



**AYUNTAMIENTO
VALLE DEL ZALABÍ**



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL
DEL CENTRO DE ARTESANÍA ALZALABÍ**

2011-2015



DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

ÍNDICE

ANTECEDENTES.....	Pág. 3
AGRADECIMIENTOS.....	Pág. 4
METODOLOGÍA.....	Pág. 6
EQUIPO DE TRABAJO.....	Pág.11
INTRODUCCIÓN.....	Pág. 12
ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO.....	Pág. 37
DAFO.....	Pág. 98
CONCLUSIONES.....	Pág. 103

ANTECEDENTES

- El Plan de desarrollo turístico y dinamización empresarial del centro de artesanía al Zalabí nace del interés del Ayuntamiento por iniciar un **proceso de planificación y gestión basado en el conocimiento, la innovación y la orientación al mercado**, que garantice, por un lado la **maximización del potencial turístico del centro de artesanía y del municipio** a través de una estrategia de marketing y por otro lado el éxito del proyecto a través de la **definición de un modelo de gestión**, y que permita, a través de una estrategia de implementación, **coordinar los diferentes actores que intervendrán en el desarrollo de la actividad**.
- El Plan pretende, a través del consenso de todos los agentes públicos y privados del municipio, **crear empleo de calidad**, utilizando los recursos y servicios turísticos del Valle del Zalabí como elemento dinamizador y determinar las actuaciones necesarias para tal fin.
- Este estudio no se podría haber realizado sin la colaboración de todos los agentes implicados, con los que se han mantenido diversas reuniones y a los cuales agradecemos su participación.

AGRADECIMIENTOS

- Manuel Aranda, Alcalde del Valle del Zalabí
- Encarnación Hernández, Concejal de bienestar social
- Carmen Coca (Asoc. Mujeres Charches)
- Cristóbal Delgado (Cuevas del Zenete)
- Francisco Fernández (Panadería Fernández – Alcudia)
- José Ignacio Hernández (Bar Casa Dolores – Charches)
- José Luís Olea (Panadería El Patrón – Alcudia)
- Juan Sierra (Panadería Sierra – Alcudia)
- Manolo Ruz (Asoc. Rambla del Agua)
- Otilia García y José Espigares (Panadería Otilia – Charches)
- Victoriano Soto (Panadería Soto – Exfiliana)
- Manolo Ruíz (Centro Ecuestre Cabacci)
- Antonio Méndez (Alojasur)

AGRADECIMIENTOS

- Loli Pedrosa (Restaurante Menta)
- Antonio Magán (Mesón Antonio)
- Carlos Sánchez (Viajes Magán)
- José Rodríguez (Bar Rodríguez)
- Juan Gabarró (Alfarería Gabarró)
- Emilio Minguela (Centro Ocupacional Acci)
- Isabel Baca (Bodegas Méndez Moya)
- Fco. Javier Rodríguez (Bodegas Pago de Almaraes)
- Ramón Saavedra (Bodegas Cauzón) y Jose Sánchez
- Jesús Varón (coordinador)
- Juan Bustamante (Bodegas Señorío Nazarí)
- Yolanda Magán (Auxiliar Ayuntamiento)

METODOLOGÍA

LA INVESTIGACIÓN

- **370 ENCUESTAS A LA POBLACIÓN LOCAL**
- **MÁS DE 25 ENTREVISTAS CON AGENTES IMPLICADOS**
- **6 FOCUS GROUP CON GRUPOS DE TRABAJO**
- **VISITAS AL TERRITORIO**
- **REUNIONES DE SEGUIMIENTO DEL PLAN CON EL AYUNTAMIENTO DEL VALLE DEL ZALABÍ**

METODOLOGÍA

LA INVESTIGACIÓN

- La investigación pertinente para la realización del PDTDE del Centro de Artesanía Al Zalabí se ha configurado a partir de la utilización de las siguientes fuentes y técnicas de investigación:
 - **Fuentes Primarias**
 - Investigación cuantitativa de la población local
 - Entrevistas en profundidad y Focus Group con agentes implicados
 - Análisis “*in situ*” del destino turístico
 - **Fuentes Secundarias**
 - **Búsqueda de consenso con todos los agentes implicados**

METODOLOGÍA

FUENTES PRIMARIAS

ESTUDIO CUANTITATIVO A LA POBLACIÓN LOCAL

FICHA TÉCNICA

■ Universo

- Residentes del municipio del Valle del Zalabí durante el periodo comprendido entre el **24 de Febrero y el 7 de Abril de 2010.**
- Muestra: **370 ciudadanos**

■ Error de la muestra:

- **+/- 4,76%**, con un nivel de confianza del 95,5%

■ Metodología

- Encuesta población local: **encuesta personal** formada por **19 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas**

METODOLOGÍA

FUENTES PRIMARIAS

FOCUS GROUP Y ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

- Se han realizado más de **25 entrevistas con diferentes agentes implicados tanto del sector público como del privado.**
- Se han mantenido **6 Focus Group con personas clave en la dinamización del Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan,** con la intención de estructurar tanto el funcionamiento interno como las necesidades de equipamiento.
- **Un proceso que nos permite percibir y analizar el destino** con la misma visión que aquellos que cotidianamente lo gestionan.
- **Una metodología** garante del consenso del diagnóstico, el modelo estratégico y los programas de actuación.
- **Durante el período de elaboración del Plan,** se han mantenido diversas **reuniones** de seguimiento con el Ayuntamiento del Valle del Zalabí.

METODOLOGÍA

FUENTES PRIMARIAS

ANÁLISIS IN SITU

- El análisis el destino se ha realizado mediante visitas al territorio y al Centro de Artesanía, con el fin de conocer:
 - Estructura de la **oferta de alojamiento**.
 - Estructura de la **oferta en restauración**.
 - Principales **recursos e infraestructuras turísticas**.
 - Organización del **espacio en el Centro de Artesanía**.

METODOLOGÍA

FUENTES SECUNDARIAS

- **Para la elaboración de este proyecto, se han consultado las siguientes fuentes:**
 - Instituto Nacional de Estadística (INE)
 - Instituto de Estadística de Andalucía (IEA)
 - Observatorio de Turismo de la Diputación de Granada
 - Fuentes del Patronato de Turismo de Granada
 - Documentación cedida por el Ayuntamiento del Valle del Zalabí
 - Instituto de Estudios Turísticos (IET)
 - Fuentes documentales de Grup Cerveró

EQUIPO DE TRABAJO

▪ DIRECTOR DEL PROYECTO:

- **Josep Cerveró y Puig.** Doctor en Ciencias Económicas y Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona, y Ciencias Empresariales por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, ESADE. Presidente de Grup Cerveró, con una dilatada experiencia en el sector turístico en la gestión pública, experto en planificación estratégica y de marketing. Profesor de distintas universidades de España y de la OMT (Organización Mundial de Turismo).

▪ EQUIPO DE CONSULTORES CERVERÓ TURISMO:

- **Eulalia Ventura Santamans.** Directora de la Delegación en Granada. Master en Turismo y Desarrollo Local. Consultora en diseño gráfico y comunicación.



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015



INTRODUCCIÓN

Territorio - Demografía y Sociedad - Economía

CONTEXTUALIZACIÓN

- **ESCALA GEOGRÁFICA** La zona de estudio está situada al este de la provincia de Granada, en la vertiente norte de Sierra Nevada y al este de la Sierra de Baza. El Valle del Zalabí se encuentra en la Comarca de Guadix y el Marquesado, a 70 km. de la capital granadina, a 100 km. aproximadamente de la costa almeriense, y a 26 km. del Puerto de La Ragua.
- El municipio ocupa una superficie de 107,8 Km² y su altitud media sobre el nivel del mar es de 1.011 m.



Andalucía



Provincia de Granada
Comarca Guadix y el Marquesado

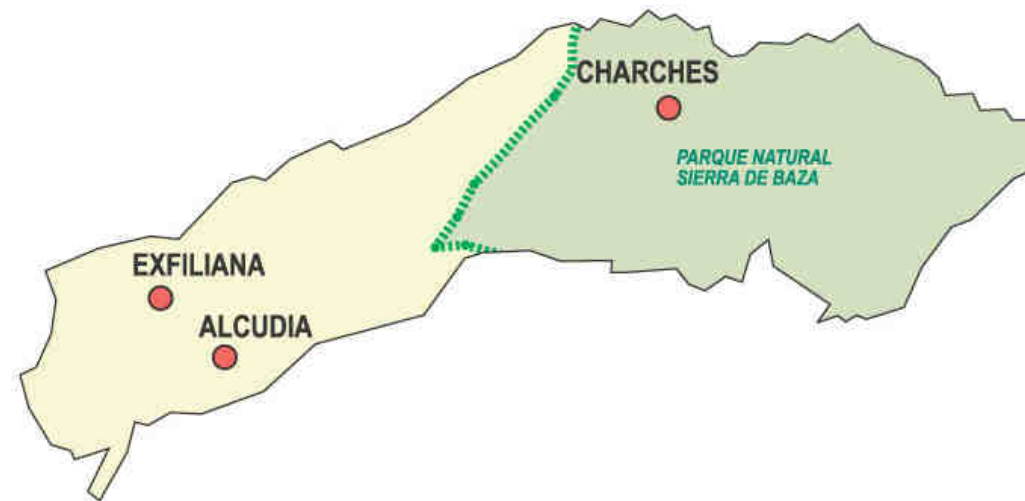


Municipio del Valle del Zalabí

CONTEXTUALIZACIÓN

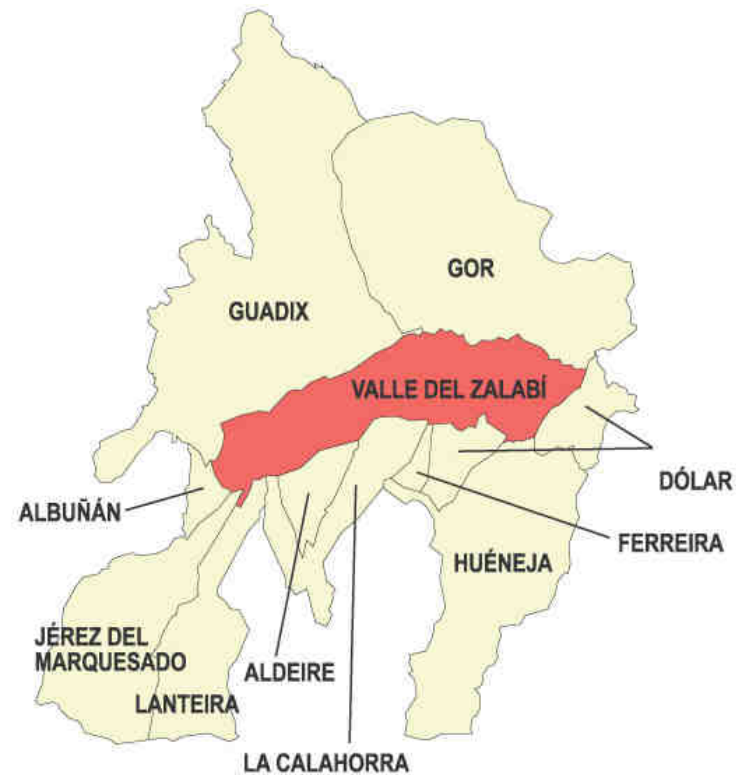
NÚCLEOS URBANOS El Valle del Zalabí está compuesto por tres núcleos de población: **Charches, Alcudia de Guadix y Exfiliana** que se fusionaron en 1973. Alcudia es la capital administrativa del municipio. Charches es el único núcleo de población que se encuentra dentro del Parque Natural Sierra de Baza y el más extenso del municipio, ocupando el 53% del total del territorio, mientras que Alcudia representa el 34% de la superficie territorial municipal y Exfiliana el 13%.

El núcleo de población de Exfiliana dista a 1 Km. de Alcudia de Guadix mientras que Charches se encuentra a 22 Km. de la capital administrativa del municipio.



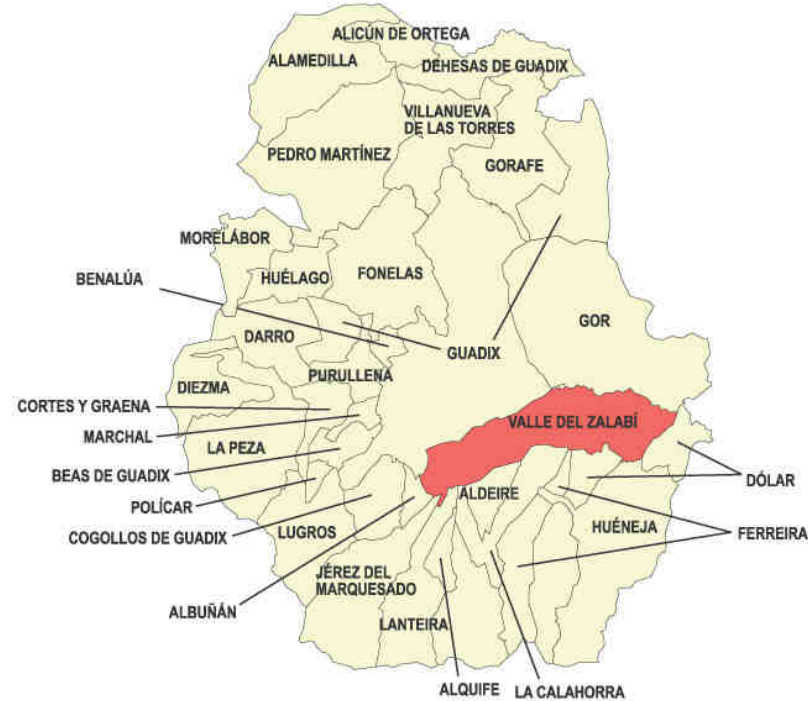
CONTEXTUALIZACIÓN

- **MUNICIPIOS COLINDANTES** El Valle del Zalabí limita con 10 municipios: Guadix, Gor, Dólar, Ferreira, Huéneja, La Calahorra, Aldeire, Lanteira, Jérez del marquesado y Albuñán.



CONTEXTUALIZACIÓN

- COMARCA DE GUADIX Y EL MARQUESADO** Situada al nordeste de la provincia, extendiéndose por la zona norte de Sierra Nevada y la Hoya de Guadix, esta comarca está formada por **32 municipios** y que ocupa una superficie de **2.118,7 km²**. Guadix, capital de comarca, es el municipio más extenso y poblado.

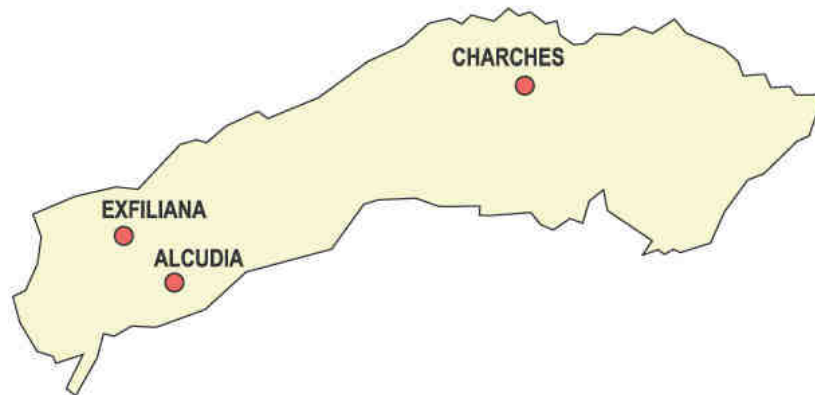


Fuente: ADR Comarca de Guadix – IEA. Padrón 2009

CONTEXTUALIZACIÓN

■ DENSIDAD DE POBLACIÓN

La densidad de población del Valle del Zalabí asciende a **21,30 hab/km²**, siendo ostensiblemente inferior a los 72 hab/Km² de la provincia y muy similar a la densidad de población de la comarca de Guadix y el Marquesado (23 hab/km²).



MUNICIPIO VALLE DEL ZALABÍ

- Alcudia: 1.295 habitantes
- Exfiliana: 554 habitantes
- Charches: 448 habitantes

Total nº habitantes: 2.297

Superficie: 107,80 Km² .

Densidad población: 21,30 hab/Km².

CONTEXTUALIZACIÓN

■ MEDIO NATURAL

El Valle del Zalabí se emplaza entre tres Parques Naturales: PN Sierra de Baza, PN Sierra Nevada y PN Sierra de Huétor, con el 54,64% de la superficie del municipio (5.892 ha.) dentro del **Parque Natural Sierra de Baza**, concretamente en el territorio correspondiente al núcleo de población de Charches.

Charches, situada a 1.426 m de altitud es uno de los municipios más altos de la península. Esta localidad **comprende el 11% de la superficie total del Parque Natural de Sierra de Baza** y está situada en las faldas de la cara sur de Sierra de Baza, con vistas al Valle del Marquesado y Sierra Nevada.

En Charches se encuentra el paraje de **La Fraguara**, con abundante agua, donde nacen varias fuentes reconocidas en la cuenca del Río Gor y donde se hallan gran variedad de especies arbóreas, destacando las secuoyas y un encinar mesomediterráneo.



CONTEXTUALIZACIÓN

■ MEDIO NATURAL

Los núcleos de **Alcudia y Exfiliana**, situados en la Hoya de Guadix, se emplazan sobre una atalaya desde la que se divisa un **paisaje espectacular y lleno de contrastes**, que permite entender la evolución geomorfológica de buena parte de la comarca de Guadix.

Ubicados en medio de una **fértil vega**, poblada de choperas, frutales y hortalizas, rodeados de **pinos** y del paisaje acarcavado denominado **bad-lands**, formado por la erosión del relleno sedimentario de arcillas rojizas de la cuenca Guadix-Baza, estos dos núcleos urbanos están coronados por las **cumbres de Sierra Nevada**.



CONTEXTUALIZACIÓN

■ MEDIO NATURAL

El valle donde se ubica Alcudia y Exfiliana corresponde al **Río Guadix** o Río Verde, que sólo presenta caudal en épocas lluviosas o de deshielo. El Río Guadix nace en Sierra Nevada y desemboca en el Río Fardes, que a su vez vierte sus aguas en el Guadiana Menor.

El clima del Valle del Zalabí es de tipo continental de montaña, con veranos muy secos y calurosos, aunque con noches frescas y agradables, con una temperatura media de 25 °C, e inviernos muy fríos con una temperatura media en enero de 6 °C.

Las precipitaciones anuales apenas superan los 350 mm. y se concentran básicamente en primavera y otoño. A pesar de la escasez de lluvias, existen multitud de nacimientos y fuentes.



CONTEXTUALIZACIÓN

■ **HUELLA HISTÓRICA - ALCUDIA DE GUADIX**

La historia de los tres núcleos urbanos que conforman el municipio y fusionados en 1973 es muy distinta:

En **Alcudia**, hay vestigios de población en la zona del Zalabí desde la **época argárica** (2.000 a.C.).

En el **siglo VIII y ya como Al Cudiat** (collado en árabe), los Yunds sirios con el califa Walid, se establecieron alrededor de un castillo fortificado en la vega inmediata al Zalabí.

En el **X-XI se establece una nueva población** donde estaba la antigua Zalabí y erige un castillo que seguía en pie en el siglo XIV y que hoy es la ermita de San Buenaventura.

Hasta la primera mitad del XVI se la conoce como **Alcudia Alhambra** (Alcudia la Roja), por el color rojo de su ladera.

En **1489 fue conquistada por los Reyes Católicos** y pasó a pertenecer a la corona de Castilla.

En el **siglo XVI** era ya Alcudia una **villa notable por su riqueza agrícola** y porque todas sus casas tenían agua y extensos bienes comunales.

CONTEXTUALIZACIÓN

■ **HUELLA HISTÓRICA - EXFILIANA**

Exfiliana es la romana **Ex-Julia** (“fuera de Guadix”), fundada por los primeros cristianos llegados a Acci hacia el año 306 d.C.

Con la llegada de los **musulmanes** cambia su nombre a **Tustar** o **Xustar**, y en el **siglo XVI** fue otra vez **Yxfilyana**.

Después de la reconquista y tras la rebelión de los moriscos, **en 1568, quedó despoblada** debido a la expulsión de sus 25 vecinos, repoblándose más tarde con algunos cristianos viejos.

En 1628, junto con Alcudia, la villa de Exfiliana fue vendida y más tarde enajenada a Don Pedro Fernández Contreras, **primer conde de Alcudia**.

Personalidades de Exfiliana han sido el **poeta místico Al Xustari**, nacido en 1269 y el prolífico **escultor Torcuato Ruíz del Peral**, nacido en 1708.

CONTEXTUALIZACIÓN

■ **HUELLA HISTÓRICA - CHARCHES**

Respecto a Charches existen varias hipótesis respecto a su origen, pudiendo haber sido **lugar de paso de los musulmanes que iban de Guadix a Baza** tratando de eludir a los Reyes Católicos o **asentamiento, en el siglo XVI, de pastores del municipio cercano de La Calahorra** que dividieron el lugar en 12 suertes, que a su vez dieron origen al vigente sistema de riego de las tierras, por turnos, correspondiendo a cada suerte veinticuatro horas de agua.

Habiendo sido una de los pueblos más pobres de la provincia, quizás por su aislamiento y condiciones climáticas extremas, actualmente Charches es un **próspero pueblo típicamente serrano, dedicado a la agricultura extensiva, la ganadería y la explotación forestal** de la Sierra de Baza.

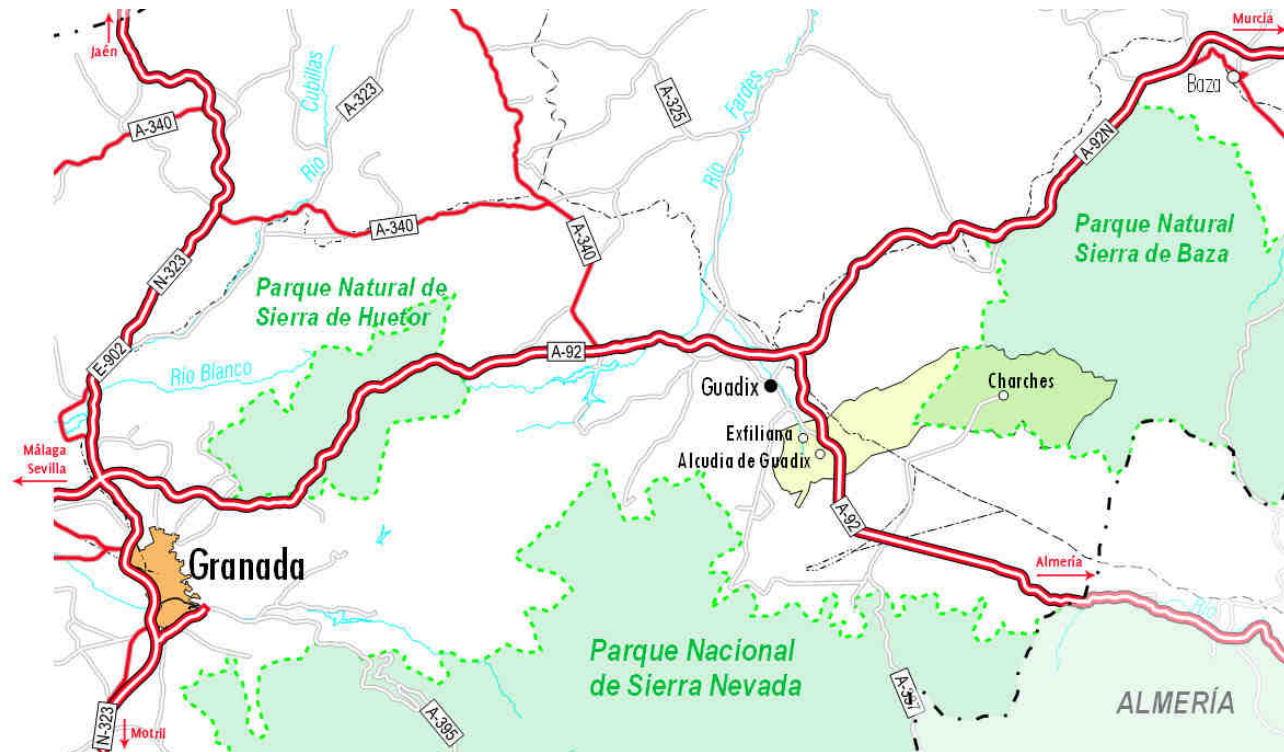
En 1852, segregada de Dólar, se unió a Charches la aldea denominada **Rambla del Agua**, cortijada de pastores situada a 1.430 msnm y que en el S.XIX llegó a acoger a 500 habitantes. En los años 60 quedó prácticamente despoblada. Actualmente ha sido recuperada gracias a vecinos y emigrantes retornados, que han hecho una gran labor en el acondicionamiento de esta aldea, recibiendo varios reconocimientos, como el **Galardón Andanatura al Desarrollo Sostenible** en 2009.

CONTEXTUALIZACIÓN

▪ **ACCESIBILIDAD** El Valle del Zalabí está bien comunicado con los principales núcleos de población de la provincia mediante la A-92. La carretera comarcal GR-6103 conecta Charches con la A-92.

▪ **Distancia entre el Valle del Zalabí y otras localidades:**

- **Guadix:** 6,5 km. por la N-324
- **Granada:** 70 Km. por la A-92
- **Almería:** 100 Km. por la A-92
- **Baza:** 57 Km. por la A-92N



CONTEXTUALIZACIÓN

■ COMUNICACIONES

- **Red ferroviaria:** La estación de trenes de Granada se encuentra a **74 km.** del municipio.
- **Vía aérea:** El aeropuerto de Granada-Jaén se encuentra **79 km.** del Valle del Zalabí.
- **Transporte autobús:** La estación de autobuses de Granada se encuentra a **71 km.** del municipio. Actualmente hay una línea de autobús desde el Valle del Zalabí a Granada, pasando por Guadix.
- **El Puerto de Almería se encuentra a 108 km.** del Valle del Zalabí.
- **Taxi:** hay servicio de taxi en el Valle del Zalabí



CONTEXTUALIZACIÓN. ESTRATEGIAS EN LAS QUE SE INTEGRA

■ **ADR Comarca de Guadix**

La Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Guadix pretende servir de núcleo de convergencia y representación de todas las instituciones, entidades y agentes, tanto públicos como privados, interesados en el desarrollo integral de los municipios que componen actualmente la Comarca de Guadix.

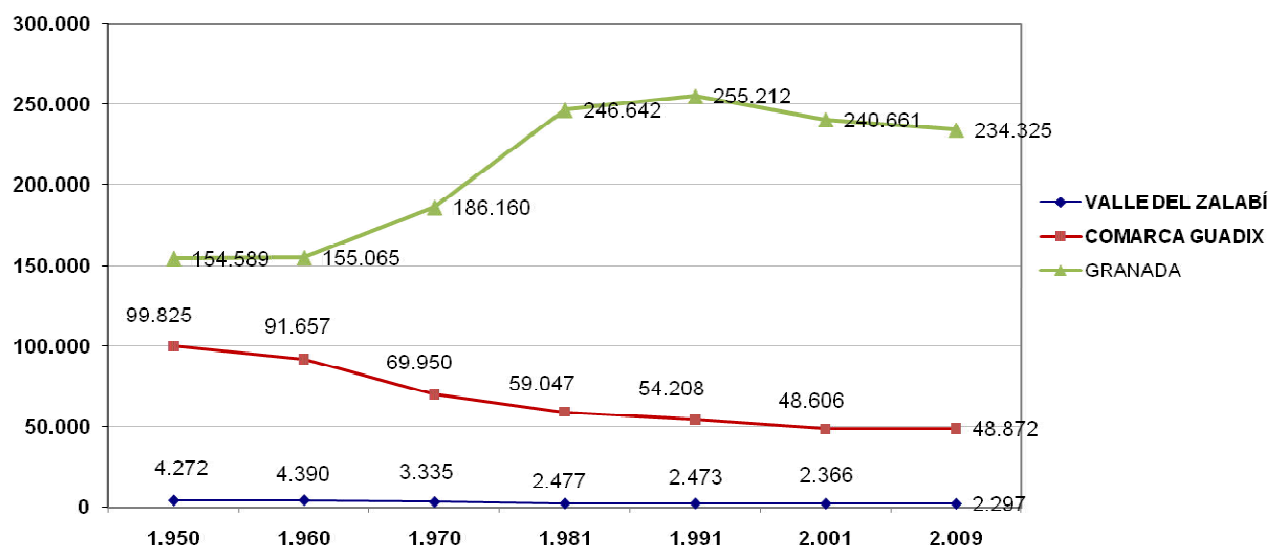
ADR Comarca de Guadix, con sede en Guadix, **engloba a más de 200 socios** entre ayuntamientos de la comarca, entidades financieras, asociaciones, empresas de distintos sectores y organismos públicos de la provincia y desde marzo de 2009 **actúa como GDR en la gestión de programas de dinamización de zonas rurales** en el marco de desarrollo 2009-2015, concretamente en el ámbito de la comarca de Guadix.

A través de este grupo de desarrollo rural se ha canalizado las ayudas provenientes del programa de **Iniciativa Turismo Sostenible** de la Junta de Andalucía.



DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL VALLE DEL ZALABÍ, COMARCA Y GRANADA CAPITAL

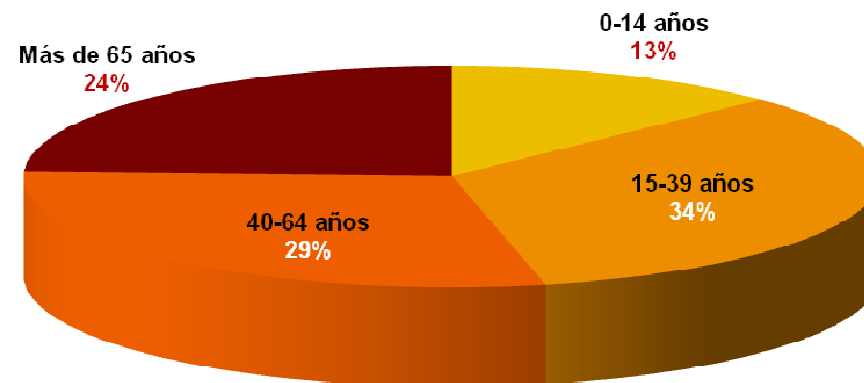


La población del Valle del Zalabí y de la Comarca de Guadix ha ido descendiendo paulatinamente desde 1.950 hasta la actualidad, disminuyendo alrededor del 50% su número de habitantes, debido a emigraciones hacia la capital y otros lugares. Granada capital, presenta aumentos considerables de población en la década de los 70, prolongándose su crecimiento hasta 1.991.

Fuente: IEA. Censos 1.950 – 2.001 y Padrón 2009. Elaboración propia

DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

■ DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN EDAD



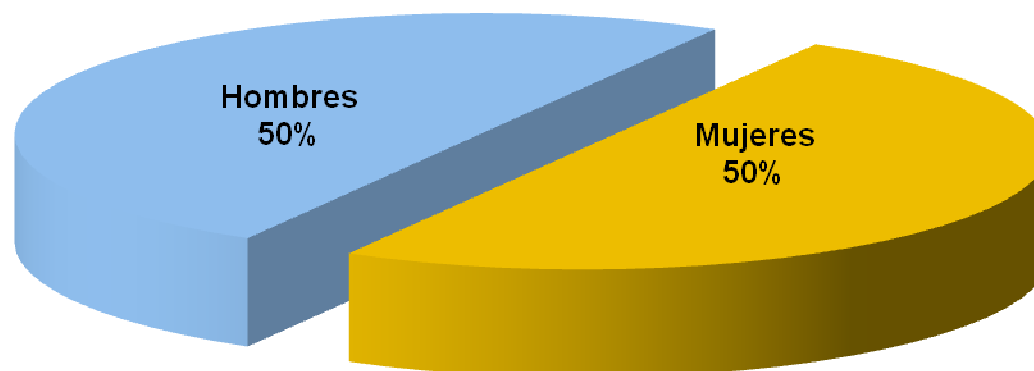
El 63% de la población pertenece al sector de la población en edad activa.

El índice de población mayor de 65 años supera al índice de población infantil .

Fuente: IEA. Padrón 2009. Elaboración propia

DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

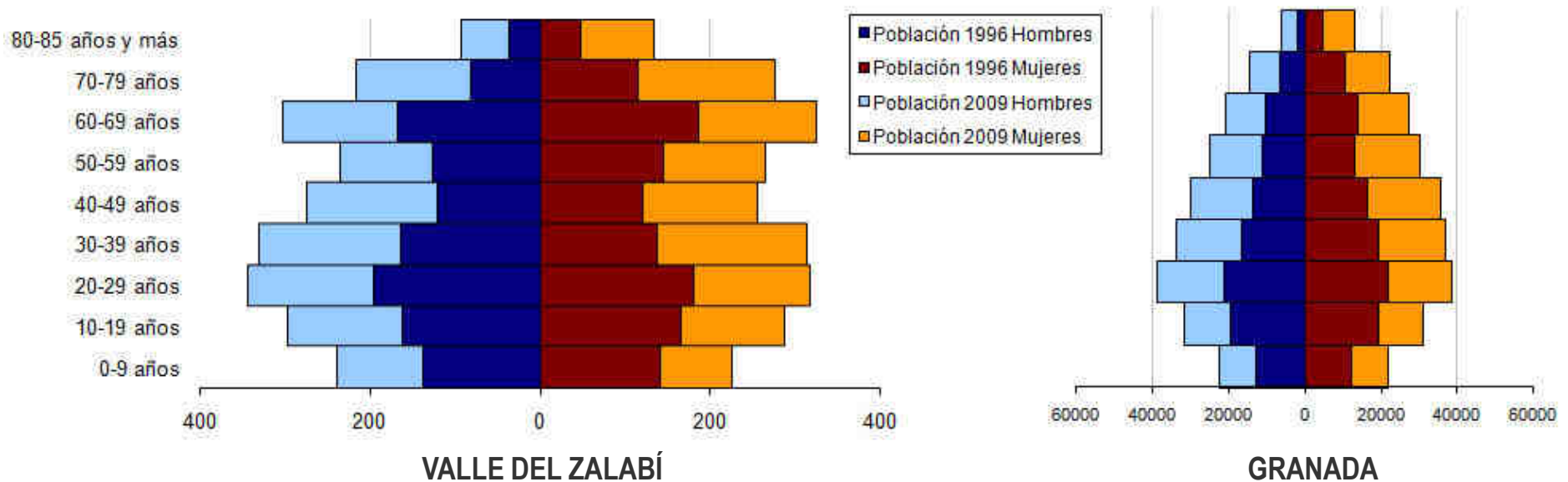
■ DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN SEXO



La población masculina y femenina del Valle del Zalabí está equiparada

DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

PIRÁMIDE POBLACIONAL. Comparativa Valle del Zalabí – Granada capital

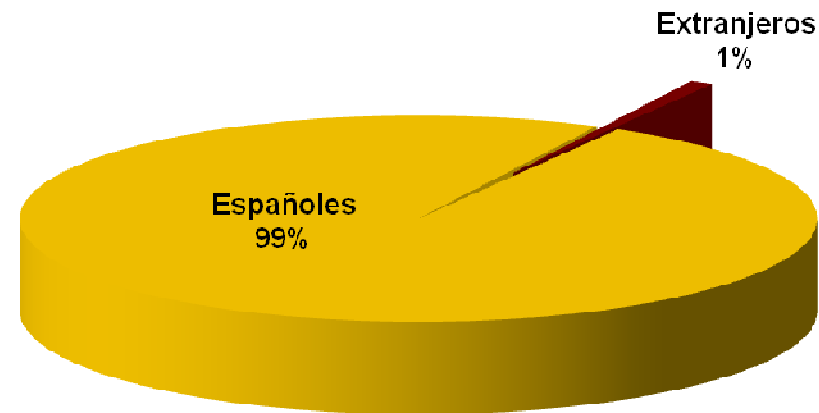


En ambos casos, el modelo de pirámide regresiva indica un envejecimiento de la población, acentuado en la última década. El Valle del Zalabí muestra una población baja en la franja de edad 40-59 años, hecho justificado por las emigraciones en las décadas de los 60 y 70.

Fuente: IEA. Padrón 1996 - 2009. Elaboración propia

DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

■ DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR NACIONALIDAD

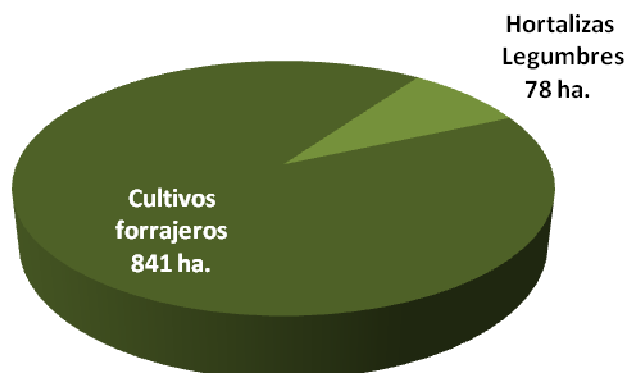


Sólo 22 personas empadronadas en el Valle del Zalabí son extranjeras, la mayoría procedentes de Europa y América.

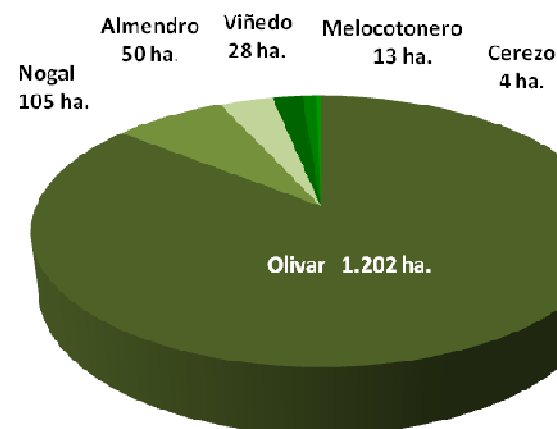
ANÁLISIS ECONÓMICO

ACTIVIDAD AGRÍCOLA

Superficie destinada a cultivos herbáceos



Superficie destinada a cultivos leñosos

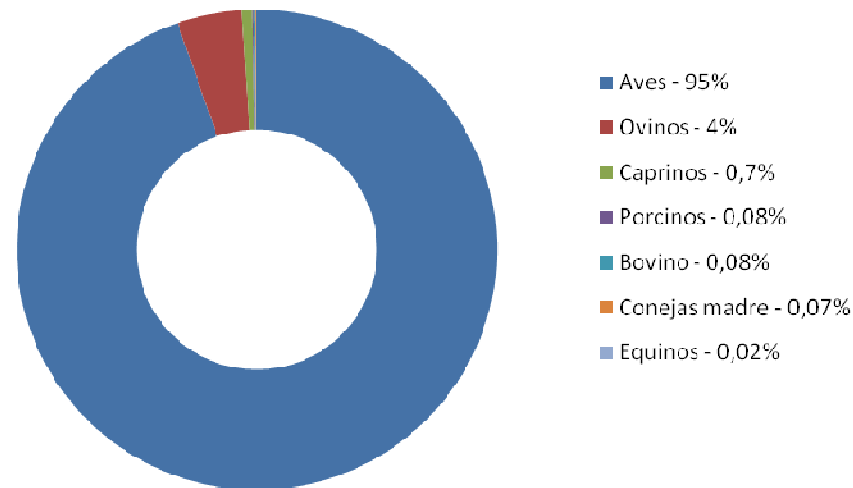


Se cultivan 2.321 Ha. en el municipio (1% de la superficie territorial), de las cuales el 60% están dedicadas a cultivos leñosos, donde predomina el olivo y el 40% a cultivos herbáceos, fundamentalmente cereales.

ANÁLISIS ECONÓMICO

ACTIVIDAD GANADERA

Cabezas de ganado por tipo



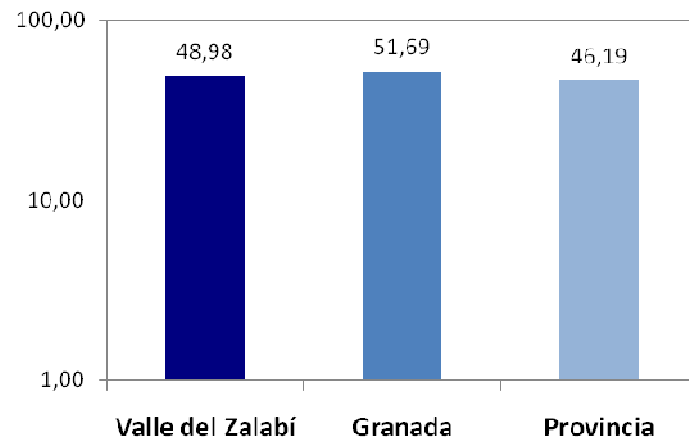
A pesar de no disponer de datos más recientes, es de destacar el volumen de cabezas de ganado con que cuenta el municipio, más de 200.000 en 1999, la mayoría de las cuales corresponden a aves pertenecientes a explotaciones ganaderas ubicadas en Charches.

Fuente: IEA. 1999

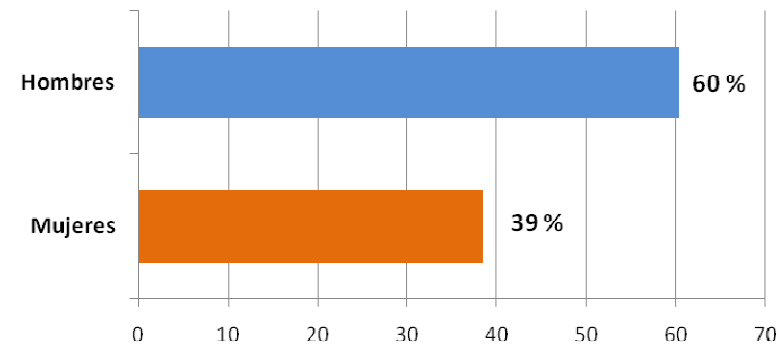
ANÁLISIS ECONÓMICO

■ TASA DE ACTIVIDAD

Tasa de actividad en Valle del Zalabí, Granada y provincia



Tasa de actividad por sexo en el Valle del Zalabí

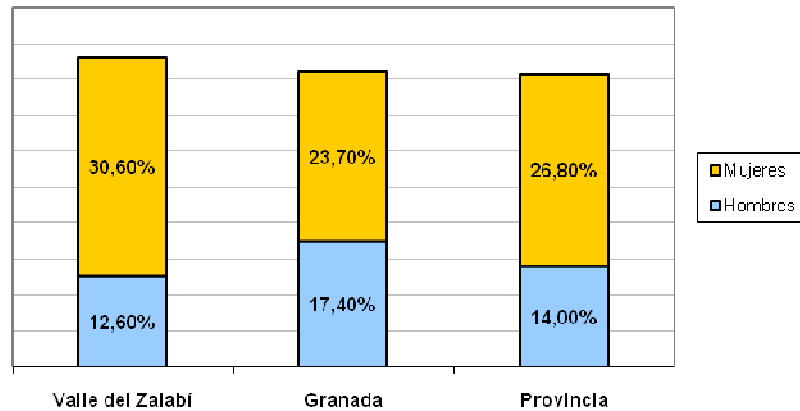


La tasa de actividad en 2001 en el Valle del Zalabí era similar a la de Granada y provincia. La tasa de actividad masculina era un 21% superior a la femenina en el Valle del Zalabí.

ANÁLISIS ECONÓMICO

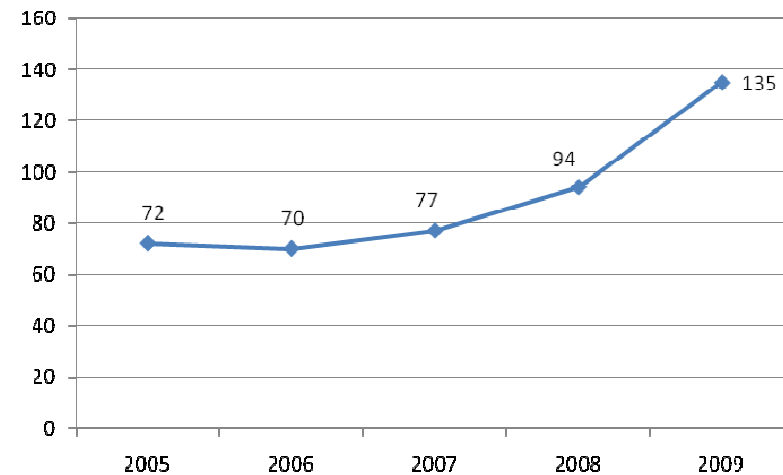
PARO REGISTRADO

Tasa de paro por sexo en Valle del Zalabí, Granada y provincia



Fuente: Censo 2001. Elaboración propia

Evolución del paro registrado en Valle del Zalabí



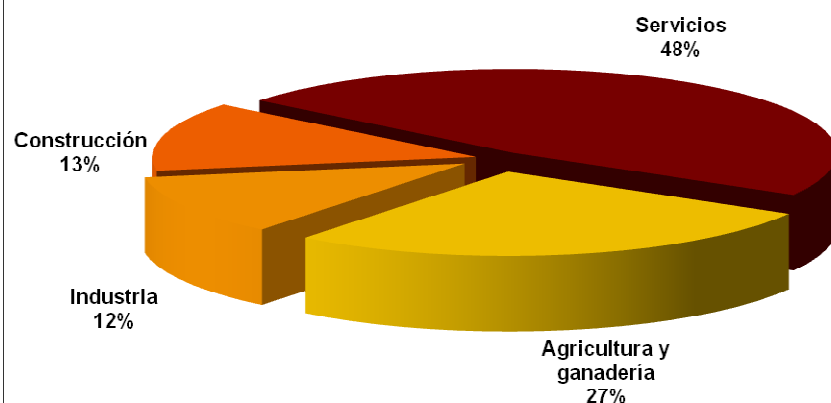
Fuente: SISPE 2009. Elaboración propia

Mientras que la tasa de paro masculino en el Valle del Zalabí es inferior a la de Granada capital y provincia, la tasa de paro femenina supera la tasa habida en 2001 en ambas zonas territoriales.

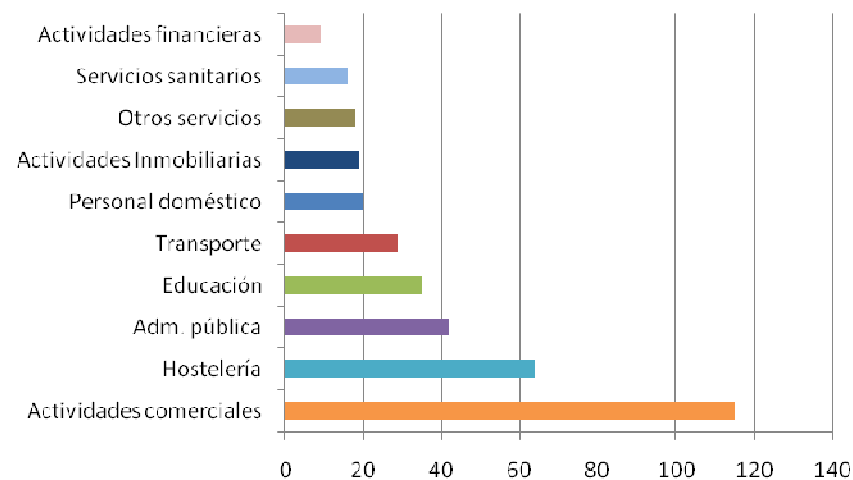
Se observa un aumento del paro en un 53% desde 2005 a 2009.

ANÁLISIS ECONÓMICO

OCUPACIÓN POR ACTIVIDAD



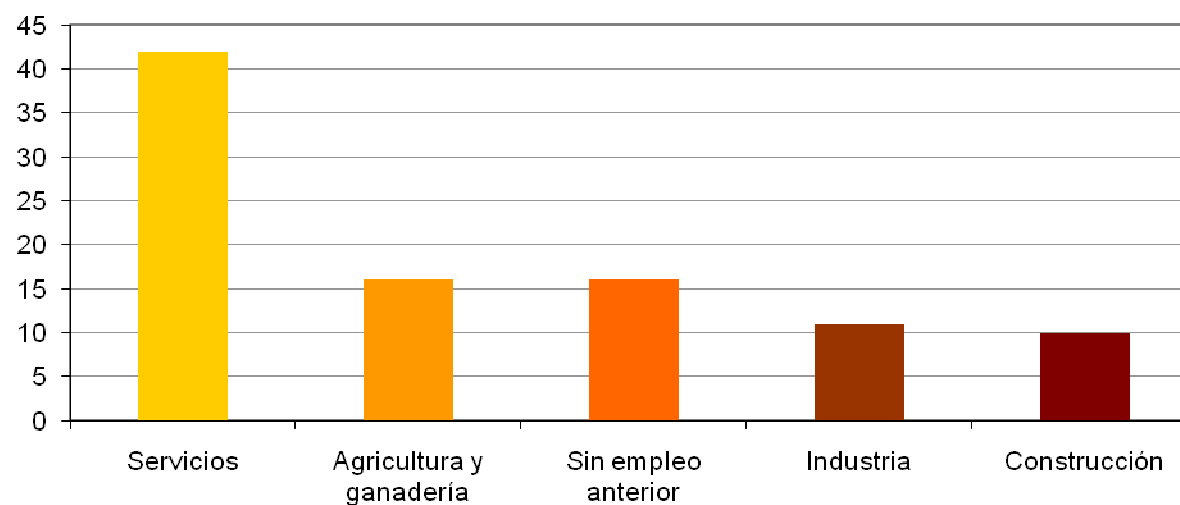
Actividades en el sector servicios de El Valle del Zalabí



El sector de servicios es el de mayor importancia en El Valle del Zalabí (48%), donde destaca la actividad comercial y la hostelería. El sector primario ocupa al 27% de la población.

ANÁLISIS ECONÓMICO

PARO REGISTRADO POR ACTIVIDAD



El 44% del paro se concentra en el sector **servicios**, donde destaca el paro registrado en **actividades comerciales y hostelería**.

Fuente: SISPE 2008. Elaboración propia

ANÁLISIS DEL ASOCIACIONISMO

▪ ASOCIACIONES RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO

Actualmente **no existe ninguna asociación de empresarios turísticos del Valle del Zalabí** activa u otra de carácter empresarial en la que se integren éstos.

Hay una **gran participación ciudadana** en el Valle del Zalabí que queda reflejada en la cantidad y variedad de asociaciones existentes: deportivas, asociaciones de mujeres, de jubilados, de jóvenes, de vecinos, de madres y padres, musicales o de cazadores.



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015



ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO

Oferta, demanda y recursos turísticos



**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

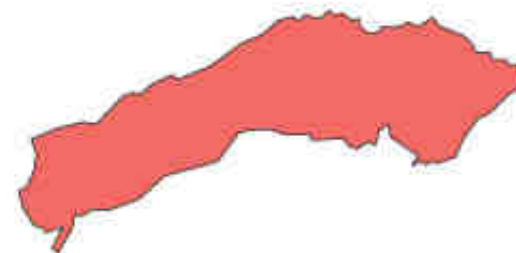
ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO



PROVINCIA DE GRANADA
48.475 Plazas



COMARCA GUADIX Y EL
MARQUESADO
2.563 Plazas



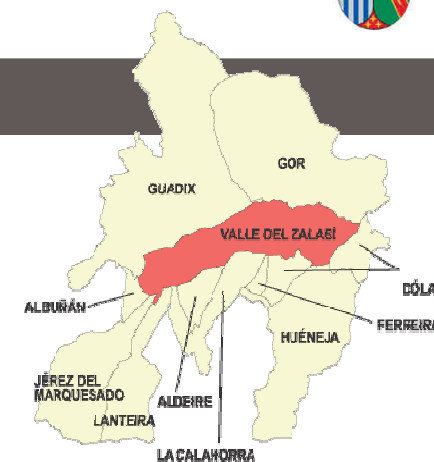
VALLE DEL ZALABÍ
73 Plazas

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Registro de Turismo de Andalucía (RTA). Patronato Provincial de Turismo 2009. Elaboración propia

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

■ OFERTA DE ALOJAMIENTO EN LOS MUNICIPIOS COLINDANTES

	Hoteles y pensiones		Apartamentos		Alojamiento rural		Camping y albergues		Total	
	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas
Guadix	6	310	4	144	8	135	-	-	18	589
Gor	2	91	2	52	2	24	-	-	6	167
La Calahorra	5	114	1	30	-	-	-	-	6	144
Jérez del Marquesado	1	46	-	-	2	20	1	65	10	131
Valle del Zabalí	-	-	1	60	1	23	-	-	2	83
Aldeire	2	52	-	-	-	-	-	-	2	52
Lanterira	-	-	1	27	1	16	-	-	2	43
Albuñán	-	-	-	-	2	41	-	-	2	41
Huéneja	1	20	-	-	-	-	-	-	1	20
Dólar	-	-	-	-	2	10	-	-	2	10
Ferreira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	17	633	8	253	19	339	1	65	51	1.280

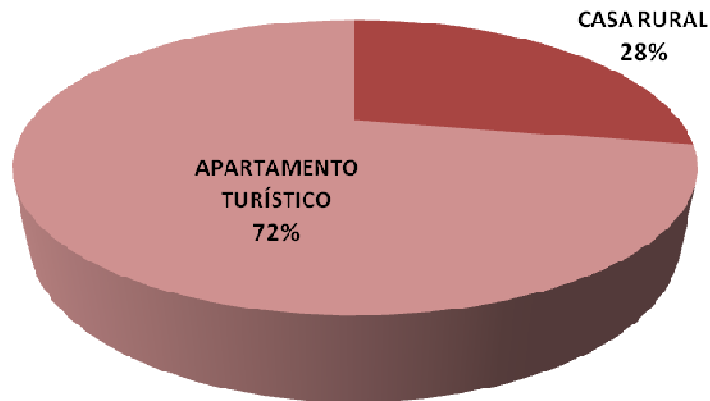


Las plazas de alojamiento del Valle del Zabalí suponen el 6% de las plazas existentes en los municipios colindantes.

Fuente: Patronato Provincial de Turismo de Granada 2009. Elaboración propia

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

■ PLAZAS DE ALOJAMIENTO EN EL VALLE DEL ZALABÍ



El nivel medio de ocupación ha disminuido mucho en los últimos años, situándose actualmente en torno al 30%.

Toda la oferta de alojamiento que ofrece El Valle del Zalabí corresponde a viviendas en cueva, ya sean como casa rural o apartamento turístico.

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

■ APARTAMENTO TURÍSTICO RURAL

CUEVAS DEL TÍO TOBAS - 60 plazas

Categoría: 1 llave

Certificaciones: Alojamiento acreditado con a Carta Europea de Turismo Sostenible – Punto de información del Parque Nacional de Sierra Nevada



■ CASA RURAL

ALOJASUR - 23 plazas

Categoría: Básica



Fuente: Patronato Provincial de Turismo 2009. Elaboración propia

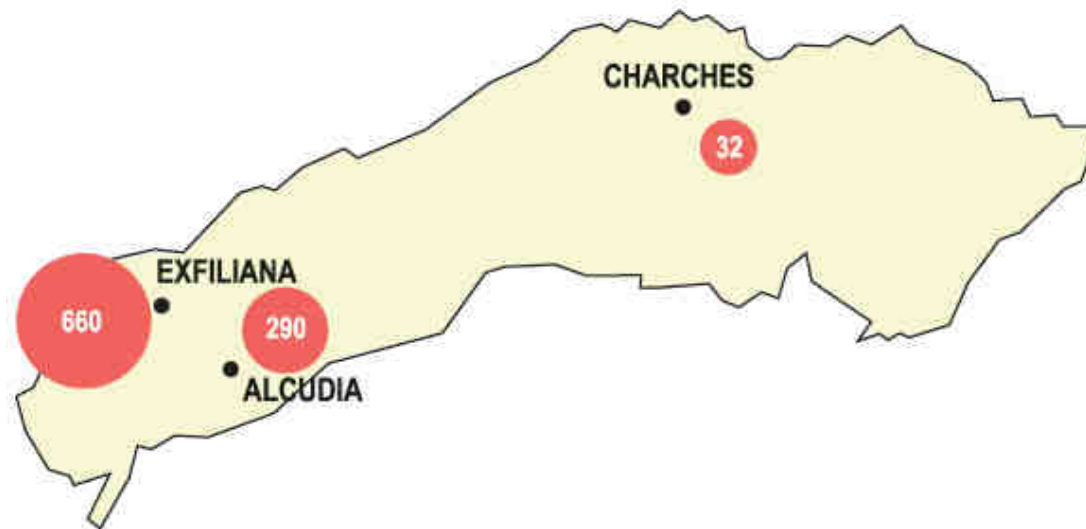


**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN



982
Plazas de restauración

Los restaurantes y casas de comidas del Valle del Zalabí están repartidos por sus tres núcleos urbanos. Exfiliana y Alcudia de Guadix concentran la mayoría de plazas de restauración

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN

- **ESTABLECIMIENTOS**
 - La oferta de restauración en el Valle del Zalabí es de **calidad media**.
 - Predomina la **cocina tradicional**.
 - El precio medio del menú es de **10 €** y el de la carta de **25 €**.
 - Uno de los restaurantes existentes está preparado para albergar **celebraciones**.
 - Existen varios bares y cafeterías en el Valle del Zalabí, que ofrecen **comidas y tapas tradicionales** al público.



Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE RESTAURACIÓN

ESTABLECIMIENTOS

		TOTAL PLAZAS
ALCUDIA DE GUADIX	RESTAURANTE MESÓN ANTONIO	120
	RESTAURANTE MESÓN TÍO TOBAS	120
	BAR MAGÁN	50
EXFILIANA	RESTAURANTE MENTA	660
CHARCHES	CAFÉ BAR CASA DOLORES	32
	TOTAL	982



Fuente: Elaboración propia



**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

OTROS ESTABLECIMIENTOS DE USO TURÍSTICO

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS DE USO TURÍSTICO

▪ **AGENCIA DE VIAJES**

- Ubicada en Alcudia de Guadix, la **agencia de viajes Magán** pertenece al grupo Sercom, y actualmente es **agencia emisora** con intención de actuar próximamente también como agencia receptiva.



**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

**ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ACTIVIDADES
COMPLEMENTARIAS**

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

■ ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Existe un amplio abanico de actividades organizadas a realizar en la comarca de Guadix y el Marquesado o en el entorno del Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada, relacionadas con el senderismo, esquí de fondo, visitas al patrimonio monumental y cultural de Guadix, visitas a bodegas, rutas en seg-way, servicios en balneario, vuelo en avioneta o globo sobre la comarca, cicloturismo, etc.

- Concretamente en el Valle del Zalabí, se ofrecen actividades organizadas desde el alojamiento rural Tío Tobas de: tiro con arco, tirolina y rutas en 4x4.
- **Rutas a caballo.** La empresa Cabacci gestiona un centro ecuestre situado en Alcudia de Guadix desde el que se ofrecen rutas a caballo guiadas.





**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE OCIO Y COMPRAS

ANÁLISIS DE LA OFERTA DE OCIO Y COMPRAS

▪ OCIO, COMPRAS Y OTROS SERVICIOS EN EL VALLE DEL ZALABÍ

- En el Valle del Zalabí existen **establecimientos de compras básicas**, como supermercado, tienda de muebles, panaderías, carnicerías, farmacia o estanco. La población acude a la cercana ciudad de Guadix para abastecerse de otras necesidades.
- En establecimientos de ocio, hay oferta de **bares, cafeterías y discoteca**.
- En el municipio se ubican otras empresas relacionadas con la construcción, la agricultura y ganadería, servicios inmobiliarios o el transporte.
- Existe una **agencia de viajes emisora** ubicada en Alcudia de Guadix, que tiene intención de actuar próximamente también como agencia receptiva.
- En el alojamiento Rural Tío Tobas se encuentra una **tienda orientada al turista** y especializada en productos artesanales de la zona (cerámica, tapices, forja, esparto, etc.), productos con la marca Parque Natural de Andalucía o productos gastronómicos.





**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS, INFRAESTRUCTURAS Y RECURSOS TURÍSTICOS

■ INTRODUCCIÓN

La población del Valle del Zalabí, no tiene conciencia turística, a no ser por la existencia de **iniciativas particulares** que han generado actividad turística en la zona, con la creación de alojamiento singular en casas cueva y productos turísticos definidos.

Con la **próxima apertura del Centro de Artesanía y Ecomuseo del pan Al Zalabí**, el panorama turístico del municipio va a cambiar sustancialmente, siendo necesario ofrecer servicios plenos para atender la futura demanda.

El Valle del Zalabí ofrece un amplio abanico de posibilidades para el turista. La experiencia única de alojarse en una **casa cueva**, su situación **entre tres parques naturales**, muy cerca del **Guadix monumental** y a media hora de **Granada capital**, hacen de este municipio un lugar privilegiado y atractivo para el turista.

Es necesario **articular productos turísticos con la participación de todos los agentes involucrados en el sector**.

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

■ INTRODUCCIÓN

Se han evaluado los recursos turísticos estableciendo cuatro jerarquías en función de su importancia y repercusión, según las técnicas de evaluación del potencial turístico del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio:

- **Jerarquía 4:** atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
- **Jerarquía 3:** atractivo excepcional en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **Jerarquía 2:** atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.
- **Jerarquía 1:** atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores. La mayoría de recursos turísticos de localidades pequeñas se encuentran en este nivel de valoración.

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS NATURALES

- **PARQUE NATURAL SIERRA DE BAZA.** Jerarquía: Nivel 2

Más de la mitad de la superficie territorial del municipio se encuentra comprendida dentro de los límites del Parque Natural Sierra de Baza.

El Parque Natural de Sierra de Baza, que cuenta con una extensión aproximada de 52.337 hectáreas, distribuidas entre los términos municipales de Baza, Caniles, Gor, Dólar y Valle del Zalabí (Charches), **presenta unos ecosistemas de alto valor ecológico**, con una importante biodiversidad animal y vegetal, donde se encuentran 1.500 especies de plantas, de ellas 147 endemismos ibéricos, béticos y granadinos, y 34 especies de mamíferos, de los cuales 7 son carnívoros, un centenar de aves y 25 especies de anfibios y reptiles.

En la **Fraguara**, paraje situado cerca de Charches, dentro del Parque Natural Sierra de Baza, se hallan tres fuentes reconocidas y un encinar mesomediterráneo.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS NATURALES

- **PARQUE NACIONAL DE SIERRA NEVADA.** Jerarquía: Nivel 3

El Valle del Zalabí se encuentra a escasos kilómetros de la vertiente norte del **Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada**, reconocido internacionalmente como **Reserva de la Biosfera** por su **riqueza geológica, botánica y faúnica**, con varias especies vegetales endémicas y variedad de invertebrados, algunos exclusivos del entorno, aves y mamíferos, donde destaca la cabra montés.

Con más de 85.000 ha, en este Parque se observan **cinco pisos de vegetación correspondientes al clima mediterráneo**.

El Parque de Sierra Nevada es el **cuarto parque más visitado** de España, con más de **650.000 visitas al año**, gran cantidad de aficionados al esquí, el montañismo, la pesca o el senderismo encuentran aquí un adecuado lugar de ocio y disfrute.

Enclaves destacables del Parque Nacional de Sierra Nevada fácilmente accesibles desde el Valle del Zalabí, son **El Puerto de la Ragua** o el **sendero Sulayr (GR-240)**.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS NATURALES

▪ **BADLANDS.** Jerarquía: Nivel 2

El impresionante paisaje compuesto por los *bad-lands* es el resultado de miles de años de acción erosiva sobre los blandos materiales depositados en el fondo de un antiguo lago, dando lugar a un extenso laberinto de ramblas, barrancos y cárcavas.

El aspecto desértico de los *bad-lands* no se corresponde con su realidad biológica, ya que es el hábitat de especies vegetales y animales especialmente adaptadas a los suelos arcillosos o salinos y a la escasez de agua. Es muy abundante el esparto y la retama y también son característicos los bosques galería en los cursos de agua permanentes.

En cuanto a la fauna, podemos destacar un variado grupo de mamíferos pequeños (zorro, tejón, etc.) y de aves insectívoras y rapaces.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS NATURALES

- **VEGA DE ALCUDIA Y EXFILIANA. Jerarquía: Nivel 1**

Suelo aluvial situado a la vera del Río Verde desde Alcudia a Exfiliana y salpicado de álamos, almendros, olivos, fuentes y molinos.

- **PINAR. Jerarquía: Nivel 1**

El municipio está rodeado de bosques de pinos, constituyendo parajes adecuados para la práctica de cualquier actividad en la naturaleza, como senderismo o rutas a caballo.

- **TEJEAS. Jerarquía: Nivel 1**

Obras hidráulicas antiguas hechas con piedras y picando hasta localizar suficiente caudal de agua para abastecer una fuente.

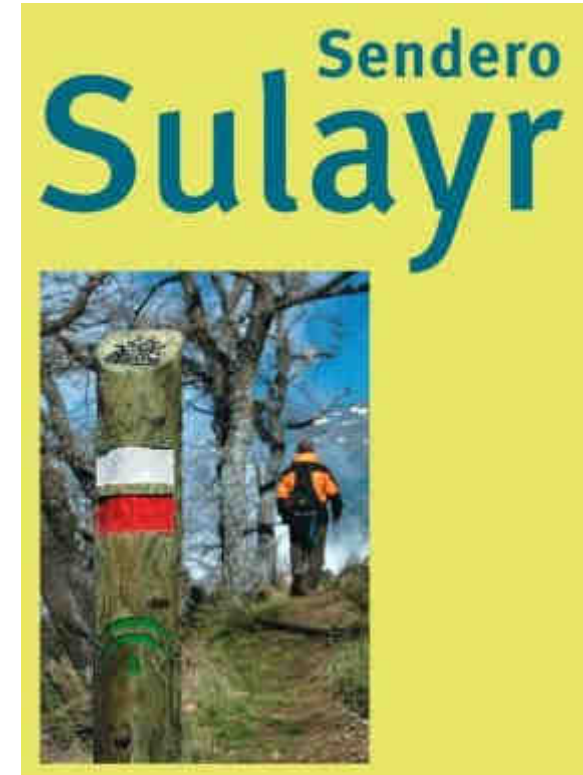
Existen dos tejeas el municipio, la del **Majuelo** y la del **Zalabí**, esta última puesta en valor recientemente y dotada de un pequeño lago, bancos y mesas.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS DEPORTIVOS

- **SENDERISMO.** Jerarquía: Nivel 2
- Existen **multitud de posibilidades** para los amantes del senderismo en el Valle del Zalabí o cerca del municipio.
- En **Charches** se encuentra el **PR-A 116** (Rambla del Agua - Chaches), homologado por la FAM con 8,5 km. de recorrido.
- En la **comarca de Guadix** hay otros **ocho senderos** de pequeño recorrido homologados por al federación andaluza.
- En Sierra Nevada y su entorno existen **dos senderos de gran recorrido** homologados y señalizados por la FAM, el **GR 7 E-4** y el **GR 240**, nombrado también sendero Sulayr.



Fuente: Federación Andaluza de Montañismo

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS DEPORTIVOS

- **INSTALACIONES DEPORTIVAS AL ZALABÍ. Jerarquía: Nivel 1**
 - Inaugurado en el verano de 2009, este complejo deportivo supone un atractivo para habitantes de la comarca de Guadix y visitantes, al ser el **único campo de césped artificial de esta zona.**
 - Se compone de un campo de fútbol 11, dos campos de fútbol 7, dos pistas de padel, una pista de tenis y zona para la práctica del baloncesto.
 - El conjunto integra elementos propios de la zona, como el espectacular paisaje entre badlands, pinos y el macizo de Sierra Nevada o las mismas instalaciones de vestuarios, servicios y sala VIP en cueva.
 - Estas instalaciones deportivas se hallan en Alcudia de Guadix, junto al futuro Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan y la Plaza de Toros.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS PATRIMONIALES

- **IGLESIA DE LA ANUNCIACIÓN. Alcudia de Guadix.**
Jerarquía: Nivel 1

Edificada en 1545 encima de la antigua mezquita árabe, esta iglesia ha soportado más de un incendio. Es una iglesia basilical de cruz latina, con tres naves y presbiterio, cuyo artesanado es posiblemente mudéjar. Su portada es de estilo renacentista, realizada en piedra. Se conserva parte del artesanado original, la capilla del baptisterio y algunas reliquias del S.XVIII.



- **IGLESIA DE SANTA MARÍA DE LA ANUNCIACIÓN. Exfiliana.**
Jerarquía: Nivel 1

Construida entre 1540 y 1570, esta iglesia de planta basilical y con una cúpula renacentista, conserva cuadros de gran valor como el cuadro de los Santos Mártires, Juan y Pablo, patronos de la localidad, así como un relicario barroco en plata de 1806.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS PATRIMONIALES

- **IGLESIA PARROQUIAL DE CHARCHES.**

Jerarquía: Nivel 1

Iglesia abierta al culto en honor de San Marcos, patrón de la localidad cuyas fiestas se celebran el 25 de abril.

- **ERMITAS.** Jerarquía: Nivel 1

Las ermitas del Valle del Zalabí, aunque pequeñas y sencillas en su diseño son protagonistas de las multitudinarias romerías que sacan en procesión a sus santos, como la ermita de **San Antón**, la de **San Buenaventura**, la de **las Ánimas** o la del **Zalabí**, origen de la romería de la Virgen de la Cabeza, una de las más importantes.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS PATRIMONIALES

▪ **RINCONES CON ENCANTO. Jerarquía: Nivel 1**

La corporación municipal ha apostado por poner en valor **25 puntos** repartidos por el municipio, para el disfrute de vecinos y visitantes. Parques, puentes, ermitas, plazas o antiguos lavaderos en desuso se van revitalizando y embelleciendo, como es el caso de la tejea del Zalabí, obra hidráulica del S. XI, el lavadero o el parque Al Xustari.

▪ **MIRADORES. Jerarquía: Nivel 1**

El **Mirador del Monterón**, recientemente acondicionado, tiene vistas impresionantes a Sierra Nevada, la vega y el bosque de pinos.

- El **Mirador de San Gregorio**, también puesto en valor, es punto de inicio de la visita al Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan, desde donde el visitante puede ubicarse y comprender la morfología del territorio. El consistorio prevé realizar enlaces civiles y otros eventos en este mirador.

- **Mirador de S. Buenaventura, Mirador de las Animas**, junto a las ermitas que les dan nombre y **Mirador del Pinar**.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS PATRIMONIALES

- **PLAZA DE TOROS.** Jerarquía: Nivel 2

De propiedad municipal, la Plaza de Toros de Alcudia de Guadix, de tercera categoría y con aforo para **2.500 localidades**, se está rehabilitando para hacerla **accesible a discapacitados** y albergar un gimnasio y zona de saunas en los bajos.

Esta plaza de toros de **uso polivalente**, pretende ser un lugar para la celebración de eventos de distinta índole, aparte de las propias corridas de toros que se realicen, como conciertos, ferias y congresos u otros eventos.



- **FUENTE DE LOS 7 CAÑOS Y LAVADERO DE CHARCHES.** Jerarquía: Nivel 1

Fuente porticada antiguamente usada como lavadero.

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS PATRIMONIALES

- **CUEVAS DE LOS ANTEOJOS.** Jerarquía: Nivel 1

Conjunto troglodítico situado en la margen izquierda del Río Verde y excavado en el acantilado a modo **refugio y atalaya** en tres niveles.

El estado de conservación de este monumento es bastante bueno permitiendo una buena lectura, si bien en la actualidad se encuentra parcialmente relleno de escombros procedentes de reformas inacabadas.

- **EL CIGÜENÍ.** Jerarquía: Nivel 1

Pequeño poblado que antiguamente estaba situado a la orilla izquierda del Río Verde, lindando con Exfiliana y Alcudia. Actualmente se conservan los **restos del aljibe** que abastecía a la población, datado del primer milenio antes de Cristo.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

▪ **TROGLODITISMO.** Jerarquía: Nivel 3

El trogloditismo, arquitectura excavada en tierra que **surgió en época árabe** como sistema defensivo y de almacenaje, constituyendo posteriormente una forma de vivienda marginal habitada por la gente más humilde, forma parte de la **cultura del Valle del Zalabí**.

Actualmente las casas cueva son una **seña de identidad** y un **recurso para el desarrollo económico** de gran parte de los pueblos enclavados en la zona norte de la provincia de Granada, entre ellos el Valle del Zalabí, donde más de doscientos de sus habitantes viven en una casa cueva, ofreciéndose algunas como alojamiento rural.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

▪ TROGLODITISMO

Las Casas cueva son **viviendas bioclimáticas** al conservar la misma temperatura todo el año (entre 18°C y 20°C), aislar de forma natural ruidos del exterior y estar compuestas de materiales naturales, como la arcilla.

La mayoría de las cuevas presentan una **arquitectura irregular** de formas curvilíneas, al adaptarse la construcción al relieve del terreno que la alberga. Destacan las **chimeneas** en forma de cono o cilindro que salpican las colinas y barrancos del municipio.

La sensación de **tranquilidad y quietud** que se obtiene dentro de una casa cueva permite obtener un descanso pleno.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

- **MUSEO RUÍZ DEL PERAL.** Jerarquía: Nivel 2

Durante los últimos años ha permanecido abierta la exposición permanente de fotografías sobre la obra del escultor imaginero Torcuato Ruíz del Peral, personaje ilustre del Siglo de las Luces en el salón sociocultural que lleva su nombre y ubicado en Exfiliana. El Ayuntamiento prevé tener próximamente terminado un centro de interpretación dedicado a su trayectoria.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

▪ MUSEO ETNOGRÁFICO DE LA RAMBLA DEL AGUA.

Jerarquía: Nivel 1

Acondicionado por la asociación de vecinos Rambla del Agua, este museo muestra diversos utensilios y aperos propios del medio rural así como indumentarias tradicionales y fotografías.

El museo recibe pocas visitas al año, en torno a 180 personas. La visita es guiada y debe concertarse telefónicamente y con anticipación.



▪ ERAS DE CHARCHES. Jerarquía: Nivel 1

Populares eras de trilla, con una arquitectura popular muy singular y dignas de conservar, en cuyo empedrado son utilizados materiales autóctonos de la Sierra de Baza.

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

▪ FIESTAS Y TRADICIONES

El Valle del Zalabí cuenta con un amplio calendario de fiestas populares. Las más interesantes de cara al turismo son:

▪ LA ROMERÍA DEL ZALABÍ O ROMERÍA DE LA VIRGEN DE LA CABEZA. Jerarquía: Nivel 2

Se celebra cada último domingo de abril en Exfiliana, en honor a su patrona. Esta tradición, que se remonta al S. XVI, cuenta con la participación de miles de visitantes y devotos de toda la comarca.

▪ SAN MARCOS. Jerarquía: Nivel 1

Se celebra en Charches el 25 de Abril, en honor al patrón de la localidad. Se reparten los tradicionales roscos de pan.

▪ SAN BUENAVENTURA. Jerarquía: Nivel 1

Patrón de Alcudia. Se celebra en Julio con gran ambiente festivo y devoción. En algunas ocasiones se realizan corridas de toros con motivo de la festividad.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

▪ FIESTAS Y TRADICIONES

▪ FIESTA DEL SANTO CRISTO DE LA LUZ. Jerarquía: Nivel 1

Fiesta mayor de Alcudia que se celebra a mediados de septiembre.

▪ FIESTAS PATRONALES DE LOS SANTOS MÁRTIRES. Jerarquía: Nivel 1

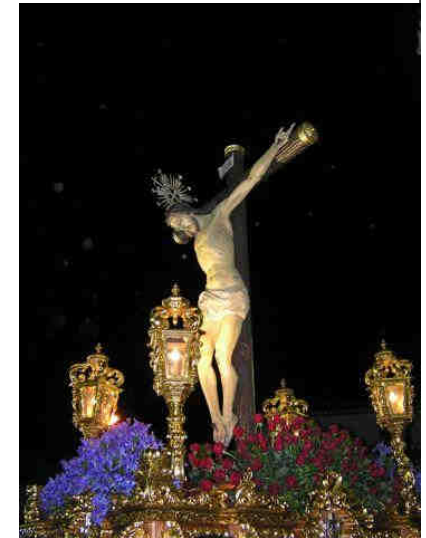
Se celebran en Exfiliana a finales de junio.

▪ SAN ANTÓN. Jerarquía: Nivel 1

Se celebra en enero en honor al patrón de los animales. Se hacen hogueras por las calles de los pueblos.

▪ SEMANA SANTA. Jerarquía: Nivel 2

La Semana Santa de Alcudia de Guadix es una de las más importantes de la comarca. Cuenta con cinco pasos entre el Jueves y el Viernes Santo y gran cantidad de devotos,.



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

RECURSOS ETNOLÓGICOS

▪ **GASTRONOMÍA.** Jerarquía: Nivel 2

El Valle del Zalabí ofrece una **cocina tradicional y muy variada**.

Un hecho diferenciador radica en el pan. El famoso “**Pan de Alcudia**” es conocido en toda la provincia, al ser uno de los pocos municipios que todavía hoy ofrece pan cocido en horno de leña.

Entre sus platos típicos destacan: las **migas**, **gachas** y **andrajos**, las **chacinas**, las **tarbinas**, los **tallarines**, **ajillo de conejo** o de **choto**, el **rinran**, los **sustentos** o el **puchero**, entre otros.

El **aceite y el vino**, son otros rasgos característicos de la gastronomía vallezalabiteña, al igual que los **dulces**, con distintas especialidades: pastelitos, almendrados, roscos de vino o de anís, etc.

Todos los bares del Valle del Zalabí ofrecen **tapas gratuitas** con la bebida, muestra muy apreciada de la gastronomía popular.





**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL. Datos comparativos de 2009 respecto 2008. En Andalucía, primer destino en turismo de interior aumentó el turismo nacional en 2009 respecto al 2008 y la estancia media del turismo global. Granada ha registrado un descenso generalizado del turismo en un 7,32%.



ESPAÑA		ANDALUCÍA		PROVINCIA DE GRANADA	
TURISTAS NACIONALES	- 0,7%	TURISTAS NACIONALES	2,7 %	TURISTAS NACIONALES pernoctando en establecimientos hoteleros	- 6,3%
158.900.000	↓	28.454.420	↑	1.298.288	↓
ESTANCIA MEDIA	= (4,3 noches)	ESTANCIA MEDIA	↑ 2,3 %	PERNOCTACIONES	↓ - 0,3%
TURISTAS INTERNACIONALES	- 8,7%	TURISTAS INTERNACIONALES	- 7,7%	TURISTAS INTERNACIONALES pernoctando en establecimientos hoteleros	- 8,3%
52.231.099	↓	7.400.000	↓	749.880	↓
ESTANCIA MEDIA	↑ 1,9%	ESTANCIA MEDIA	↑ 3,2%	PERNOCTACIONES	↓ -18,6%

Fuente: IET-Frontur-Familiatur . Balance del turismo interior 2009

Fuente: PTG. INE – Balance 2009



**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

**GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y
ACCIONES PROMOCIONALES**

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y ACCIONES PROMOCIONALES

ESTRUCTURA INFORMATIVA ACTUAL DEL MUNICIPIO

- Actualmente no existe ninguna Oficina de Información Turística en el Valle del Zalabí realizando únicamente el Ayuntamiento las funciones de información que soliciten los visitantes, aunque restringido al horario del mismo.
- El Ayuntamiento tiene intención de instalar un punto de información turística en el municipio.
- El futuro Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan podría albergar un punto de información turística.
- El complejo rural “Cuevas del Tío Tobas” tiene la Carta Europea de Turismo Sostenible y es oficialmente Punto de Información del Parque de Sierra Nevada.



GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y ACCIONES PROMOCIONALES

ACCIONES PROMOCIONALES

- El Ayuntamiento del Valle del Zalabí **no dispone prácticamente de material promocional dedicado al turismo en papel**, aunque tiene editada una guía de la ruta de senderismo existente en la Sierra de Baza y edita una **revista informativa** sobre la actualidad en el municipio.
- En breve se inaugurará el **portal dedicado al municipio del Valle del Zalabí (www.valledelzalabi.org)**. Este portal contiene la información básica sobre recursos y establecimientos turísticos y la intención es vincularlo a las redes sociales.
- El Valle del Zalabí tiene **poca presencia en ferias** dedicadas al turismo.
- Los **establecimientos turísticos disponen de material promocional en papel** (tarjetas y folletos), y la mayoría tiene presencia en internet, aunque es escasa la oferta de **promociones puntuales** en beneficio de su negocio.





**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN
EMPRESARIAL DEL CENTRO
DE ARTESANÍA AL ZALABÍ**

2011-2015

**INICIATIVAS Y ACCIONES TURÍSTICAS
EMPREDIDAS**

INICIATIVAS Y ACCIONES TURÍSTICAS EMPRENDIDAS

PROYECTOS MUNICIPALES

- La corporación actual ha impulsado multitud de proyectos de interés turístico a través de su plan director, **Plan + Vida**, que incluye propuestas tales como:
 - **Plan de modernización de infraestructuras**, que incluye varios proyectos para la mejora de viales, saneamientos, telecomunicaciones, recogida de basuras selectiva o punto verde entre otros proyectos.
 - **Plan de equipamientos públicos**, donde destaca la realización del Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan, el Parque Periurbano, las nuevas instalaciones deportivas, reforma de la Plaza de Toros, spa y piscina, etc.
 - **Plan de embellecimiento y revitalización**, con las recuperación de espacios públicos de uso social. Incluye proyectos como: creación de 25 rincones con encanto en Alcudia y Exfiliana.
 - **Plan de revitalización de Charches**, con arreglo de espacios públicos.
 - **Normativa de protección de la estética urbana**

INICIATIVAS Y ACCIONES TURÍSTICAS EMPRENDIDAS

PROYECTOS MUNICIPALES

- Otros proyectos municipales, algunos terminados, otros por iniciar y otros pendientes de terminar son: **creación de un albergue, creación de un vivero de empresas, creación del Parque Periurbano y miradores turísticos, Museo de Torcuato Ruíz del Peral, Aeródromo del Valle del Zalabí.**

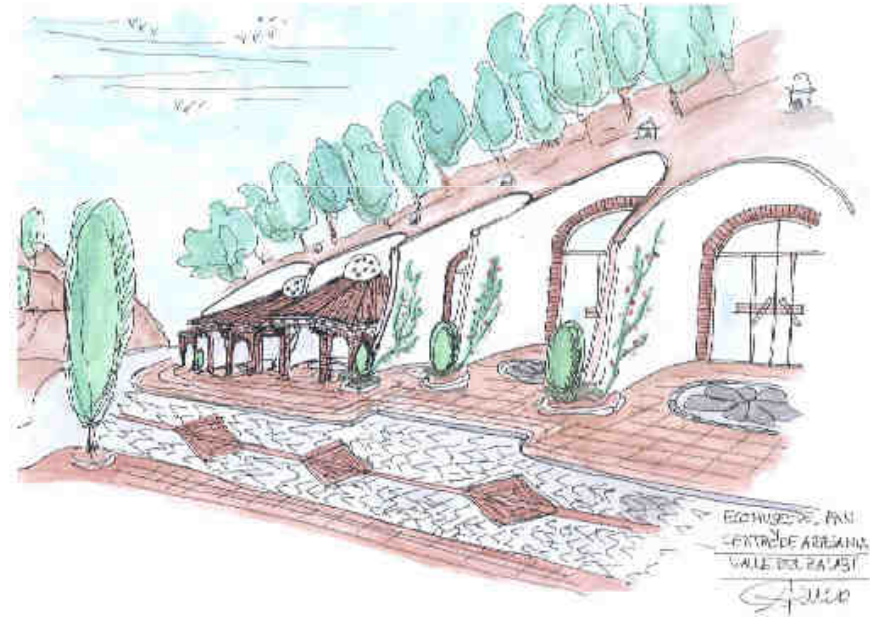
INICIATIVAS Y ACCIONES TURÍSTICAS EMPRENDIDAS

PROYECTOS MUNICIPALES

▪ CENTRO DE ARTESANÍA Y ECOMUSEO DEL PAN

Único museo vivo en cueva, el Centro Al Zalabí, proyecto de interés turístico y social, combina en sus instalaciones exposiciones y talleres relacionados con la **actividad rural y etnográfica de la comarca de Guadix y el Marquesado**.

El Centro ofrece **experiencias auténticas a turistas** que participan en los distintos talleres y posibilita la **recuperación y el fomento de la cultura popular** y los oficios artesanos propios de la zona, mediante programas de formación destinados a la población.



INICIATIVAS Y ACCIONES TURÍSTICAS EMPRENDIDAS

PROYECTOS MUNICIPALES

▪ CENTRO DE ARTESANÍA Y ECOMUSEO DEL PAN

El Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan consta de:

- **Sala de audiovisuales y de usos múltiples**, donde se proyectarán presentaciones de las distintas visitas posibles y se realizarán encuentros y conferencias.
- **Exposición del Trogloditismo en el Mundo**, muestra de los diferentes usos del patrimonio troglodítico en distintos lugares del mundo.
- **Ecomuseo del Pan**, con talleres de elaboración de pan de forma tradicional de la mano de panaderos profesionales autóctonos y talleres de confitería tradicional.
- **Taller de alfarería** destinado tanto a visitantes como a habitantes de la zona
- **Bodega-mesón**, con presencia de todos los vinos de la comarca y talleres de cata de vino.
- **Muestra de artesanía** de la comarca de Guadix y el Marquesado



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015

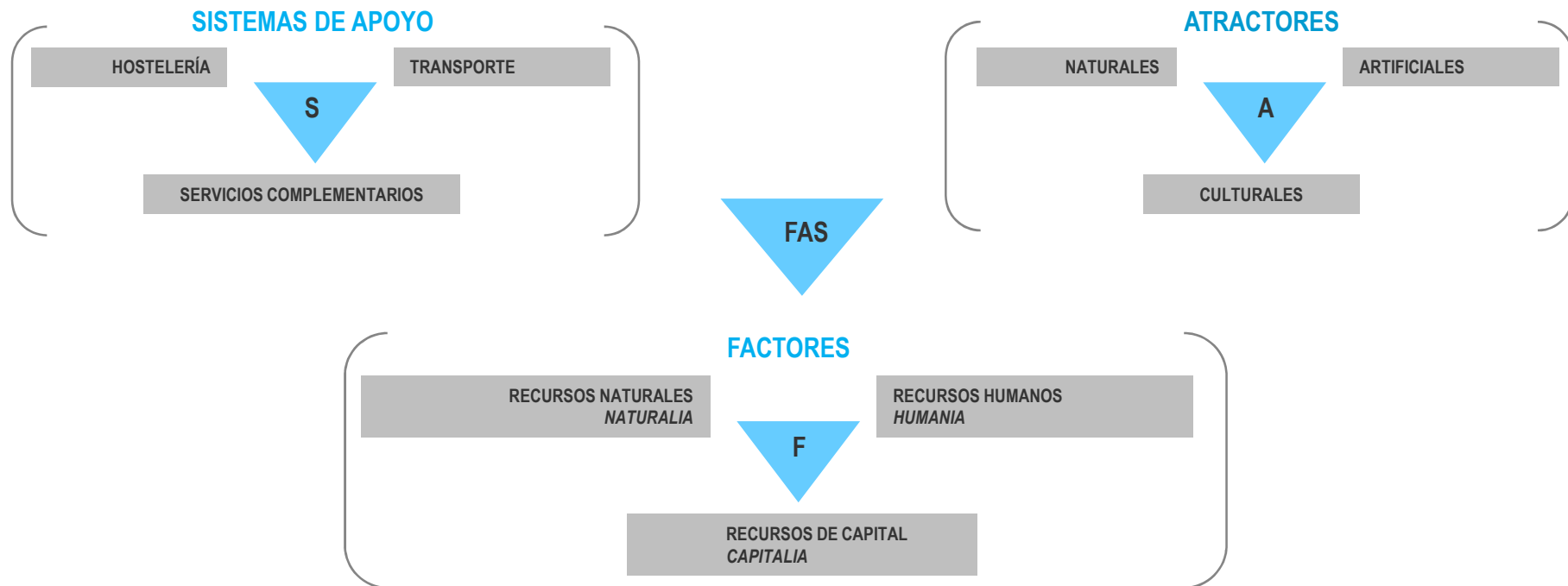
ANÁLISIS DAFO

Análisis del Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan Al Zalabí, junto con los aspectos más destacables del destino que puedan interferir en el desarrollo del centro.

ANÁLISIS DAFO

EL MODELO FAS – OMT DEL TURISMO

El modelo **FAS** (factores – o recursos –, atractores y sistemas de apoyo) **propuesto por la Organización Mundial del Turismo** tiene como finalidad ordenar y clasificar los elementos principales que configuran un destino turístico, de forma que sea posible analizar los componentes del mismo y, en fases posteriores, sus relaciones. El esquema base de este modelo es el siguiente:



ANÁLISIS DAFO

FACTORES O RECURSOS

Los recursos de un destino turístico contribuyen a formar la estructura productiva de dicho destino. Su caracterización se basa en la siguiente distinción:

a) Recursos naturales, que se dividen, a su vez, en:

- Agua.
- Tierra.
- Clima.

b) Recursos humanos. Los recursos humanos son el eje clave para una óptima gestión del desarrollo turístico y, más concretamente, del capital humano. Podemos dividirlos en:

- Capital humano.
- Tradiciones culturales, mitos y leyendas.
- Condiciones laborales del lugar de trabajo.

c) Recursos de capital. Los recursos de capital completan esta caracterización. Los desglosamos en:

- Capital financiero existente.
- Capital físico existente (aeropuertos, puertos, carreteras, ferrocarril, etc.).
- Potencialidades de atracciones de capitales foráneos.

ANÁLISIS DAFO

FACTORES : RECURSOS NATURALES

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Baja educación ambiental entre la población local.• Degradación del medio natural y riesgos ambientales.	<ul style="list-style-type: none">• Entorno natural privilegiado, diverso y con rasgos diferenciales: Badlands, espacios protegidos, sierra, vega, pinares.• Clima benigno• Medio ambiente limpio y no contaminado
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Cambio climático.	<ul style="list-style-type: none">• Incremento en la valoración de los recursos naturales por parte de los organismos capaces de financiar su puesta en valor.• Tendencia hacia la implantación de técnicas de agricultura ecológica.• Implantación de la Agenda Local 21• Aumento de la conciencia ambiental por parte de la sociedad europea.

ANÁLISIS DAFO

FACTORES : RECURSOS HUMANOS

DEBILIDADES

- Bajo nivel de profesionalidad y de conocimiento de idiomas en los negocios turísticos.
- Escasez de personas emprendedoras y con una formación especializada en el sector turístico.
- Inexistencia de técnico de turismo municipal.
- Elevada tasa de paro concentrada en el sector de servicios.
- Bajos niveles asociativos de las empresas turísticas.
- Escasa cooperación público-privada.
- Envejecimiento de la sociedad

FORTALEZAS

- Corporación municipal comprometida con el desarrollo turístico, cultural y socioeconómico del territorio.
- Existencia de fiestas y tradiciones emblemáticas y conocidas.
- Carácter participativo de la gente del Valle del Zalabí y consiguiente predisposición hacia el asociacionismo
- Creación de empleo a través de los distintos proyectos emprendidos por el Ayuntamiento y de la implantación de la empresa Cementos del Marquesado, S.A.
- Existencia de una agencia de viajes con pretensiones de trabajar el turismo receptivo.

AMENAZAS

- Existencia de oportunidades de empleo fuera del territorio capaces de provocar la fuga de los recursos humanos locales.

OPORTUNIDADES

- Existencia de programas de formación subvencionados.
- Incorporación de la mujer al mercado laboral.
- Existencia del Grupo de Desarrollo Rural de Guadix.
- Plan de Marketing Turístico del Altiplano y Guadix
- Creación de empleo a través de la formación de profesionales en el sector artesano.

ANÁLISIS DAFO

FACTORES : RECURSOS DE CAPITAL

DEBILIDADES

- Mentalidad de economía subsidiaria.
- Casco urbano de Charches alejado de Alcudia y Exfiliana.
- Carretera de acceso a Charches estrecha.

FORTALEZAS

- Situación geográfica óptima, cerca de Guadix y entre Granada y Almería. Buena conexión con el Levante.
- Inversión realizada en el Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan, capaz de crear riqueza.
- Acceso directo a la autovía Almería- Granada.
- Buena localización que facilita la atracción de capital financiero foráneo.
- Los habitantes del Valle del Zalabí consideran que la actividad turística puede ser un motor de desarrollo para el municipio.
- Política municipal tendente a invertir en la revalorización de los recursos turísticos propios.

AMENAZAS

- Actual política bancaria con escaso nivel de crédito hacia inversiones empresariales.
- Recortes en infraestructuras públicas derivado de la crisis económica.
- Incremento de los costes de los negocios turísticos, lo que dificulta la inversión en establecimientos vinculados al sector turístico.

OPORTUNIDADES

- Integración en el programa Andalucía Turismo Sostenible.
- Existencia de Fondos Europeos hasta el 2013 destinados al desarrollo de poblaciones rurales.
- Cercanía de destinos turísticos bien posicionados como Guadix, Parque Nacional de Sierra Nevada y Granada.
- Existencia de programas de ayuda desde las administraciones para la puesta en valor del patrimonio cultural.

ANÁLISIS DAFO

ATRACTORES

Los atractores son las variables que se conforman como atracción turística del destino y cuya importancia o peso depende del tipo de destino que se trate. Los atractores se dividen en:

a) Naturales. Los atractores naturales no los conforman sólo los recursos naturales del destino turístico, sino que necesitan otros componentes, como puede ser la regulación y reconocimiento legal de un espacio natural, ya sea en términos de conservación o de calidad. Es decir un destino turístico puede disponer de un recurso natural, que a su vez puede convertirse en un atractor. Los atractores naturales se dividen en:

- Espacios naturales.
- Playas.
- Actividades itinerantes en la naturaleza.

b) Culturales. Relacionados íntimamente con el destino, su idiosincrasia e historia. Se desglosan en:

- Legado histórico.
- Eventos.
- Estilos de vida de la población.

c) Artificiales. Son aquellos atractores hechos por el hombre (“man made”). Se dividen en:

- La oferta turística de ocio y entretenimiento.
- Convenciones, exhibiciones.
- Centros comerciales, tiendas.

ANÁLISIS DAFO

ATRACTORES NATURALES

DEBILIDADES

- Entorno natural de Badlands poco conocido y apreciado.
- Insuficiente información relativa a la ruta de senderismo existente.

FORTALEZAS

- Más de la mitad del municipio se encuentra dentro de los límites del Parque Natural de la Sierra de Baza.
- Cercanía a otros espacios naturales protegidos: Parque Nacional de Sierra Nevada y Parque Natural de Huétor.
- Disponibilidad de recursos para crear productos turísticos que vinculen el entorno natural con la cultura y la gastronomía.
- Ruta de senderismo señalizada y homologada por la FAM en la Sierra de Baza y cercanía a la ruta Sulayr en el Parque Nacional de Sierra Nevada.
- Existencia de una empresa en el municipio que oferta rutas a caballo y de empresas de turismo activo que operan en la comarca de Guadix.
- Tranquilidad del destino.
- Iniciativa municipal para la creación del Parque Periurbano.
- Creación de varios miradores turísticos y áreas de recreo.

AMENAZAS

- Alto nivel de competencia entre destinos turísticos con valor natural y donde poder practicar deportes en la naturaleza.
- Degradación paulatina de los espacios naturales.

OPORTUNIDADES

- La modalidad de turismo de naturaleza vinculada a la conservación del entorno está en continuo crecimiento en los últimos años.
- Existencia de ayudas públicas para la conservación y puesta en valor del entorno natural.
- Existencia de demanda para la práctica de senderismo y otros deportes en la naturaleza.
- Implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible.

ANÁLISIS DAFO

ATRACTORES CULTURALES

DEBILIDADES

- Destino turístico cultural poco conocido.
- Falta de conservación de la estética urbanística tradicional.
- Descenso de la buena imagen del turismo rural en cueva a raíz de la mala prensa provocada por las lluvias del invierno pasado y del consiguiente derrumbe de algunas casa cueva en estado de abandono.

FORTALEZAS

- Recuperación de oficios artesanos mediante el nuevo Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan.
- Tradición alfarera y artesanal en la zona.
- Reconocimiento de Alcudia como “Pueblo del Pan”.
- Difusión de la cultura troglodita como elemento diferenciador en beneficio del propio destino.
- Gastronomía tradicional de calidad.
- Carácter hospitalario de la población local.

AMENAZAS

- Fuerte competencia entre destinos turísticos rurales de la zona.
- Declive de los oficios artesanos.

OPORTUNIDADES

- Incremento de la demanda de turismo cultural.
- Fenómeno del trogloditismo diferencial.
- Valoración de la gastronomía en ámbitos rurales.
- Proximidad del patrimonio monumental de Guadix y de Granada.
- Importancia creciente de los destinos rurales como elemento clave para diversificar el atractivo global de los destinos.

ANÁLISIS DAFO

ATRACTORES ARTIFICIALES

DEBILIDADES

- Escasez de establecimientos comerciales y de ocio.
- Baja repercusión de certificaciones de calidad en los establecimientos turísticos del municipio.

FORTALEZAS

- Proyecto del Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan innovador, al ser el único museo de estas características en cueva y con participación de los visitantes.
- Inclusión de un espacio para la muestra y venta de artesanía tradicional en el Centro de Artesanía.
- Existencia de bodegas productoras de vino de calidad en la comarca.
- Existencia de la reformada Plaza de Toros, infraestructura capaz de albergar ferias, muestras y otros eventos.
- Instalaciones deportivas de primer nivel y únicas en la comarca.

AMENAZAS

- Competencia de lugares cercanos con gran oferta de ocio.

OPORTUNIDADES

- Demanda de experiencias auténticas en el ámbito rural.
- Demanda de turismo de compras.

ANÁLISIS DAFO

SISTEMAS DE APOYO

Los sistemas de apoyo son el tercer elemento que completa el modelo sobre la estructura de un destino turístico. En esta variable se incluyen las industrias de apoyo e infraestructura del destino turístico, que siguen la siguiente caracterización:

a) Hostelería. Hace referencia a la infraestructura de alojamiento y restauración del destino, e incluye:

- Hoteles de todas las categorías.
- Otros alojamientos.
- Establecimientos de restauración, incluida cualquier posibilidad o alternativa gastronómica.

b) Transporte. Incluye todas las estructuras relacionadas con el transporte:

- Transporte aéreo.
- Transporte terrestre.
- Transporte acuático.

c) Servicios complementarios. Incluye:

- Servicios de información turística.
- Seguridad y salud en el destino.
- Organización del destino.

ANÁLISIS DAFO

SISTEMAS DE APOYO: HOSTELERÍA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Oferta de alojamiento escasa.• Baja ocupación de los establecimientos turísticos.• Ningún establecimiento turístico está adherido a algún sistema de calidad.	<ul style="list-style-type: none">• Existencia de alojamiento en casas cueva.• Existencia de restaurantes con aforo óptimo.• Nivel de calidad aceptable en la oferta de restauración.• Establecimientos turísticos adheridos a la Carta Europea de Turismo Sostenible.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Existencia de una demanda cada vez más exigente.• Disminución de la afluencia turística, de la estancia media y del gasto diario por persona, así como del consumo en restaurantes, como respuesta a la crisis económica.	<ul style="list-style-type: none">• Existencia de programas de ayuda para la creación, ampliación o restauración de establecimientos turísticos.• Existencia de ayudas para la adhesión a sistemas de calidad.• Proyecto de creación de un albergue turístico.

ANÁLISIS DAFO

SISTEMAS DE APOYO: TRANSPORTE

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Baja disponibilidad de transporte público.• Falta de demanda que justifique la ampliación del horario de transporte público hacia Granada.	<ul style="list-style-type: none">• Alcudia y Exfiliana están bien comunicadas con Guadix.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Competencia con otros destinos turísticos mejor comunicados.	<ul style="list-style-type: none">• Relativa proximidad al aeropuerto Granada-Jaén, a la estación de tren y a la estación de autobuses de Granada.• Proyecto de creación del Aeródromo del Valle del Zalabí.

ANÁLISIS DAFO

SISTEMAS DE APOYO: SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Inexistencia de un punto de información turística.• Inexistencia de guías turísticos.• El sitio web municipal del Valle del Zalabí no dispone de toda la información relativa a establecimientos turísticos.• Déficit de actuaciones promocionales vinculadas al sector turístico.• Escasa participación en ferias del sector turístico y cultural y en actos promocionales.• El municipio no dispone de folletos turísticos promocionales.	<ul style="list-style-type: none">• Aplicación de técnicas arquitectónicas innovadoras en la construcción del Centro en cueva, para mayor seguridad del mismo.• Existencia de productos turísticos que se pueden comercializar.• Recientemente el Ayuntamiento ha equipado el municipio con señales indicadoras de los principales recursos y equipamientos turísticos.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Bajo nivel de posicionamiento de la marca turística “Valle del Zalabí”.	<ul style="list-style-type: none">• Posibilidad de implantar un punto de información turística en el Valle del Zalabí.• Intención del Ayuntamiento de realizar acciones contundentes en comunicación y comercialización del Centro de Artesanía.• Existencia de portales especializados en turismo rural para la promoción y comercialización de los alojamientos existentes.• Existencia de redes sociales para dar a conocer el destino.• Nuevas tecnologías de la información y comunicación.



PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO Y DINAMIZACIÓN EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ARTESANÍA AL ZALABÍ

2011-2015

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

1. El **sector servicios supone el principal motor económico** del Valle del Zalabí.
2. El **Ayuntamiento del Valle del Zalabí apuesta claramente por la dinamización del sector turístico** como mecanismo capaz de contribuir a la mejora de la situación económica, social y cultural de la localidad.
3. Una ambición que pretende desarrollar el turismo para lograr tres objetivos básicos: **la generación de riqueza, la creación de empleo y la conservación del patrimonio y el territorio.**
4. El Valle del Zalabí, en breve contará con **recursos turísticos y culturales relevantes y únicos en la provincia.**
5. El turismo, es por tanto, una actividad económica que se proyecta, de cara al futuro, como líder y prioritaria, una actividad que para alcanzar sus beneficios sociales y económicos, **requiere la colaboración entre el sector público y el sector privado.**

CONCLUSIONES

6. El **Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan** será un **recurso turístico único en su especie**.
7. El **fenómeno del trogloditismo**, presente tanto en la estructura del Centro como en la Exposición del Trogloditismo en el Mundo y en la tipología de vivienda en cueva propia de la zona, **es un recurso turístico diferencial**.
8. El Valle del Zalabí cuenta con **factores, atractores y sistemas de apoyo al turismo capaces de dar buen servicio a una elevada demanda**.
9. Existen además otros importantes recursos en el entorno que se deben aprovechar, como son el **Parque Nacional de Sierra Nevada, Guadix y Granada**.
10. El Valle del Zalabí cuenta con **73 plazas de alojamiento y 982 plazas en restauración**.
11. La oferta de alojamiento se distribuye entre **2 establecimientos rurales en cueva**.

CONCLUSIONES

11. El índice de ocupación en alojamientos ha sufrido una fuerte bajada en los últimos años, situándose en torno al 30%.
12. La oferta de alojamiento y restauración debe apostar por la calidad, en consonancia con una demanda cada vez más exigente.
13. Es fundamental la creación de productos turísticos que combinen: alojamiento, gastronomía y cultura local; y que aprovechen los recursos turísticos culturales, naturales y deportivos del Valle del Zalabí.
14. El Centro de Artesanía y Ecomuseo del Pan Al Zalabí tiene un gran potencial turístico, siendo necesario estructurar el modelo óptimo para su gestión y un programa eficiente para su comercialización y comunicación al público objetivo, pudiendo convertirse en un destino turístico destacado en Andalucía.



GRUP CERVERÓ

Calle Balmes 243 Sobre Ático 3a

08006 Barcelona

Teléfono: 93 415 78 92

Fax: 93 415 98 92

NIF: B60250545

DELEGACIÓN DE GRANADA

Persona de contacto

Eulalia Ventura

Mail

delegaciongranada@grupcervero.com

Teléfono

652 447 873

web

www.grupcervero.com

Consultora Miembro de la OMT y de la Red
de Conocimiento de este organismo

