Torremolinos	1	0	0	0	0
Coral Beach	4	Marbella	0	0	0	1	0

Cortijo Chico	4	Alhaurín de la Torre	1	0	0	0	0
Cortijo de Salia	2	Alcaucín	0	0	0	0	0
Cortijo del Arte	3	Pizarra	0	1	0	0	0
Cortijo La Reina	4	Málaga	0	1	0	0	0
Cortijo Salinas	4	Ronda	0	1	0	0	0
Coso Viejo	3	Antequera	1	0	0	0	0
Costamar	2	Torrox Costa	1	0	0	0	0
Cueva del Gato	2	Benaoján	0	1	0	0	0
Del Pintor	3	Málaga	1	0	0	0	0
Desehilla	3	Benaoján	0	1	0	0	0
Dila	2	Velez-Málaga	1	0	0	0	0
Diverhotel Marbella	3	Marbella	0	0	0	0	0
Domus	1	Málaga	0	0	0	0	0
Domus Selecta Cortijo Bravo	3	Velez-Málaga	0	0	0	0	0
Domus Selecta Finca Eslava	4	Antequera	0	1	0	0	0
Domus Selecta La Fuente del Sol	4	Antequera	0	1	0	1	0
Don Agustín	2	Sabinillas	1	0	1	0	0
Don alfredo	2	Marbella	1	1	0	0	0
Don Benito	4	Ronda	0	0	0	0	0
Don Carlos Leisure Resort & Spa	5	Marbella	0	0	1	1	0
Don curro	3	Málaga	0	0	0	0	0
Don Javier	3	Ronda	0	0	0	0	0
Don Miguel	3	Ronda	0	0	0	0	0
Don Paco	3	Málaga	1	0	0	0	0
Don Paquito	3	Torremolinos	0	0	0	0	0
Doña Catalina	3	San Pedro de Alcántara	1	1	0	0	0
Doña Luisa	3	Sabinillas	1	0	1	0	0
Doña Matilde	2	Estepona	1	0	1	0	0
Ecohotel Puerto de Ojén	3	Ojén	0	1	0	0	0
El Caserón de Bonela	3	Casarabonela	0	1	0	1	0
El Cid	2	Fuengirola	0	0	0	0	0
El Corte	2	Casabermeja	0	1	0	0	0
El Cortijo	3	Ronda	0	1	0	0	0
El Escudo de Mijas	1	Mijas	0	0	0	0	0
El Faro Inn	3	Marbella	0	0	0	0	0
El Fénix	4	Torremolinos	0	0	0	1	0

El Gallo	1	Marbella	0	0	0	0	0
El Horcajo	3	Ronda	0	1	0	0	0
El Mirador	3	Alhaurín El Grande	0	1	0	0	0
El Océano Beach Club	3	Mijas	0	0	1	1	0
El Paraíso	2	Vélez-Málaga	1	0	0	0	0
El Pozo	2	Toremolinos	1	0	0	0	0
El Puerto	3	Velez-Málaga	0	0	1	0	0
El Riad Andaluz	2	Málaga	0	0	0	0	0
El Romerito	2	Málaga	0	0	0	0	0
Elcano	2	Málaga	1	0	0	0	0
Elimar	3	Rincón de la Victoria	1	0	1	0	0
Enfrente Arte	3	Ronda	0	1	0	0	0
Escua	2	Archidona	0	0	0	0	0
Eurostars Astoria	3	Málaga	0	0	0	0	0
Eurostars Mijas	4	Mijas	0	0	0	0	0
Express by Holiday Inn Málaga Airport	3	Málaga	0	0	0	0	0
Finca Cortesín Golf and Spa	5	Casares	0	0	0	1	0
Finca Los Pastores	4	Ronda	0	0	0	0	0
Finlandia	1	Marbella	0	0	0	0	0
Florida Spa	4	Fuengirola	0	0	0	1	0
Fortes La Nuit	2	Mollina	0	0	0	0	0
Fuerte estepona	4	Estepona	0	0	1	1	0
Fuerte Marbella	4	Marbella	0	0	1	1	0
Fuerte Miramar Spa	4	Marbella	0	0	1	1	0
Galicia	2	Fuengirola	0	0	0	0	0
GCE	2	Cártama	0	0	0	0	0
Goartín	2	Málaga	0	0	0	0	0
Gran Benahavís	4	Benahavís	1	0	0	1	0
Gran Elba Estepona & Thalasso Spa	5	Estepona	0	0	1	1	0
Gran Hotel Guadalpín Banus	5	Puerto Banus	1	0	1	0	0
Gran Meliá Don Pepe	5	Marbella	0	0	1	1	0
Grangefield Oasis Club	3	Mijas	0	0	0	0	0
Greenlife Golf	3	Marbella	1	0	0	0	0
Guadalmina Spa & Golf Resort	4	Marbella	0	0	1	1	0
H10 Andalucía Plaza	4	Puerto Banus	1	0	0	0	0
H10 Estepona Palace	4	Estepona	0	0	1	1	0

Hacienda La Herriza	4	Gaucín	0	0	0	0	0
Hacienda Puerta del Sol	4	Mijas	1	1	0	0	0
Hacienda Puerto de las Muelas	3	Ronda	0	1	0	0	0
Hermanos Macías	1	Ronda	0	0	0	0	0
Holiday Hydros	4	Benalmádena	0	0	1	1	0
Holiday Palace	4	Benalmádena	0	0	0	1	0
Holiday Polinesia	4	Benalmádena	1	0	0	1	0
Hospedería Colon antequera	2	Antequera	0	0	0	0	0
Hospedería V Centenario	2	Estepona	0	0	0	0	0
Hotel Antigua venta San Antonio	3	Casarabonela	0	1	0	0	0
Hotel Castillo de Monda	3	Monda	0	1	0	0	0
Hotel Guadalmedina	4	Málaga	0	0	0	0	0
Hotel rural Alberdini	1	Cómpeta	0	1	0	0	0
Hotel rural Almazara	3	Nerja	0	1	0	0	0
Hotel rural Posada Ananda	4	Gaucín	0	1	0	0	0
Hotel rural Posasa la Plaza	3	Canillas de Albaida	0	1	0	0	0
Hotel Vistalmar	3	Moclinejo	0	1	0	0	0
Humaina	3	Colmenar	0	1	0	0	0
Iberostar Málaga Playa	4	Torrox Costa	1	0	1	0	0
Iberostar Marbella Coral Beach	4	Marbella	1	0	1	0	0
Ibis Budget Málaga Centro	1	Málaga	0	0	0	0	0
Ibis Málaga Avenida Velazquez	2	Málaga	0	0	0	0	0
Ibis Málaga Centro Ciudad	2	Málaga	1	0	0	0	0
Igh Eliseos	3	Málaga	0	0	0	0	0
IPV Beatriz Palace & Spa	4	Fuengirola	0	0	1	1	0
Isabel	4	Torremolinos	1	0	1	0	0
Itaca Fuengirola	3	Fuengirola	1	0	0	0	0
Itaca Málaga	3	Málaga	0	0	0	0	0
Jardín de la Muralla	3	Ronda	0	0	0	0	0
Jimesol	3	Nerja	0	0	0	0	0

Jose Cruz	3	Nerja	0	0	1	0	0
Kempinski Bahía	5	Estepona	0	0	1	1	0
Kristal	3	Torremolinos	0	0	0	0	0
Kross Greco	3	Benalmádena	0	0	0	0	0
Kross Velázquez	3	Benalmádena	1	0	0	0	0
La Barracuda	3	Torremolinos	1	0	1	0	0
La Cala Resort Golf & Spa	5	Mijas	1	0	0	1	0
La Casa	1	Torrox-costa	0	1	0	0	0
La Casa Grande del Burgo	3	El Burgo	0	1	0	0	0
La Casa Mata central	2	Málaga	1	0	0	0	0
La chancla	3	Málaga	1	0	1	0	0
La Ciudad	3	Ronda	0	1	0	0	0
la Fabrica de Juan	3	Antequera	0	0	0	0	0
La Fonda	4	Benalmádena	1	0	0	0	0
La Francesa Suites	2	Málaga	0	0	0	0	0
La Fructuosa	2	Gaucín	0	1	0	0	0
La Fuente de la Higuera	3	Ronda	1	1	0	0	0
La Luna Blanca	2	Torremolinos	1	0	0	0	0
La Minilla	2	Málaga	0	0	0	0	0
La morada mas hermosa	2	Marbella	1	0	0	0	0
La Palmera	2	Alhaurín El Grande	0	0	0	0	0
La Paloma (hotel Rural)	1	Villanueva de Tapia	0	1	0	0	0
La Posada	1	Benalmadena	1	0	0	0	0
La Posada del Angel	3	Ojén	0	1	0	0	0
La Posada del Conde	3	Ardales	0	1	0	0	0
La Posada del Recovero	1	Genalguacil	0	1	0	0	0
La Posada Morisca	3	Frigiliana	0	1	0	0	0
La Rondeña	3	Ronda	0	0	0	0	0
La Sierra	4	Antequera	0	0	0	0	0
La Villa Marbella	3	Marbella	0	0	0	0	0
La Viñuela	4	La Viñuela	1	1	0	0	0
Las Américas	1	Málaga	0	0	0	0	0
Las Américas	2	Torre del Mar	0	0	1	0	0
Las Chapas Palacio del Sol	4	Marbella	1	0	0	0	0
Las Mayoralas	3	Periana	0	1	0	0	0
Las Palmeras	4	Fuengirola	0	0	0	0	0

Las Pirámides	4	Fuengirola	0	0	1	1	0
Las Rampas	3	Fuengirola	1	0	0	0	0
Las Vegas	3	Málaga	0	0	1	0	0
Las Villas de Antikaria	3	Antequera	1	0	0	0	0
Lima	2	Marbella	1	0	0	0	0
Linda Marbella	2	Marbella	0	0	0	0	0
Los amigos beach club	4	Mijas	0	0	0	0	0
Los Arcos	3	Nerja	0	0	0	0	0
Los Arcos	3	Torremolinos	0	0	0	0	0
Los Caracoles	3	Frigiliana	0	1	0	0	1
Los corchos	2	Fuengirola	0	0	1	0	0
Los Dólmenes	3	Antequera	0	0	0	0	0
Los Jarales	2	Istán	0	1	0	0	0
Los Jazmines	3	Torremolinos	0	0	1	0	0
Los Monteros	5	Marbella	1	0	0	0	0
Los Pintores	2	Benaolán	0	1	0	0	0
Lozano	3	Antequera	1	0	0	0	0
Mac Puerto Marina Benalmadena	4	Benalmádena	1	0	1	0	0
Maestranza	4	Ronda	0	0	0	0	0
Mainake	4	Torre del Mar	1	0	0	1	0
Mainare Playa	4	Fuengirola	0	0	0	0	0
Málaga Centro Sallés	4	Málaga	0	0	0	0	0
Málaga Nostrum	3	Málaga	0	0	0	0	0
Málaga Picasso	3	Málaga	1	0	0	0	0
Marbella	2	Fuengirola	0	0	0	0	0
Marbella Club Golf Resort & Spa	5	Marbella	1	0	0	1	0
Marbella Inn Centre	3	Marbella	1	0	0	0	0
Marbella Playa	4	Marbella	0	0	1	0	0
Marconfort Beach Club	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
Marconfort Griego	3	Torremolinos	0	0	0	0	0
María Cristina	2	Rincón de la Victoria	1	0	0	0	0
Marinas de Nerja	4	Nerja	0	0	1	1	0
Marriot Playa Andaluza	5	Estepona	0	0	0	1	0
Marriott's Marbella Beach resort	5	Marbella	1	0	0	0	0
Med Playa Pez Espada	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
Mediterráneo	1	Estepona	0	0	0	0	0

Mediterráneo Carihuela	3	Torremolinos	1	0	1	0	0
Medplaya Bali	3	Benalmádena	1	0	1	0	0
Meliá Costa del Sol	4	Torremolinos	0	0	1	1	0
Meliá La Quinta Golf & Spa Resort	5	Marbella	1	0	1	0	0
Meliá Marbella Banús	4	Marbella	1	0	1	0	0
Mesto	3	Mijas	1	0	0	0	0
Mi Refugio	3	Cuevas de San Marcos	0	1	0	1	0
Miraya	2	Torre del Mar	1	0	1	0	0
Molina Lario	4	Málaga	0	0	0	0	0
Molino	3	Ronda	0	0	0	0	0
Molino Cuatro Paradas	2	Benaoján	0	1	0	0	0
Molino de Santillán	4	Rincón de la Victoria	1	1	0	0	0
Molino del arco	3	Ronda	0	1	0	0	0
Molino del Santo	2	Benaoján	0	1	0	0	0
Monarque Cendrillón	3	Fuengirola	1	0	1	0	0
Monarque el Rodeo	3	Marbella	0	0	0	0	0
Monarque Fuengirola Park	4	Fuengirola	0	0	1	1	0
Monarque Torreblanca	4	Fuengirola	1	0	1	0	0
Monte Málaga	4	Málaga	0	0	0	1	1
Monte Victoria	2	Málaga	0	0	0	0	0
Montelirio	4	Ronda	0	1	0	0	0
Ms Aguamarina	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
MS Amaragua	4	Torremolinos	0	0	1	0	0
MS Maestranza	4	Málaga	0	0	0	1	0
Mundatluz	2	Monda	0	0	0	0	0
Myramar Fuengirola	3	Fuengirola	0	0	0	0	0
N.CH Kosher	2	Torremolinos	0	0	0	0	0
Natursun	3	Torremolinos	1	0	0	0	0
Nerja Club and spa	3	Nerja	0	1	0	1	0
Nerja Princ	3	Nerja	0	0	0	0	0
Nexus Benalmádena	3	Benalmádena	1	0	1	0	0
NH Alanda	4	Marbella	0	0	0	0	0
NH Málaga	4	Málaga	0	0	0	0	0
NH Marbella	4	Marbella	0	0	0	0	0
NH San Pedro	3	San Pedro de Alcántara	0	0	0	0	0

Novotel Málaga							
Aeropuerto	4	Málaga	0	0	0	0	0
OH Diana Park	3	Estepona	0	0	0	0	0
Olmos	1	Málaga	0	0	0	0	0
Palacio Blanco	3	Velez-Málaga	1	0	0	0	0
Palia la Roca	3	Benalmádena	1	0	1	0	0
Palmasol	3	Benalmádena	0	0	0	0	0
Parador de Antequera	4	Antequera	1	0	0	0	0
Parador de Nerja	4	Nerja	0	0	1	0	0
Parador de Ronda	4	Ronda	1	0	0	0	0
Parador Málaga							
Gibralfaro	4	Málaga	0	0	0	0	0
Parador Málaga Golf	4	Málaga	1	0	1	0	0
Paraíso del Mar	2	Nerja	0	0	1	0	0
Parasol Garden	3	Torremolinos	1	0	1	0	0
Park Plaza Suites	4	Puerto Banus	1	0	1	0	0
Park Villa Erina	3	Manilva	1	0	0	0	0
Petit Palace Plaza							
Málaga	4	Málaga	0	0	0	0	0
Piedra Paloma	2	estepona	1	0	1	0	0
Pierre and vacances	4	Estepona	1	0	0	1	0
Playabella Spa Gran							
Hotel	4	Estepona	0	0	1	1	0
Playabonita	4	Benalmádena	1	0	1	0	0
Plaza Cavana	3	Nerja	0	0	0	0	0
Plaza del Castillo	4	Málaga	1	0	0	0	0
Plaza San Sebastián	2	Antequera	1	1	0	0	0
Posada del Bandolero	1	El Borge	0	1	0	0	0
Posada El Tempranillo	3	Alameda	0	1	0	0	0
Posada la plaza	2	Canillas de Albaida	0	1	0	0	0
Posadas de España	3	Málaga	1	0	0	0	1
Princesa Playa	4	Marbella	0	0	0	0	0
Princesa Solar	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
Pueblo	2	Benalmádena	1	0	0	0	0
Puente Real	4	Torremolinos	0	0	1	0	0
Puente Romano	5	Marbella	0	0	1	1	0
Puerta de Aduares	2	Marbella	0	0	0	0	0
Puerta del mar	2	Nerja	0	0	1	0	0
Puerto Azul	3	Marbella	0	0	0	0	0
Pyr Fuengirola	3	Fuengirola	1	0	1	0	0
Pyr Marbella	3	Marbella	0	0	0	0	0
Refugio de Juanar	3	Ojén	0	1	0	0	0

Residencia Miami	2	Torremolinos	0	0	1	0	0
Reyesol	2	Fuengirola	1	0	0	0	0
Rincón Sol	4	Rincón de la Victoria	0	0	1	0	0
Río Real Golf	4	Marbella	1	0	0	0	0
Roc Lago Rojo	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
Room Mate Larios	4	Málaga	0	0	0	0	0
Room Mate Lola	4	Málaga	1	0	0	0	0
Royal	2	Ronda	1	0	0	0	0
Royal Al-Andalus	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
Royal Costa	3	Torremolinos	1	0	0	0	0
Royal Oasis Club	3	Benalmádena	1	0	0	0	0
royal Suites Marbella	3	Benahavis	0	0	0	0	0
Rural Almazara	3	Frigiliana	1	1	0	0	0
Sahara sunset club	3	Benalmadena	0	0	0	1	0
San Cayetano	2	Ronda	1	0	0	0	0
San Cristobal	3	Marbella	1	0	0	0	0
San Fermín	3	Benalmádena	1	0	0	0	0
San Francisco	2	Ronda	0	0	0	0	0
San Miguel	2	Nerja	0	0	0	0	0
Santa Fe	2	Fuengirola	0	0	0	0	0
Santa Rosa	3	Torrox Costa	1	0	1	0	0
Sanz	2	Torremolinos	0	0	0	0	0
Seercotel Bahía malaga	3	Málaga	0	0	0	0	0
Selwo Lodge, poblado masai	3	Estepona	0	0	0	0	1
Senator Banús Spa	5	Estepona	1	0	0	1	0
Senator Marbella Spa	4	Marbella	0	0	1	1	0
Sentido Amaragua	4	Torremolinos	0	0	0	1	0
Sercotel Los Naranjos	3	Málaga	1	0	0	0	0
Sercotel Perla Marina	4	Nerja	0	0	1	0	0
Sevilla	4	Ronda	0	0	0	0	0
Sierra Hidalgo	3	Ronda	0	1	0	0	0
Sierra Park Club	4	Marbella	0	0	0	0	0
Silken Puerta Málaga	4	Málaga	0	0	0	1	0
Sisu Boutique	4	Puerto Banus	1	0	0	0	0
Sol Aloha Puerto	4	Torremolinos	1	0	1	0	0
Sol Don Marco	4	Torremolinos	0	0	1	1	0
Sol Don Pablo	4	Torremolinos	1	0	1	0	0
Sol Don Pedro	4	Torremolinos	0	0	0	0	0
Sol Príncipe	4	Torremolinos	0	0	1	0	0

Solymar	2	Málaga	0	0	0	0	0
Suite Novotel Málaga Centro	4	Málaga	0	0	0	0	0
Sultan Club Marbella	4	Marbella	0	0	0	1	0
Sunset beach club	4	Benalmádena	0	0	0	0	0
Sur	2	Málaga	0	0	0	0	0
Tarik	3	Torremolinos	0	0	1	0	0
THB Reserva del Higuera	4	Fuengirola	1	0	0	1	0
THB Torrequebrada	4	Benalmádena	1	0	1	0	0
The Marbella Heights	4	Marbella	0	0	0	0	0
The Town House	2	Marbella	0	0	0	0	0
The Urban Villa	4	Marbella	0	0	0	0	0
THR Mijas	4	Mijas	0	1	0	1	0
THR Paraiso Beach & Golf	4	Estepona	1	0	0	0	0
Torre Arena	3	Torrox Costa	1	0	1	0	0
Torremar	4	Torre del Mar	1	0	0	0	0
Trébol	1	Málaga	0	0	0	0	0
Tribuna	3	Málaga	0	0	0	0	0
Tropicana	4	Torremolinos	1	0	1	0	0
Tryp Guadalmar	4	Málaga	1	0	0	0	0
Tryp Málaga Alameda	4	Málaga	0	0	0	0	0
Vasari Vacation Resort	3	Marbella	0	0	0	0	0
venecia	3	Málaga	0	0	0	0	0
Veramar	3	Fuengirola	0	0	0	0	0
VIK Gran Hotel Costa del Sol	4	Mijas	1	0	0	0	0
Villa Al Alba	3	Torre del Mar	1	1	0	0	0
Villa Albero	2	Torremolinos	0	0	0	0	0
Villa de Laredo	3	Fuengirola	1	0	1	0	0
Villa Flamenca	3	Nerja	0	0	0	0	0
Villa Frigiliana	3	Frigiliana	0	1	0	0	0
Villa Guadalupe	3	Málaga	0	1	0	0	0
Villa Padierna	5	Marbella	1	0	0	1	0
Villa Padierna							
Thermas de Carratraca	5	Carratraca	0	0	0	1	0
Villa San Francisco	3	Marbella	0	0	0	0	0
Vime La Reserva de Marbella	4	Marbella	1	0	0	0	0
Vincci Málaga	4	Málaga	0	0	0	0	0

Vincci Selección							
Aleysa	5	Benalmádena	0	0	0	0	0
Vincci Selección							
Estrella de Mar	5	Marbella	1	0	0	1	0
Vincci Selección							
Posada del Patio	5	Málaga	0	0	0	0	0
Virgen del Rocío II	2	Torremolinos	0	0	0	0	0
Vista del rey	3	Benalmadena	1	0	0	0	0
Welcome Inn Nerja	3	Nerja	0	0	0	0	0
Yaramar	4	Fuengirola	1	0	1	0	0
Zen	2	Torremolinos	1	0	0	0	0
Zenit Málaga	3	Málaga	1	0	0	0	0
Zeus	2	Málaga	1	0	0	0	0
			135	68	79	58	