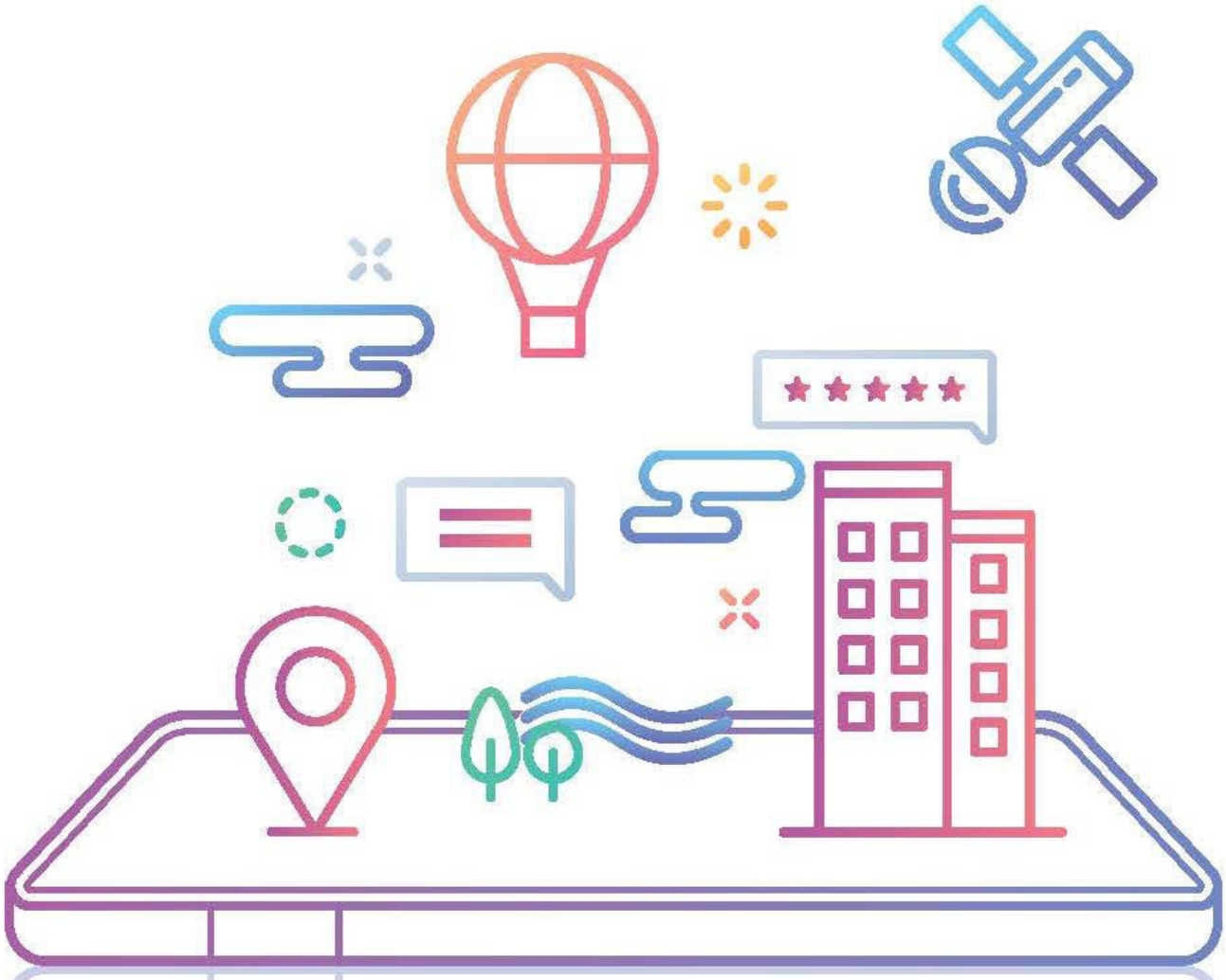
COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Destino
Turístico
Inteligente

PLAN DIRECTOR DE GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE "COSTA DEL SOL OCCIDENTAL"



diputación de málaga

PLAN DIRECTOR DE GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE "COSTA DEL SOL OCCIDENTAL"

Índice

1 PRÓLOGO 4
2 OBJETO Y ALCANCE 7
3 POLÍTICA DE GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE "COSTA DEL SOL OCCIDENTAL" 7
4 EL DESTINO "COSTA DEL SOL OCCIDENTAL" 8
4.1 MARCO GEOGRÁFICO Y SOCIODEMOGRÁFICO 8
4.2 ORGANIZACIÓNES PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS 9
4.3 INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE 10
4.4 SECTOR TURÍSTICO 14
DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS *15*
CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE *16*
SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD AL DESTINO *17*
4.5 IMPACTO ECONÓMICO Y SOBRE EL EMPLEO DEL GASTO TURÍSTICO 18
4.6 EMPRESAS Y EMPLEO TURÍSTICO 20
4.7 PRINCIPALES RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS 20
4.8 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD VIA PRECIO Y VALORACIÓN DEL CLIENTE HOTELERO 21
5 FORO DE TURISMO MÁLAGA-COSTA DEL SOL 23
6 EL ENTE GESTOR DEL DESTINO 31
7 PARTES INTERESADAS 34
8 ANÁLISIS DEL CONTEXTO 35
8.1 SITUACIÓN DEL EJE DE GOBERNANZA 35
8.2 SITUACIÓN DEL EJE DE INNOVACIÓN 44
8.3 SITUACIÓN DEL EJE DE TECNOLOGÍA 56
8.4 SITUACIÓN DEL EJE DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL 73
8.5 SITUACIÓN DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD 84
9 ANÁLISIS DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES 127
9.1 DAFO GOBERNANZA 128
9.2 DAFO INNOVACIÓN 129
9.3 DAFO TECNOLOGÍA 130
9.4 DAFO ACCESIBILIDAD UNIVERSAL 131
9.5 DAFO SOSTENIBILIDAD 132

10 OBJETIVOS DEL DTI 133
10.1 OBJETIVOS DEL EJE DE GOBERNANZA 133
10.2 OBJETIVOS DEL EJE DE INNOVACIÓN 137
10.3 OBJETIVOS DEL EJE DE TECNOLOGÍA 145
10.4 OBJETIVOS DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD 151
10.5 OBJETIVOS DEL EJE DE ACCESIBILIDAD 159
11 EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN 162
12 CONTROL DE MODIFICACIONES 162
13 APROBACIÓN 163

1 PRÓLOGO

En los últimos años, hemos asistido a cambios estructurales en la actividad turística, transformaciones que han hecho que la nueva realidad del sector sea muy diferente al de hace solo cuatro o cinco años. Además, este cambio de modelo no se ha centrado en una o varias actividades, sino que ha producido de forma horizontal, en todas y cada una de las actividades turísticas.

Es evidente que en los próximos años se producirá una nueva revolución en el sector, un nuevo escenario donde se moverán los cimientos del modelo tradicional y en el que ganarán competitividad las empresas y destinos que se adapten con mayor eficiencia a ese nuevo entorno.

En definitiva, un nuevo escenario, que exigía la realización de una reflexión conjunta entre todas las partes interesadas en el futuro turístico de la Costa del Sol Occidental, con el objetivo de diseñar las bases del camino sobre el que enfocar la nueva tendencia a la competitividad futura que potencie el liderazgo turístico de la Costa del Sol Occidental, a nivel nacional e internacional.

Es un elemento común, y reclamado por agentes públicos y privados en los eventos turísticos de la Costa del Sol, la necesidad de disponer un Plan Director que articule las estrategias y acciones para enfocar el futuro del destino turístico lo más eficiente posible.

Además, tenemos muy claro que el futuro turístico no se basa en acciones que estén únicamente relacionadas con esta actividad, sino que debe ser integral, tal y como se muestran las tendencias en los destinos turísticos y que casi cualquier actividad es en realidad un servicio de naturaleza turística.

De esta forma, somos conscientes que se debe llevar a cabo con una visión clara de apuesta decidida por la sostenibilidad; gobernanza; innovación; tecnología; accesibilidad; diversificación; calidad; profesionalización; conectividad; accesibilidad; marketing; presencia en redes sociales; alianzas estratégicas; estrategias para la captación de mercados emergentes y la digitalización del del sector turístico malagueño.

Siendo conscientes que estamos pasando por un momento de crisis sanitaria, económica y turística no conocida hasta ahora, originada por el Covid-19, que está provocando una situación de gran dificultad en las empresas y destinos turístico a nivel internacional, y claro está, también en la Costa del Sol Occidental, entendemos que esta situación es coyuntural, y que se volverá a la normalidad en los flujos turísticos. No obstante, incluso entendiendo que es coyuntural, el Destino debe aspirar a estar preparado para situaciones similares y de ahí la importancia de disponer de mecanismos público-privados, como puede ser este Plan Director, que ayuden a reaccionar lo antes posible a las amenazas como la que lamentablemente vivimos.

La colaboración desarrollada entre todas las partes interesadas (ciudanía, sector privado, los municipios, asociaciones, universidad, etc.) es un elemento básico a consolidar, basándose sobre ella las estrategias del Destino Turístico Inteligente de la Costa del Sol Occidental, tales como son la innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza.

Para ello, de todas las metodologías estudiadas, se ha considerado que la más adecuada para el Destino Costa del Sol, por su visión integral y comparativa, es la que se basa en el cumplimiento de la Norma UNE 178501 "Sistemas de Gestión de Destinos Inteligentes" y, como apoyo, la Norma UNE 178502 "Indicadores y herramientas de los Destinos Turísticos Inteligentes" elaboradas por el comité técnico CTN 178 Ciudades inteligentes, cuya secretaría desempeña UNE (Asociación Española de Normalización).

La estrategia que define la Norma UNE 178501 "Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes", pone el foco en los mecanismos de impulso de la innovación en los destinos turísticos de forma que "puedan crear servicios diferenciales y altamente competitivos y garantizar el desarrollo sostenible del territorio turístico siendo accesible para todos y facilitando su desarrollo sostenible".

Esta estrategia se estructura en cinco ejes que conducirán a la consolidación de la Costa del Sol Occidental como un Destino con un "desarrollo inteligente" con todo lo que ese concepto implica:

- Eje de Gobernanza: Procesos para conducir al destino por medio de esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos y el sector empresarial.
- Eje de Innovación: Planteamientos innovadores internos de gestión y externos que se traduzcan en mejoras significativas orientadas a las actividades del destino.
- Eje de Tecnología: Incorporación de tecnologías de la información, de la comunicación, de mejora energética, etc. en el destino.
- Eje de Accesibilidad Universal: La accesibilidad universal y del diseño universal como una forma de aportar valor a todas las iniciativas.
- Eje de Sostenibilidad: Gestión racional y eficiente de los recursos, la calidad de vida de turistas y residentes y la competitividad empresarial.

De esta forma, se dispondrán de herramientas esenciales para evaluar el cumplimiento de objetivos, tener disponibles indicadores comparativos con otros destinos, realizar el seguimiento de la evolución del destino turístico inteligente, etc., todo ello, integrando a todos aquellos actores que interactúan entre ellos y con el turista.

Es deseable un consenso en torno al objetivo común de lograr un Destino Turístico Inteligente. Se trata de un proceso planificado a corto y largo plazo que beneficia al destino, pero también a los propios actores que participan de él y que comparten responsabilidades y objetivos coincidentes. Así mismo, dada la transversalidad del turismo, el modelo afecta necesariamente a la gestión de otros sectores.

Estos deben ser los elementos esenciales en el futuro de nuestras empresas y destinos turísticos, para que la Costa del Sol siga siendo un destino turístico líder en el contexto internacional.

Para poner en marcha todos estos mecanismos, desde finales de 2019, **Turismo y Planificación Costa del Sol, SLU.** ha estado trabajando en la organización y coordinación de las distintas partes interesadas, especialmente con los **municipios del Destino Costa de Sol Occidental** y el **Foro de Turismo de Málaga-Costa del Sol**. Con sus aportaciones y la

información generada por el Sistema de Inteligencia Turística de la Costa del Sol de Turismo y Planificación de la Costa del Sol, se ha conseguido la aprobación de este Plan Director, que como no puede ser de otra manera, se revisará de forma continua para adecuarlo a la realizada de Destino en cada momento.

Este Plan Director, considera el desarrollo turístico, no como un objetivo en sí mismo, y sí como un instrumento para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía y la creación de empleo. Estos aspectos, mejorar el empleo y la calidad de vida de los residentes, son objetivos básicos que conseguir, diseñándose las estrategias y acciones específicas para alcanzarlos, por lo que la sostenibilidad y la contención del crecimiento cuantitativo ilimitado de turistas, son elementos esenciales en el diseño del futuro de la Costa del Sol Occidental.

De esta forma, y de forma distinta al resto de planes internos y externos, no se considera que un objetivo a conseguir sea el incremento en el número de llegadas turísticas, ni aumentar la presión poblacional. Lo que se pretende con la implantación de este Plan, es la mejora de los destinos turísticos de la Provincia de Málaga en el medio y largo plazo: apostando por la sostenibilidad de empresas y destinos, con una visión de movilidad estratégica y accesible, trabajando en innovación y en la indudable apuesta tecnología, adaptándonos al cambio digital tan necesario, con visión integral de la calidad, mejorando la profesionalidad, cualificando nuestros destinos, con la premisa de que se actúa en el conocimiento generado por la transformación digital y el Sistema de Inteligencia Turística y apostando, como no puede ser de otra forma, por la Gobernanza, por el trabajo conjunto público-privado.

Como elemento básico, incidir en cuanto a la gestión de las estrategias de competitividad para el futuro turístico de la Costa del Sol Occidental, en la clara voluntad de trabajar de forma conjunta y coordinada, el sector público y el privado, como hasta ahora, basándolas en los criterios de Gobernanza a través del Foro de Turismo de Málaga.

Estamos convencidos que los programas y acciones planificados, llevarán a posicionar a la Costa del Sol Occidental, en un destino de mayor calidad y de atracción de una clientela de mayor poder de gasto y con mayor grado de satisfacción, que genere mayores ingresos que implique un empleo estable y de calidad y, por último, que conlleve una mejora en la vida de los residentes, verdaderos objetivos finales del presente Plan.

2 OBJETO Y ALCANCE

El objeto de este Plan Director es definir la estrategia a seguir por el **Destino Turístico Inteligente Costa del Sol Occidental**, cumpliendo los requisitos de la norma UNE 178501:2018 "Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes.

El Alcance de este Plan es el destino que territorialmente abarcan los municipios de **Benalmádena, Casares, Estepona, Fuengirola, Manilva, Marbella, Mijas y Torremolinos**, así como los servicios y productos turísticos que se ofrecen.

3 POLÍTICA DE GESTIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE "COSTA DEL SOL OCCIDENTAL"

El **Destino Costa del Sol Occidental** aspira mantenerse en la élite de los destinos turísticos mundiales, es por ello que, apuesta, como siempre lo ha hecho, por innovar y mejorar en su día a día, así como en su estrategia de desarrollo.

Para conseguirlo, se ha decidido implementar y certificar un Sistema de Gestión de Destino Turístico Inteligente, según la norma UNE 178501 "Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes" empezando por los municipios de **Benalmádena, Casares, Estepona, Fuengirola, Manilva, Marbella, Mijas y Torremolinos**, y con la idea de ampliarlo al resto de la provincia de Málaga en una segunda fase.

Para la definición de las políticas y planes se ha diseñado un **Marco de Consulta sobre el Destino** compuesto por los principales grupos de interés del sector, incluyendo los municipios mencionados y que tiene como función principal la de trasladar a esas políticas y planes, las necesidades de las partes interesadas.

Turismo y Planificación de la Costa del Sol, SLU, que actúa como **Ente Gestor del Destino**, se encargará de desarrollar, coordinar, evaluar las políticas y planes que se aprueben, contando para ello con una amplísima experiencia en materia de planificación y marketing turístico y estando certificada en las normas ISO 9001, ISO 14001 e ISO 45001.

Con todo ello, el Destino, se compromete a:

- Implicar al mayor número de organizaciones, empresas, entidades, asociaciones y grupos de interés en las decisiones que se tomen, así como, en su implantación.
- Integrar en todas las políticas, planes y programas de desarrollo turístico del Destino los criterios de los **Ejes de Gobernanza, Innovación, Tecnología, Accesibilidad Universal y Sostenibilidad**.
- Marcar objetivos claros y medibles para mejorar el Destino desde la visión de cada uno de los ejes estratégicos, mediante el **Plan Director del Destino**, así como y en la medida de lo posible, aportar recursos para la implantación de las acciones.
- Apostar firmemente por la **innovación** de productos y servicios que mejores la experiencia del visitante.
- Apostar firmemente por mejorar la **tecnología** que el Destino ofrece, principalmente a nuestros visitantes, pero sin olvidar al resto de partes interesadas.

- Desarrollar programas y planes para que cualquier visitante **acceda** a los servicios y productos que el Destino ofrece, sea cual sea su condición física o psíquica.
- En la medida de lo posible cumplir y superar las expectativas de todas las partes interesadas, especialmente los **visitantes**.
- Respetar las necesidades de la **población residente** y tenerlas en cuenta a la hora de diseñar nuestras estrategias.
- Innovar y mejorar de forma continua nuestros productos y servicios, así como la propia gestión del Destino, con objeto de asegurar su **sostenibilidad** en el tiempo.
- Aumentar/mejorar el impacto de las actividades socio-culturales en la oferta turística, preservando el **patrimonio cultural y ambiental**.
- Ser un ejemplo en materia de **transparencia**.
- Conocer la **satisfacción de nuestros clientes** y actuar en consecuencia.
- Cumplir con esta Política del Destino, con los requisitos de la norma UNE178501, legislación y normativas que estén vigentes.

4 EL DESTINO "COSTA DEL SOL OCCIDENTAL"

El destino turístico Costa del Sol Occidental está compuesto por ocho municipios que son **Benalmádena, Estepona, Fuengirola, Casares, Manilva, Marbella, Mijas y Torremolinos**, ocupando la franja litoral occidental de la provincia malagueña. Se estima que en 2019 recibió unos 8,5 millones de turistas, de los 13,1 que visitaron la Provincia.

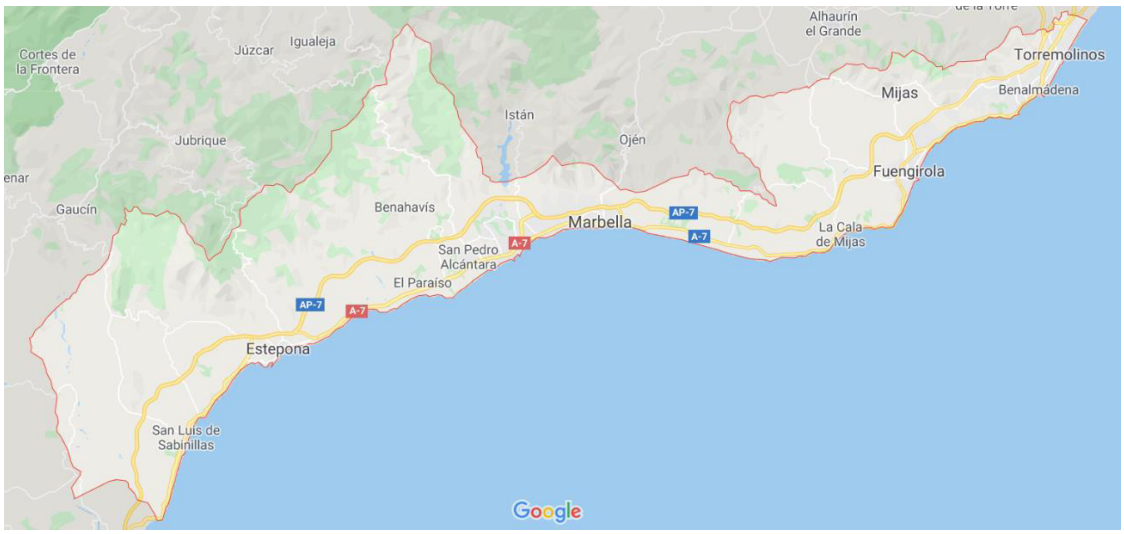
Además, hay que destacar que el Destino DTI Costa del Sol Occidental aglutina el 64% de las plazas de alojamiento de la provincia con más de 300.000 plazas, así como cuenta con numerosas empresas de servicios turísticos.

4.1 MARCO GEOGRÁFICO Y SOCIODEMOGRÁFICO

El alcance territorial del Destino Turístico Inteligente Costa del Sol se ha delimitado a los municipios integrantes de la Costa del Sol Occidental costera, integrada por los municipios de Benalmádena, Estepona, Fuengirola, Casares, Manilva, Marbella, Mijas y Torremolinos, que abarcan 653,274 km^2 y agrupan una población de 533.555 habitantes.

El grado de desarrollo turístico, así como los índices de concentración de la demanda, desiguales entre municipios, ponen de manifiesto las diferencias que, a priori, podrían detectarse igualmente en cuanto a necesidades de atención con respecto a un plan de destino turístico inteligente.

El ente gestor del destino debe velar por el desarrollo equitativo de todos los territorios municipales integrantes, tratando de apoyar, especialmente, a aquellos que más lo necesiten.



Fuente: Google. Delimitación geográfica del Destino Turístico Inteligente de Costal del Sol Occidental

4.2 ORGANIZACIÓNES PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El destino Costa del Sol, dispone de una madura estructura organizativa de la actividad turística, tanto de agentes públicos, privados y sociales que trabajan por el desarrollo y la competitividad del destino.

El propio Ente Gestor del Destino, Turismo y Planificación Costa del Sol, cuenta con dos órganos consultivos con el objetivo de garantizar la participación del sector turístico, privado e institucional, en la gestión e impulso de las políticas turísticas del destino Málaga Costa del Sol.

Son miembros del Foro, uno de los órganos consultivos, un representante de las instituciones y organizaciones que a continuación se relacionan:

- Confederación de Empresarios de Málaga
- Organizaciones Sindicales
- Organizaciones y Asociaciones Empresariales y Profesionales vinculadas al sector turístico:
    - Asociación de Empresarios de Hoteles, AEHCOS
    - Asociación de Agencias de Viajes, AEDAV Andalucía
    - Asociación de Empresarios de Hostelería, MAHOS
    - Asociación de Empresarios de Playas, AEPLAYAS
    - Asociación de Empresarios de Rent a Car, AESVA
    - Asociación de Empresas de Ocio y Parques Temáticos, APECO
    - Asociación de Constructores y Promotores, ACP
- Asociación de Empresarios de Campings, AECAMPING
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga.

- Universidad de Málaga
- AENA, por el Aeropuerto de Málaga.
- Autoridad Portuaria, por la Estación Marítima de Cruceros de Málaga.
- ADIF, por la estación ferroviaria María Zambrano de Málaga
- Turismo Andaluz o, en su defecto, el organismo que determine la Junta de Andalucía que tenga competencia en materia turística.
- Turespaña o, en su defecto, el organismo que determine el Ministerio del Gobierno de España que tenga competencias en materia turística.
- Ayuntamientos de la provincia de Málaga.
- Mancomunidades de Municipios
- Centros de Iniciativa Turística de la provincia

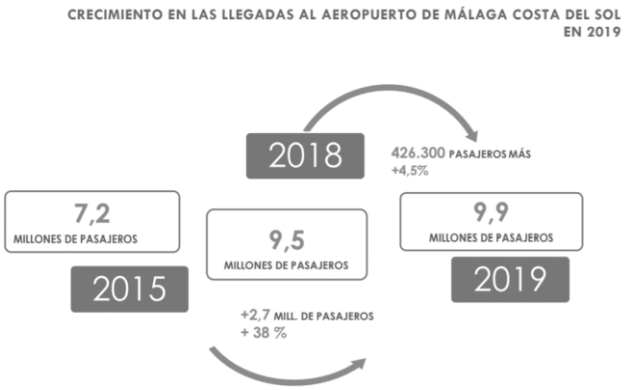
4.3 INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE

La situación estratégica de la Costa del Sol, en el centro de la costa de Andalucía, así como la dotación de infraestructuras de transporte de primer orden, suponen una ventaja competitiva para el destino.

Conectividad aérea

La región se beneficia de contar con un aeropuerto internacional, que además lleva el nombre del destino, Málaga-Costa del Sol. Ubicado a una práctica distancia de 8 km Málaga-ciudad, es el cuarto aeropuerto más importante de España, por tráfico de pasajeros (19,8 millones de pasajeros -llegada/salida- en 2019), tras Madrid-Adolfo Suárez-Barajas, Barcelona-El Prat y Palma de Mallorca.

Su conexión directa a través de carretera o ferrocarril permite conectar fácilmente esta infraestructura con algunos de los municipios más importantes de la Costa del Sol.



Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

ENTRADA DE PASAJEROS POR EL AEROPUERTO DE MÁLAGA COSTA DEL SOL

	2015	2016	2017	2018	2019
NACIONALES	1.011.964	1.136.263	1.218.672	1.367.914	1.471.701
INTERNACIONALES	6.163.610	7.171.820	8.067.811	8.106.490	8.429.005
TOTAL	7.175.574	8.308.083	9.286.483	9.474.404	9.900.706

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AENA. Datos anuales.

Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

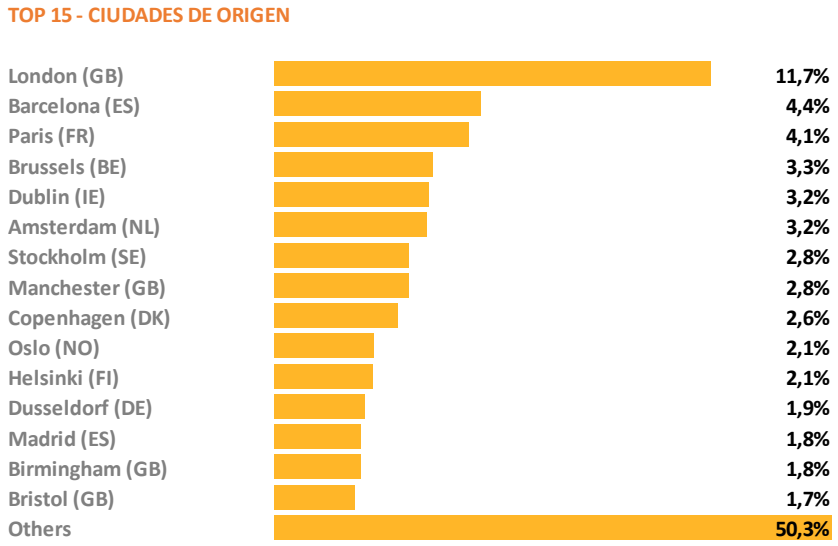
El 85% del tráfico de llegadas al aeropuerto tienen como origen mercados internacionales.

La conectividad internacional del aeropuerto es muy variada, disponiendo de rutas con múltiples mercados.

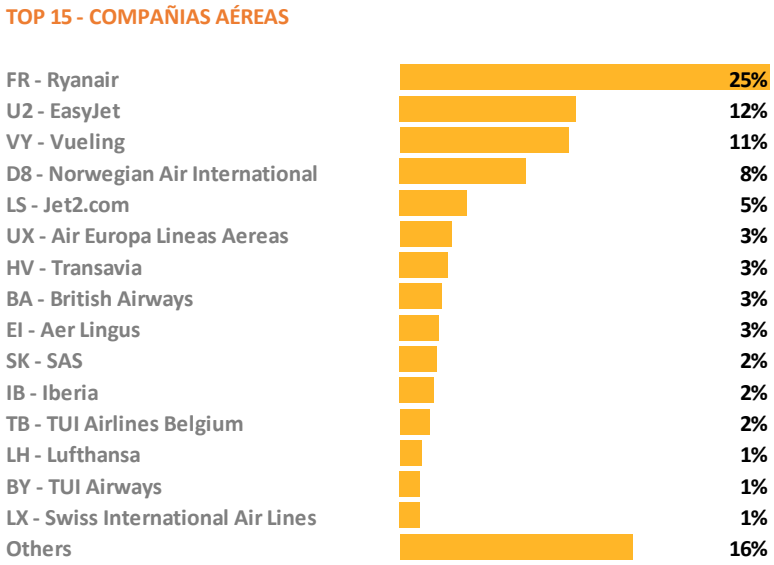
El aeropuerto Málaga Costa del Sol ofrece conexiones con más de 120 destinos diferentes, nacionales e internacionales, operados por más de 30 compañías distintas.

En 2019 la oferta de asientos para el destino Málaga Costa del Sol rozó los 11 millones, destacando sobre los demás, Londres, seguido de Barcelona y las principales capitales europeas.

Es importante destacar que más de la mitad de las plazas de asientos que se ofertan conecta con ciudades no incluidos en el top 15 que mostramos a continuación en la siguiente gráfica.

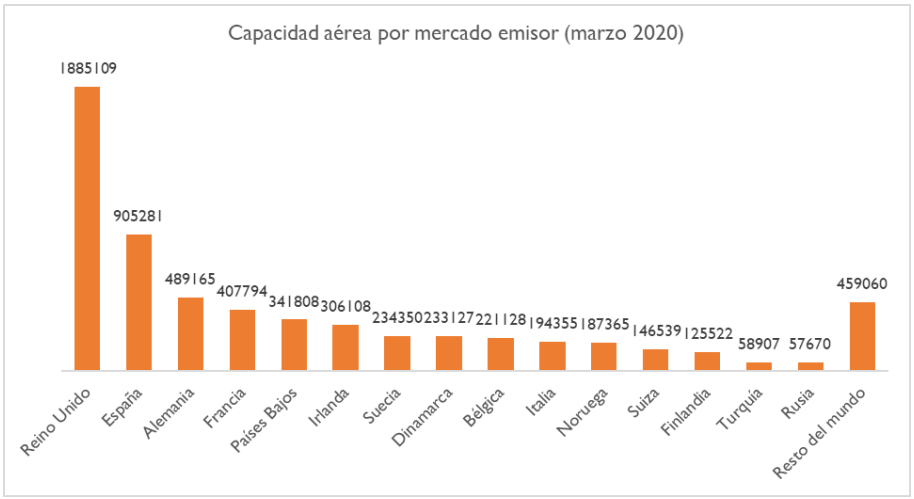


Las compañías aéreas con mayor peso en la ofertan estas plazas de asientos con destino Málaga son Ryanair, Easyjet y Vueling, a pesar de la alta diversificación que se muestra a continuación en la siguiente gráfica.



Fuente: Elaboración propia a partir de Forwardkeys

Según la capacidad de asientos ofertados, la distribución por llegadas, según la última previsión del destino (marzo 2020) era la siguiente:



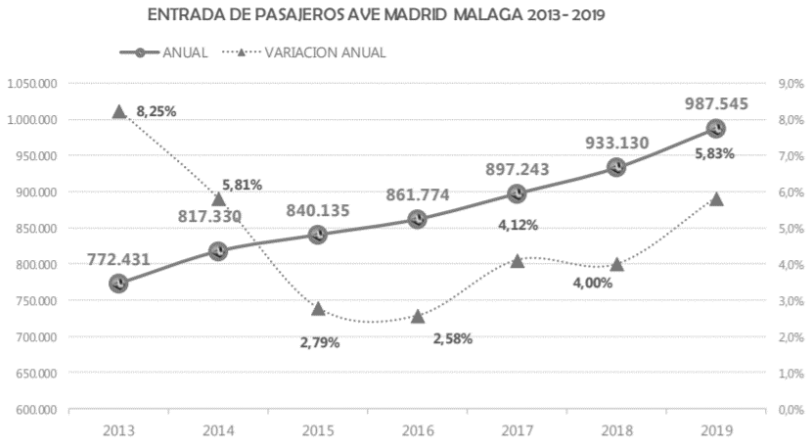
Fuente: Elaboración propia a partir de Forwardkeys

Transporte ferroviario

La Costa del Sol Occidental cuenta con dos ventajas competitivas, en primer lugar, la Estación María Zambrano, en Málaga, que además de la comunicación ferroviaria tradicional con diversos puntos de la península, cuenta también con comunicación de alta velocidad directa Madrid y puntos intermedios. Gracias a ello, según cifras de RENFE, en 2019 llegaron en AVE a Málaga 987.545 viajeros con un incremento del 5,8%.

Además de ello, entre Málaga y Fuengirola, también conectada con el aeropuerto, discurre la línea de cercanías que conecta con los municipios de la Costa del Sol de Torremolinos, Benalmádena y Fuengirola.

Estación María Zambrano recibió un total de 987.545 viajeros con un incremento del 5,8%.



Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

Transporte marítimo

Destaca como infraestructura de primer orden el Puerto de Málaga, dependiente de Puertos del Estado, el noveno puerto nacional por tráfico total de pasajeros (890.000 en 2019) y sexto por tráfico de cruceristas (476.000 en 2019).

Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

Adicionalmente el conjunto de destinos que integran la Costa del Sol cuenta con puertos deportivos, que ofrecen multitud de oportunidades para las actividades náuticas recreativas, que atraen a un buen número de turistas.

Transporte por carretera

Las infraestructuras de transporte por carretera que conectan la totalidad de municipios integrantes de DTI son dos, fundamentalmente: la A7 Autovía del Mediterráneo, con tramos autopista de peaje, y la antigua N-340, conocida como la carretea del mediterráneo, que

conecta Cádiz y Barcelona, atravesando los municipios de la Costa del Sol y que, puede ser en sí misma, un atractivo turístico por su trazado por este destino.

4.4 SECTOR TURÍSTICO

Oferta turística alojativa

El destino Costal del Sol Occidental cuenta con una amplia y variada oferta de alojamiento turístico, suponiendo el 64,9% del total de las plazas disponibles de la provincia de Málaga (263.468 en total), con un fuerte predominio de la vivienda con fines turísticos (51% del total en el DTI).

AÑO 2019		COSTA DEL SOL		
OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	PROVINCIA DE MÁLAGA	Costa del Sol Occidental	Ciudad	Costa del Sol Oriental
Nº ESTABLECIMIENTOS	43.497	26.081	6.493	5.280
Apartamento Turístico	742	316	173	171
Campamento de Turismo	41	9	2	9
Casa Rural	1.742	68	38	259
Establecimiento Hotelero	513	221	78	51
Establecimiento Hotelero - Pensión	353	109	89	51
Vivienda con fines turísticos	37.331	25.233	6.078	4.543
Vivienda Turística de Alojamiento Ru	2.775	125	35	196
Nº PLAZAS	405.504	263.468	49.422	44.589
Apartamento Turístico	60.002	44.272	4.794	8.337
Campamento de Turismo	16.308	8.142	114	4.180
Casa Rural	11.452	447	338	1.559
Establecimiento Hotelero	94.904	72.730	9.924	5.559
Establecimiento Hotelero - Pensión	9.293	2.853	2.924	1.311
Vivienda con fines turísticos	195.940	134.153	31.067	22.450
Vivienda Turística de Alojamiento Ru	17.605	871	261	1.193

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DEL RTA (JUNTA DE ANDALUCÍA).

Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

Entre los municipios que integran del destino Costa del Sol, Marbella es la que ofertan mayor número de plazas de alojamientos turísticos con cerca de 70.000 camas que suponen el 27% del destino; le siguen Torremolinos y Benalmádena con cerca de 40.000 camas y una cuota del 15%.

A continuación, se muestra el reparto de plazas según tipología de alojamiento de los 8 municipios que integran el destino Costa del Sol.

OFERTA DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO	ESTABLECIMIENTO HOTELERO	ESTABLECIMIENTO HOTELERO - PENSIÓN	APARTAMENTO	CAMPAMENTO DE TURISMO	CASA RURAL	VIVIENDA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO RURAL	VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	TOTAL
MUNICIPIOS								
Marbella	15.246	920	9.573	4.903	12	8	39.146	69.808
Torremolinos	22.811	704	5.062	502			10.307	39.386
Benalmádena	13.522	210	5.345		24	14	19.853	38.968
Mijas	2.041	83	9.869	1.001	274	480	23.175	36.923
Estepona	6.335	127	6.175	320	14	167	15.514	28.652
Fuengirola	10.368	714	3.543	879			12.390	27.894
Manilva	629	62	2.766	537		6	6.086	10.086
Casares	280	33	449		73	146	2.904	3.885

Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

Caracterización de la demanda Turística del Destino Costa del Sol

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

La demanda turística se caracteriza por un reparto 42%-56% entre la demanda nacional y la internacional respectivamente.

Destaca Reino Unido como principal emisor (22% de la demanda), seguido de Francia, Países nórdicos, Países Bajos, Alemania, Irlanda, Bélgica, Estados Unidos, Suiza y Portugal.

Cada uno de los mercados emisores está perfectamente identificado y analizados por el ente gestor, así como definidas las oportunidades y medidas a aprovechar y desarrollar en cada uno de ellos, tal y como se recoge en su Plan de Marketing.

La principal situación laboral del turista que ha llegado a la Costa del Sol es la de Ocupado por cuenta ajena y autónomo, con siete de cada diez respuestas. El segundo grupo por presencia es el de jubilado.

Tres de cada cuatro turistas se declaran usuarios de redes sociales. De ellos, prácticamente la mitad hace uso diario y el otro ocasionalmente. Entre las redes más usadas, destaca sobre todo Facebook, seguida de Instagram, Twitter y YouTube.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Más de la mitad de los turistas viajan en pareja, mientras, los que prefieren viajar en familia suponen cerca de una cuarta parte.

El tercer bloque, referente al grupo de viaje de los turistas, son aquellos que visitan la Costa del Sol con amigos

El avión es el principal medio de transporte utilizado por los turistas para llegar a la Costa del Sol, declarado por seis de cada diez turistas, seguido del vehículo propio.

Una vez en el destino Costa del Sol, el vehículo propio y el autobús son los medios de transporte más utilizados, seguidos del alquiler del vehículo.

A pesar del auge de las viviendas con fines turísticos y apartamentos, los establecimientos hoteleros son la opción alojativa mayoritaria de los turistas que nos visitan.

Dentro de las categorías hoteleras las más solicitados son los hoteles de 4 estrellas seguido de los de 3 estrellas.

Las viviendas y apartamentos alquilados son elegidas por cerca de 3 de cada diez turistas.

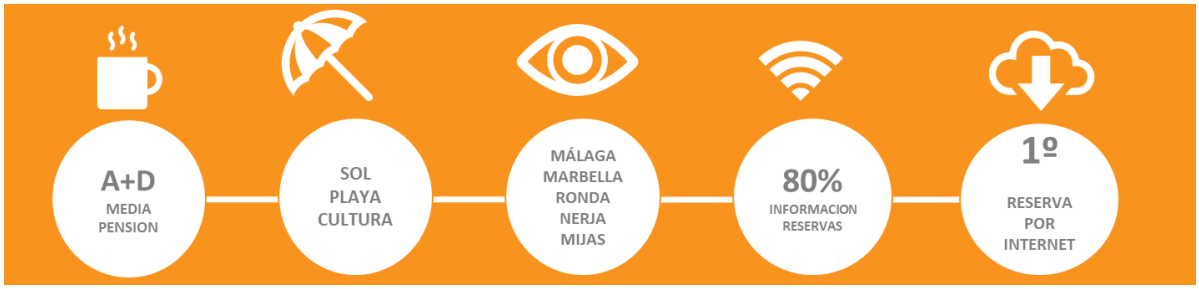
Los regímenes hoteleros de mayor consumo en el establecimiento en 2018 son "alojamiento y desayuno", seguido de "media pensión".

Entre las actividades realizadas, caben señalar las relacionadas con las rutas y visitas culturales, actividades de sol y la playa, actividades gastronómicas (tapeos, restaurantes, …) y actividades de ocio nocturno

Los municipios que han señalado que van a visitar, fuera del que pernoctan, son por orden de importancia en su respuesta la Ciudad de Málaga, seguido de Marbella, Ronda, Nerja y Mijas.

Internet es el canal más importante para la organización del viaje (ocho de cada diez turistas así lo han señalado), tanto para informarse como para reservar.

Prácticamente todos los turistas manifiestan que para viajar al destino han realizado algún tipo reserva.



SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD AL DESTINO

Cerca de seis de cada diez de los turistas entrevistados, manifestaron que "todo en general" era satisfactorio

Los principales aspectos que los turistas que llegaron a la Costa del Sol declararon como más satisfactorios, son el binomio Clima – Playas, seguida de hospitalidad, paisaje y naturaleza y la gastronomía.

Otros aspectos satisfactorios señalados durante la estancia de los turistas en la provincia, con menores porcentajes de respuestas, fueron: la tranquilidad, el ambiente y la limpieza.

Por otro lado, los aspectos considerados como más insatisfactorios, aunque con bajos porcentajes de respuestas, son la falta de aparcamientos, el trafico y la masificación.

Esta alta satisfacción se ve reflejada en la nota que los turistas le otorgan al destino Costa del Sol, en su conjunto, es un 8,87 sobre 10.

Al preguntarles de forma específica por diversos aspectos del destino, los señalados con calificaciones más altas fueron: Atención y trato recibido (8,96), Ocio y Diversión (8,86), Seguridad (8,86), Entorno/Interior (8,69), Alojamientos (8,63), y Restauración (8,62)

A la pregunta de si piensan volver a la Costa del Sol en los próximos tres años, siete de cada diez respuestas han sido afirmativas.

Se mantiene el alto grado de recomendación, situándose en el 97,9% la cuota de turistas que afirman que recomendarían nuestro destino.

Más de la tercera parte de los turistas entrevistados manifestaron que esta era su primera visita la destino Costa del Sol

Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

Número de turistas llegados al destino

El ente gestor estima que, en 2019, se recibieron 13,1 millones de turistas a la provincia de Málaga. A partir de los datos de oferta y demanda turística del Observatorio turístico de Málaga Costal del Sol, **se estima que la llegada de turistas a la Costa del Sol Occidental podría situarse en torno a los 8,5 millones de turistas**, tomando como referencia que esta delimitación territorial agrupa el 64,9% del total de plazas de alojamiento, bajo el supuesto de un reparto medio equitativo, según la clasificación que establece el ente gestor entre Costal de Sol Occidental, Ciudad y Costa del Sol Oriental.

4.5 IMPACTO ECONÓMICO Y SOBRE EL EMPLEO DEL GASTO TURÍSTICO

Entre los estudios que elabora el ente gestor, figura el estudio del impacto económico del turismo, así como el reparto de los sectores productivos.

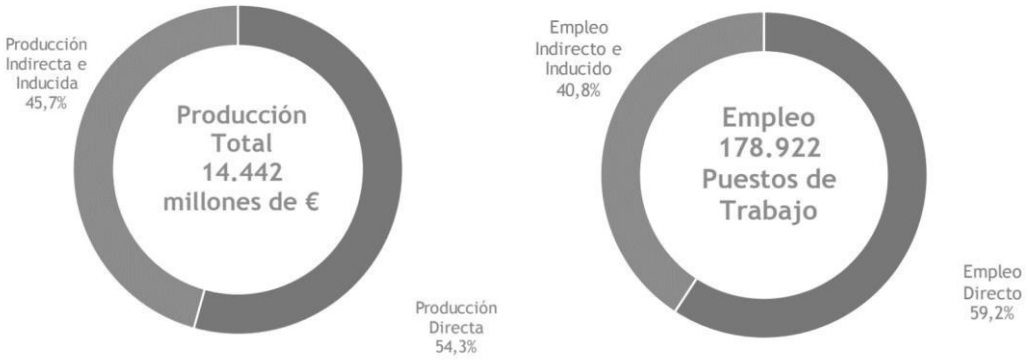
Así, se puede observar el elevado peso del sector servicios en la región, cerca del 98% del total, atribuible a la rúbrica "Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones" el 79% del total.

	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	114.757,53 €	2,0%
INDUSTRIA	4.846,47 €	0,1%
Extractivas	0,00 €	0,0%
Manufactureras	3.467,88 €	0,1%
Energía, gas y agua	1.378,59 €	0,0%
CONSTRUCCIÓN	0,00 €	0,0%
SERVICIOS	7.724.900,13 €	97,9%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	5.634.399,93 €	78,8%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariale	1.014.646,49 €	17,7%
Otros servicios	1.075.853,71 €	1,4%
TOTAL	**7.844.504,12 €**	**100,0%**

Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

El impacto del turismo en el empleo y la producción, calculado a partir del gasto turístico, bajo el modelo de tablas input-output, arroja una estimación de casi 179.000 empleos y más de 14.440 millones de euros de producción.

Siguiendo la misma metodología tomando como referencia la delimitación territorial, por el cual el Destino Costa del Sol agrupa el 64,9% del total de plazas de alojamiento de la provincia, podemos hacer una aproximación al impacto económico y sobre el empleo



Fuente: TYPCDS - Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019

Tomando como referencia la delimitación territorial, por el cual el Destino Costa del Sol agrupa el 64,9% del total de plazas de alojamiento de la provincia, podemos hacer una aproximación al impacto económico y sobre el empleo que el gasto de los turistas genera conjuntamente los 8 municipios que integran el Destino Costa del Sol

Por ello se estima que el impacto del turismo en el empleo y la producción en el destino Costa Del Sol Occidental, calculado a partir del gasto turístico, bajo el modelo de tablas input-output, arroja una estimación de 116.120 empleos y más de 9.373 millones de euros de producción.

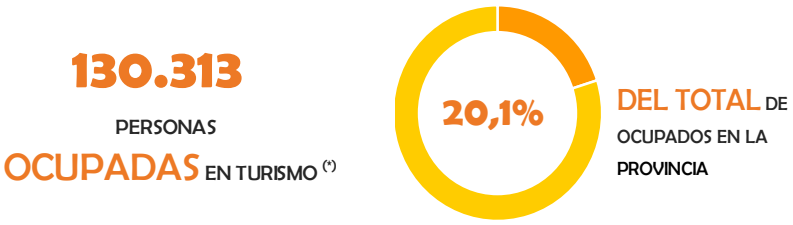
4.6 EMPRESAS Y EMPLEO TURÍSTICO

Según datos de la Tesorería General de la Seguridad Social facilitados por el portal de transparencia, en 2019 se encontraron en situación de alta en la seguridad social en Málaga 13.217 empresas turísticas de media anual

Esta cifra supone un incremento del +0,6% con respecto al año anterior, cuando se alcanzó la cifra de 13.138 empresas.

El sector de la hostelería ha registrado una media de 9.641 empresas, aportando tres cuartas partes de las empresas turísticas (72,9%); el transporte con 1.507 aporta el 10,4% de las empresas; las agencias de viajes con 801 aportan un 5,8%; y por último, las actividades recreativas y culturales con 1.268 empresas, representan el 9,5% del total. Todos los subsectores han aumentado el volumen de empresas sin excepción.

En 2019, según datos de la EPA, el empleo turístico alcanzo de media anual 130.313 persona creciendo un +4,1% respecto al 2018; y representando el 20,1% del total de ocupados en toda la provincia de Málaga, lo que acredita la **alta orientación turística específica y continuada de nuestro destino Costa del Sol.**



4.7 PRINCIPALES RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

La Costa del Sol Occidental cuenta con un abanico muy amplio de productos turísticos, cuya gestión recae sobre diferentes actores del ente gestor del destino, como se verá en el eje de gobernanza. En su mayoría se trata de recursos turísticos de ámbitos municipales, si bien, la labor de estructuración de producto y promoción se realiza en el departamento de marketing del ente gestor, TYPCDS.

Así, el destino cuenta con una oferta perfectamente segmentada tanto por tipologías de productos tradicionales, como por segmentos motivacionales.

La gestión, planificación y comunicación de estos productos y segmentos está alineada con los objetivos del plan de marketing del destino y contribuye a atender necesidades específicas de los turistas.

La segmentación se estructura en los siguientes grupos: **Vacacional y Ocio, Cultural, Idiomático, Golf, Élite, MICE, Cruceros, Verde e Interior y Turismo Activo, Health & Wellness, turismo Náutico y Sport Destination**, bajo los que se agrupan los principales recursos de cada subdestino integrante de la Costa del Sol.

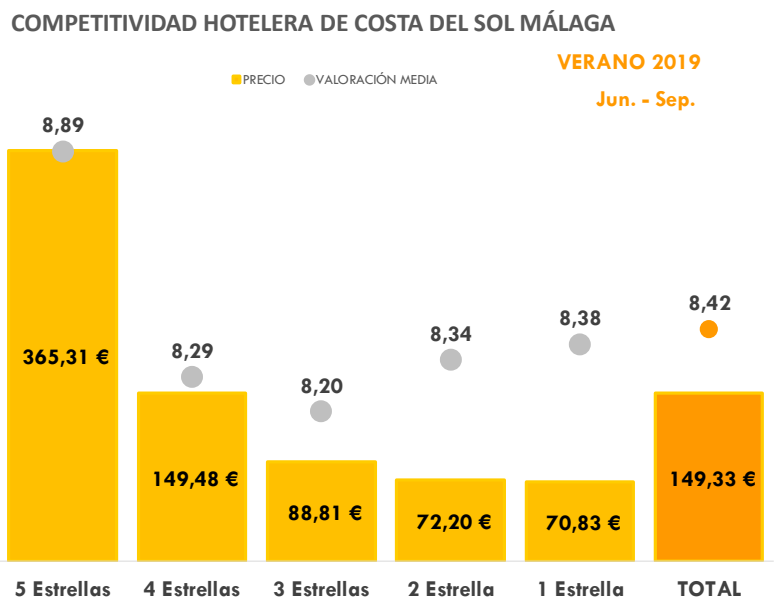
Adicionalmente, el ente gestor trabaja, desde varios ámbitos, no solo desde TYCDS, sino desde otras áreas de la delegación, en el desarrollo de proyectos integrales para la mejora de la oferta turística y el diseño de productos turísticos, como pueden ser los proyectos emblemáticos del **Caminito del Rey, la Gran Senda, la Senda Litoral, Málaga Viva o Birding Málaga**.

4.8 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD VIA PRECIO Y VALORACIÓN DEL CLIENTE HOTELERO

A continuación, se presenta un análisis de Competitividad de la Costa del Sol frente a sus principales competidores, vía **precio** y **valoración del cliente hotelero.**

En los meses de verano **de 2019, de junio a septiembre,** el **precio medio de la habitación doble estándar** en la Provincia de Málaga (HDE), independientemente de la categoría del hotel, se sitúa en **149,33 €** y recibe una **valoración media de 8,42** sobre 10.

La **categoría mejor valorada es la de 5 estrellas,** con un 8,89 **seguida** de la de **1 y 2 estrellas,** con una valoración de 8,38 y 8,34 respectivamente; y de **4 y 3 estrellas**, con calificaciones de 8,29 y un 8,20, respectivamente.

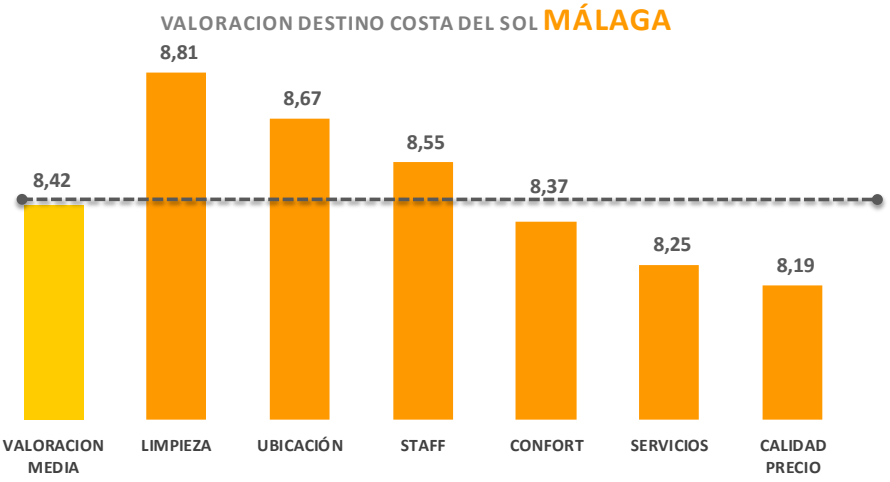


8,42
NOTA MEDIA

149,33€
PRECIO MEDIO

Los aspectos **mejor valorados** de la oferta hotelera en general vuelven a ser **la limpieza, la ubicación y el staff/personal** del establecimiento, con valoraciones superiores a la media hotelera (8,42 sobre 10).

Los aspectos con valoración más baja (pero con notable alto) son el confort, los servicios ofrecidos y la relación calidad precio que oferta, con notas superiores o iguales a 8,18



Durante el verano de 2019 la oferta hotelera de la **Costa del Sol,** es **líder en valoración media** así como **en todos los aspectos valorados** entre los destinos estudiados, **a excepción de la Ubicación y Servicios.**

Costa del Sol muestra una **mayor competitividad** con respecto a los otros destinos, en opinión de los usuarios, en **limpieza (8,81), staff (8,55), confort (8,37) y calidad precio (8,19),** alcanzado las valoraciones más altas de todos los destinos.

Respecto a la situación de los hoteles, la valoración de la **ubicación** es superada por Costa Brava, Baleares y Costa de la Luz, **ocupando la 4º posición**, a pesar de obtener una **valoración alta de 8,67.**

Respecto a los **servicios ofrecidos**, la oferta hotelera de **Costa de Sol con un 8,25, se posiciona en 2 posición prácticamente igual a** Costa de la Luz, que lidera.

DESTINO	PRECIO	VALORACIÓN MEDIA	LIMPIEZA	CONFORT	UBICACIÓN	SERVICIOS	STAFF	CALIDAD PRECIO
Balears, Illes	200,57 €	8,24	8,55	8,13	8,72	8,05	8,40	8,01
Costa Brava	165,28 €	8,39	8,77	8,31	8,94	8,15	8,52	7,97
Málaga	**149,33 €**	**8,42**	**8,81**	**8,37**	**8,67**	**8,25**	**8,55**	**8,19**
Algarve	146,87 €	8,10	8,42	8,12	8,32	7,96	8,25	7,89
Costa de la Luz	131,49 €	8,38	8,71	8,33	8,71	8,25	8,52	8,05
Costa Blanca	125,52 €	8,38	8,75	8,34	8,66	8,18	8,51	8,14
Costa de Almería	110,51 €	8,32	8,72	8,35	8,55	8,23	8,45	8,07
Canarias	102,35 €	8,26	8,63	8,19	8,63	8,12	8,44	8,08
Antalya Province	101,02 €	7,69	7,79	7,50	8,35	7,46	7,82	7,68
Rank. Malaga	**3**	**1**	**1**	**1**	**4**	**2**	**1**	**1**

5 FORO DE TURISMO MÁLAGA-COSTA DEL SOL

El foro de turismo está formado por los actores clave del proyecto de Destino Turístico Inteligente Costa del Sol Occidental:

- Confederación de Empresarios de Málaga.
- Las Organizaciones Sindicales.
- Las Organizaciones y Asociaciones Empresariales y Profesionales vinculadas al sector turístico.
- La Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga.
- La Universidad de Málaga.
- AENA, por el Aeropuerto de Málaga.
- La Autoridad Portuaria, por la Estación Marítima de Cruceros de Málaga.
- ADIF, por la estación ferroviaria María Zambrano de Málaga.
- Turismo Andaluz o, en su defecto, el organismo que determine la Consejería de la Junta de Andalucía que tenga competencia en materia turística.
- Turespaña o, en su defecto, el organismo que determine el Ministerio del Gobierno de España que tenga competencias en materia turística.
- Los Ayuntamientos de la provincia de Málaga.
- Las Mancomunidades de Municipios de la provincia de Málaga y sus correspondientes organismos de Promoción Turística Comarcal.
- Los Centros de Iniciativa Turística de la provincia.
- Los Grupos de Desarrollo Rural y demás instituciones comarcales con competencia o interés en materia turística.

Las Mesas de Desarrollo de Negocio están compuestas por el director responsable de cada segmento de Turismo y Planificación Costa del Sol junto a los responsables de instituciones, empresarios y profesionales miembros del Foro y su función principal es la de elaborar y validar los planes de acción.

A fecha de aprobación de este documento, los miembros del Foro de Turismo Málaga-Costa del Sol, son:

AYUNTAMIENTO DE ALAMEDA
AYUNTAMIENTO DE ALCAUCÍN
AYUNTAMIENTO DE ALFARNATE
AYUNTAMIENTO DE ALFARNATEJO
AYUNTAMIENTO DE ALGARROBO
AYUNTAMIENTO DE ALGATOCÍN
AYUNTAMIENTO DE ALHAURÍN DE LA TORRE
AYUNTAMIENTO DE ALHAURÍN EL GRANDE
AYUNTAMIENTO DE ALMÁCHAR
AYUNTAMIENTO DE ALMARGEN
AYUNTAMIENTO DE ALMOGÍA
AYUNTAMIENTO DE ÁLORA
AYUNTAMIENTO DE ALOZAINA
AYUNTAMIENTO DE ALPANDEIRE
AYUNTAMIENTO DE ANTEQUERA
AYUNTAMIENTO DE ÁRCHEZ
AYUNTAMIENTO DE ARCHIDONA
AYUNTAMIENTO DE ARDALES

AYUNTAMIENTO DE ARENAS
AYUNTAMIENTO DE ARRIATE
AYUNTAMIENTO DE ATAJATE
AYUNTAMIENTO DE BENADALID
AYUNTAMIENTO DE BENAHAVÍS
AYUNTAMIENTO DE BENALAURÍA
AYUNTAMIENTO DE BENALMÁDENA
AYUNTAMIENTO DE BENAMARGOSA
AYUNTAMIENTO DE BENAMOCARRA
AYUNTAMIENTO DE BENAOJÁN
AYUNTAMIENTO DE BENARRABÁ
AYUNTAMIENTO DE CAMPILLOS
AYUNTAMIENTO DE CANILLAS DE ACEITUNO
AYUNTAMIENTO DE CANILLAS DE ALBAIDA
AYUNTAMIENTO DE CAÑETE LA REAL
AYUNTAMIENTO DE CARRATRACA
AYUNTAMIENTO DE CARTAJIMA
AYUNTAMIENTO DE CÁRTAMA
AYUNTAMIENTO DE CASABERMEJA
AYUNTAMIENTO DE CASARABONELA
AYUNTAMIENTO DE CASARES
AYUNTAMIENTO DE COÍN
AYUNTAMIENTO DE COLMENAR
AYUNTAMIENTO DE COMARES
AYUNTAMIENTO DE CÓMPETA
AYUNTAMIENTO DE CORTES DE LA FRONTERA
AYUNTAMIENTO DE CUEVAS BAJAS
AYUNTAMIENTO DE CUEVAS DE SAN MARCOS
AYUNTAMIENTO DE CUEVAS DEL BECERRO
AYUNTAMIENTO DE CÚTAR
AYUNTAMIENTO DE EL BORGE
AYUNTAMIENTO DE EL BURGO
AYUNTAMIENTO DE ESTEPONA
AYUNTAMIENTO DE FARAJÁN
AYUNTAMIENTO DE FRIGILIANA
AYUNTAMIENTO DE FUENGIROLA
AYUNTAMIENTO DE FUENTE DE PIEDRA
AYUNTAMIENTO DE GAUCÍN
AYUNTAMIENTO DE GENALGUACIL
AYUNTAMIENTO DE GUARO
AYUNTAMIENTO DE HUMILLADERO
AYUNTAMIENTO DE IGUALEJA
AYUNTAMIENTO DE ISTÁN
AYUNTAMIENTO DE IZNATE
AYUNTAMIENTO DE JIMERA DE LÍBAR
AYUNTAMIENTO DE JUBRIQUE
AYUNTAMIENTO DE JÚZCAR
AYUNTAMIENTO DE LA VIÑUELA
AYUNTAMIENTO DE MACHARAVIAYA
AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA - ÁREA DE TURISMO
AYUNTAMIENTO DE MANILVA
AYUNTAMIENTO DE MARBELLA
AYUNTAMIENTO DE MIJAS
AYUNTAMIENTO DE MOCLINEJO
AYUNTAMIENTO DE MOLLINA
AYUNTAMIENTO DE MONDA
AYUNTAMIENTO DE MONTECORTO
AYUNTAMIENTO DE MONTEJAQUE
AYUNTAMIENTO DE NERJA
AYUNTAMIENTO DE OJÉN
AYUNTAMIENTO DE PARAUTA
AYUNTAMIENTO DE PERIANA
AYUNTAMIENTO DE PIZARRA
AYUNTAMIENTO DE PUJERRA
AYUNTAMIENTO DE RINCÓN DE LA VICTORIA
AYUNTAMIENTO DE RIOGORDO
AYUNTAMIENTO DE RONDA
AYUNTAMIENTO DE SALARES
AYUNTAMIENTO DE SAYALONGA
AYUNTAMIENTO DE SEDELLA
AYUNTAMIENTO DE SERRATO
AYUNTAMIENTO DE SIERRA DE YEGUAS
AYUNTAMIENTO DE TEBA
AYUNTAMIENTO DE TOLOX
AYUNTAMIENTO DE TORREMOLINOS
AYUNTAMIENTO DE TORROX
AYUNTAMIENTO DE TOTALÁN
AYUNTAMIENTO DE VALLE DE ABDALAJÍS
AYUNTAMIENTO DE VÉLEZ-MÁLAGA
AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE ALGAIDAS
AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE LA CONCEPCIÓN
AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DE TAPIA
AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DEL ROSARIO
AYUNTAMIENTO DE VILLANUEVA DEL TRABUCO

AYUNTAMIENTO DE YUNQUERA
A.C.I.A.
ABADES RONDA
ABIES TRAVEL
ABSOLUTELY ESPAIN
ACADEMIA AIFP + DEUTSCH SCHULE
ACADEMIA FINLANDESA, S.L.
ACEITE PERIANA
ACOSOL
ACT SPAIN & MOROCCO
ADR-NORORMA
AECAMPING
AEDAV-ANDALUCÍA
AEHCOS
AEPLAYAS
AEROPUERTO DE MÁLAGA
AESVA- ASOC. EMPRES. DE VEHÍCULOS DE ALQUILER
AGDR - SIERRA DE LAS NIEVES
AGITOUR VIAJES
AIDE @ VENIR COSTA DEL SOL
AL ANDALUS TRAVEL AGENCY
ALABARDERO CATERING MARBELLA
ALANDA CLUB MARBELLA
ALANDA HOTEL MARBELLA
ALBAYT RESORT
ALCAIDESA LINKS GOLF RESORT
ALEJANDRA CATERING
ALHAMBRA INSTITUTO INTERNACIONAL
ALHAURÍN GOLF
AL-HUERTA
ALMENARA HOTEL GOLF & SPA
ALORATUR - CAMINITO TRAVEL
ALÚA.ES
ANANTARA VILLA PADIERNA PALACE BENAHAVÍS MARBELLA RESORT
ANDACARE
ANDALUCÍA AUTÉNTICA - HOTELES CON ENCANTO
ANDALUCÍA WITH ME
ANDALUSIA INCOMING
ANDALUSIEN RUNDREISE
ANETC - RDO ESPAÑA
AÑORETA GOLF
APARTAMENTOS ARDALES
APARTAMENTOS EL CAPISTRANO
APARTAMENTOS LAS ROSAS DE CAPISTRANO
APARTAMENTOS MIGUEL ÁNGEL
APARTAMENTOS PUERTO AZUL
APARTHOTEL VERAMAR
APECO
APETAM
APTA AXARQUÍA
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE NERJA
ASOCIACIÓN MALAGUEÑA DE ACADEMIAS DE ESPAÑOL NACEM
ASOCIACIÓN PROVINCIAL CONSTRUCTORES Y PROMOTORES
AUTOBUSES PACO PEPE
AUTOCARAVANAS HIDALGO, S.L.
AUTOCARES BRAVO
AUTOCARES JULIÁ
AUTOCARES MATEOS
AUTOCARES OLMEDO
AUTOSOL
AUTOTRANSFER DEL SOL, S.L.
AVANZA
AVVA
AXTOR
B BOU HOTEL BOUTIQUE MOLINO DEL ARCO
B BOU HOTEL CORTIJO BRAVO
B BOU HOTEL LA VIÑUELA & SPA
B&E BUSINESS AND EVENTS
BANÚS RENTALS
BAR PLAYA MIGUEL (MIGUEL SIERRA)
BAVIERA GOLF
BILLYGOATGARAGE
BIOPARC FUENGIROLA
BLAU MARÍ TRAVEL SERVICES SPAIN
BLUE SEA GRAN HOTEL CERVANTES
BODEGA BAR EL PIMPI
BODEGAS MÁLAGA VIRGEN
BODEGAS QUITAPENAS
BORN TO BE WILD
BRAVO TOURS PLUS
CABOPINO CLUB DE GOLF
CALETA HOMES
CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN
CAMINITO DEL REY

CAMPING CABOPINO
CAMPING EL PINO
CARGEST
CASASOL HOLIDAY
CASINO TORREQUEBRADA
CATERING LA BORRAJA
CC. OO.
CC. OO.
CC. OO.
CEDER AXARQUÍA
CENTRO DE OCIO-TORRECASINO
CENTRO INTERNACIONAL DE LENGUA ESPAÑOLA - CILE
CENTRO MÉDICO HIPERBÁRICO DE ESTEPONA
CERVANTES ESCUELA INTERNACIONAL
CHIRINGUITO LOS MANUELES
CIRCUITO ASCARI
CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE TORREMOLINOS
CIT MARBELLA
CITITRAVEL
CITY SIGHTSEEING - MALAGA TOUR
CLÍNICA BUCHINGER WILHELMI
CLUB DE GOLF LA CAÑADA
CLUB HÍPICO EL RANCHITO
COLEGIO MARAVILLAS
COLINA DEL PARAÍSO
COMPLEJO TURÍSTICO LA GARGANTA
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL MALAGUEÑA (CEM)
CONSEJO REGULADOR DE LAS DENOMINACIONES DE ORÍGEN MÁLAGA, SIERRAS DE MÁLAGA Y PASAS DE MÁLAGA
CONSORCIO PARQUE NATURAL SIERRA TEJEDA Y ALMIJARA
COONIC
COSTA DEL SOL GOLF NEWS
COSTA DEL SOL TORREMOLINOS LUXURY BOUTIQUE HOTEL
COSTASOL CRUCEROS
COSTASOL DELUXE TRANSPORT
CREATIVANDO
CROWN RESORTS CLUB MARBELLA
CUBICO
CUBO'S HOLIDAY HOMES
D.O.MAR
DCOOP
DEBLA, CURSOS DE ESPAÑOL
DESTINATION ESPAÑA MEETINGS & INCENTIVES
DIAVERUM SERVICIOS RENALES, S.L.
DIRECTO SPAIN
DLG DAYTRIP LEISURELY GROUP
DOÑA JULIA GOLF CLUB
EL CHAPARRAL GOLF CLUB
EL CORTE INGLÉS
EL CORTE INGLÉS CENTRO COMERCIAL COSTA MIJAS
EL CORTE INGLÉS CENTRO COMERCIAL PUERTO BANÚS
EL PARAÍSO GOLF CLUB
ELBA ESTEPONA GRAN HOTEL & THALASSO SPA
ELITE GOLF SERVICES, S.L.
ELITE TRAVEL SPAIN
ENFOREX MÁLAGA SÍ
ESCA CATERING
ESCUELA DE TURISMO COSTA DEL SOL
ESCUELA ENTRELENGUAS
ESCUELA INTERNACIONAL DE GOLF LA QUINTA
ESPACAR - RENT A CAR
ESPAÑA INCOMING INCENTIVES
ESPAÑA VISIÓN
ESTEPONA GOLF
EUROSTARS MÁLAGA
EVENTS 2 SPAIN
EVENTS IN THE SOUTH
EXECUTIVE GOLF BOOKING
EXPLORAMÁS
FAST MONKEY BIKE RENTAL
FETRAMA (Federación Empresarial del Transporte de Málaga)
FINCA CORTESÍN GOLF CLUB
FINCA CORTESÍN HOTEL, GOLF & SPA
FINCA EL REALENGO
FINCA LA DONAIRA, S.L.
FINCA PALOVERDE
FLANDRIA BUS
FLY 4 REAL
FRESH TOURS & EVENTS
FUNDACIÓN CUEVA DE NERJA
GADL (Grupo Acción Desarrollo Local Antequera)
GALEOTA TOURISM
GARCATRI DELUXE TRANSPORT
GDR- VALLE DEL GUADALHORCE
GOLDCAR RENTAL

GOLF EXPERIENCE
GOLF TORREQUEBRADA
GOLFSPAIN.COM
GRAN HOTEL GUADALPÍN BANÚS
GRAN HOTEL MIRAMAR
GRUPO AIRMET
GRUPO DANI GARCÍA
GRUPO MPE
GUADALHORCE CLUB DE GOLF
GUADALMINA GOLF CLUB
HACIENDA LA BIZNAGA
HAMMAM AL ANDALUS
HEALTHOUSE LAS DUNAS
HELIAIR MARBELLA
HELLE HOLLIS CAR RENTAL
HIGUERÓN HOTEL MÁLAGA, CURIO COLLECTION BY HILTON
HILTON GARDEN INN MÁLAGA
HOLA INCOMING
HOLIDAY WORLD HOTELES
HOLIDAYS2MALAGA
HOSPITAL QUIRÓN SALUD MARBELLA
HOSPITAL VITHAS XANIT INTERNACIONAL
HOSPITEN
HOST HOTEL SYSTEMS
HOTEL AC MÁLAGA PALACIO
HOTEL ALAY
HOTEL ÁNGELA
HOTEL ANTEQUERA
HOTEL APARTAMENTOS PRINCESA PLAYA
HOTEL APARTAMENTOS PYR MARBELLA
HOTEL BALCÓN DE CÓMPETA
HOTEL BALCÓN DE EUROPA
HOTEL BALMORAL
HOTEL BARCELÓ MÁLAGA
HOTEL BARCELÓ MARBELLA GOLF
HOTEL BEST SIROCO
HOTEL BEST TRITÓN
HOTEL CAMPANILE MÁLAGA
HOTEL CATALONIA REINA VICTORIA WELLNESS & SPA
HOTEL CLAUDE MARBELLA
HOTEL DEL BALNEARIO DE TOLOX
HOTEL DON CARLOS LEISURE RESORT & SPA
HOTEL EL FUERTE
HOTEL EL MIRADOR
HOTEL ESTIVAL TORREQUEBRADA
HOTEL FLORIDA SPA
HOTEL GRAN MELIÁ DON PEPE
HOTEL GUADALMINA, SPA & GOLF RESORT
HOTEL H10 ANDALUCÍA PLAZA
HOTEL H10 ESTEPONA PALACE
HOTEL IBEROSTAR COSTA DEL SOL
HOTEL IBEROSTAR MARBELLA CORAL BEACH
HOTEL ILUNION FUENGIROLA
HOTEL ILUNION MÁLAGA
HOTEL IPV PALACE & SPA
HOTEL ISABEL
HOTEL LA BARRACUDA
HOTEL LAS PALMERAS
HOTEL LAS RAMPAS
HOTEL LOS MONTEROS SPA & GOLF RESORT
HOTEL MAC PUERTO MARINA
HOTEL MAESTRANZA
HOTEL MELIÁ COSTA DEL SOL
HOTEL MELIÁ MARBELLA BANÚS
HOTEL MOLINA LARIO - GALLERY HOTELS
HOTEL MONARQUE FUENGIROLA PARK
HOTEL MS MAESTRANZA
HOTEL MYRAMAR FUENGIROLA
HOTEL OCCIDENTAL FUENGIROLA
HOTEL PALMASOL (THE PALM EXPERIENCE HOTELS)
HOTEL PERLA MARINA
HOTEL PETIT PALACE PLAZA
HOTEL PUENTE REAL
HOTEL PUENTE ROMANO BEACH RESORT MARBELLA
HOTEL RINCÓN SOL
HOTEL ROC FLAMINGO
HOTEL SAN FERMÍN
HOTEL SOL DON MARCO
HOTEL SOL DON PEDRO
HOTEL SOL ÉLITE DON PABLO
HOTEL SOL HOUSE COSTA DEL SOL
HOTEL SOL PRÍNCIPE
HOTEL SPA BENALMÁDENA PALACE
HOTEL TARIK

HOTEL TRH MIJAS
HOTEL VILLA FLAMENCA
HOTEL VINCCI MÁLAGA
HOTEL VINCCI POSADA DEL PATIO
HOTEL YARAMAR
HOTELES PYR FUENGIROLA
IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA
IBERIAN MOBILITY
IBEROSUR
IFERGAN COLLECTION
IKOS ANDALUSIA
ILUSTRE COLEGIO OFICIAL DE MÉDICOS DE MÁLAGA
INDIGO DESTINATION MANAGEMENT COMPANY GROUP
INDIGO TRAVEL & EVENTS, S.L.
INSUR TRAVEL
INTERBÚS
INTERFACE TOURISM SPAIN
ISOLUZ
ITB EVENTS
JJ ASSOCIATES, SPAIN EVENT MANAGEMENT
JULIÁ CENTRAL DE VIAJES, CONGRESS & EVENTS
JUMBO TOURS ESPAÑA
KALEIDO MÁLAGA PORT
KEMPINSKI HOTEL BAHÍA ESTEPONA
LA ALMAZARA - LA ORGANIC
LA BOBADILLA A ROYAL HIDEAWAY HOTEL
LA CALA RESORT
LA CASA DE LA PLAYA
LA MESA MÁLAGA
LA PLAGE CASANIS
LA QUINTA GOLF & COUNTRY CLUB
LA RESERVA CLUB
LAURO GOLF
LEPANTO
LES ROCHES MARBELLA
LIVIN4MÁLAGA
LOASUR AUDIOVISUAL
LODGINGMÁLAGA
LOS AMIGOS BEACH CLUB
LOS ARQUEROS GOLF AND COUNTRY CLUB
LOS NARANJOS GOLF CLUB
LUXOTOUR
MAHOS (ASOCIACIÓN DE HOSTELEROS DE MÁLAGA)
MALACA INSTITUTO
MÁLAGA A PIE
MÁLAGA BIKE TOURS BY KAY FARRELL
MÁLAGA MICE
MÁLAGA SINGLES
MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA COSTA DEL SOL - AXARQUÍA
MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL
MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS SIERRA DE LAS NIEVES
MARBELLA CLUB HOTEL, GOLF RESORT & SPA
MARBELLA GOLF & COUNTRY CLUB
MARBELLA MOUNTAIN RESORTS
MARCO POLACCI PROMOTIONS
MARCONFORT COSTA DEL SOL HOTEL
MARINAS DE NERJA APARTHOTEL
MARVELLOUS GOLF
MAXIMICE EVENTS GROUP, S.L.
MCARTHURGLEN DESIGNER OUTLET MÁLAGA
MCDONALD DOÑA LOLA RESORT
MEDITERRÁNEA INICIATIVAS Y PROMOCIONES
MEDITERRÁNEO REAL APARTAMENTOS
MERIDIONAL EVENTS
MI CASETA - FLAMENCO NIGHTS
MIGUEL ÁNGEL GOLF ACADEMY
MIJAS GOLF CLUB
MTS GLOBE
MUELLE UNO
MUSEO AUTOMOVILÍSTICO Y DE LA MODA
MUSEO CARMEN THYSSEN MÁLAGA
MUSEO DE BELENES
MUSEO DEL VINO MIJAS
MYYNTIAPU, S.L.
NEOKONCEPTS EVENTS & COMMUNICATION
NEWTOURVIS
NIKKI BEACH MARBELLA
NIZA CARS
NORDIC GOLFERS.COM
NUR & DUHA TRAVELS
OAL ANTEQUERA
ONA VALLE ROMANO GOLF & RESORT
ONE2ONE

ÓPTICAS AVENIDA
PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS DE MÁLAGA
PALACIO DE FERIAS, CONGRESOS Y EXPOSICIONES DE MARBELLA
PALACIO SOLECIO
PALLADIUM HOTEL COSTA DEL SOL
PAR 1 GOLF SERVICE
PARADOR DE ANTEQUERA
PARADOR DE MÁLAGA GIBRALFARO
PARADOR DE NERJA
PARADOR MÁLAGA DE GOLF
PARQUE ACUÁTICO MIJAS
PARQUE DE ATRACCIONES TÍVOLI
PARQUE DE LA NATURALEZA SELWO
PEÑA FINLANDIA MÁLAGA CLUB DE FÚTBOL
PIERRE & VACANCES ESPAÑA
PLATINUM TRAVEL
PRIMA RENT A CAR
PROGESTUR, S.L.
PROMARKETING
PROTOCOL DESTINATION MANAGEMENT SPAIN, S.L.
PUERTO DE MÁLAGA - AUTORIDAD PORTUARIA DE MÁLAGA
PUERTO DEPORTIVO BENALMÁDENA
QUANTUM CORPORATE, S.L.
RCI EUROPE SUCURSAL EN ESPAÑA
REAL CLUB DE GOLF SOTOGRANDE
REAL CLUB MEDITERRÁNEO
REAL CLUB VALDERRAMA
REAL FEDERACIÓN ANDALUZA DE GOLF
REAL GOLF STUDIO
RESERVA DEL HIGUERÓN RESORT
RESERVATAURO RONDA
RESIDENCIA UNIVERSITARIA TEATINOS
RESTAURANTE CASA CARLOS
RESTAURANTE EL GAMONAL
RESTAURANTE LA ALCAZABA
RESTAURANTE LA BOUGANVILLA
RESTAURANTE PEDRO ROMERO
RESTAURANTES LOS MELLIZOS
REVISTA FINLANDESA OLÉ
RÍO REAL GOLF & HOTEL MARBELLA
RONDALINGUA
ROYAL OASIS CLUB AT PUEBLO QUINTA
ROYAL ROMAN EMPIRE
RTA - SPANISH EVENT & INCENTIVE ORGANISERS, S.L.
RURALIDAYS - TURISMO INTERIOR
SAHARA SUNSET
SAHEL E AFTAB
SALLÉS HOTEL MÁLAGA CENTRO
SANTA CLARA GOLF
SANTA MARÍA GOLF CLUB
SANTA MARÍA POLO CLUB
SEA EXPERIENCE
SEA LIFE PARQUE SUBMARINO
SELECT MARINA PARK
SIMPLY-SHUTTLES
SKAL INTERNACIONAL MÁLAGA - COSTA DEL SOL
SMARTWORKS
SOFIA-OPISTO
SOHO AMAZÓNICO
SOL EYES
SOL MARBELLA ESTEPONA ATALAYA PARK
SOLKYSTEN
SOL-VIP TRAVEL
SOUL EVENTS
SOUTH OLÉ
SPAIN-HOLIDAY.COM
SPAWELLPLUS, S.L.
STARLITE
STRATA
SUNSET BEACH CLUB
TANGO RESTAURANTE
TEAM BUILDING MÁLAGA
TEAM4YOU.ES
TÉCNICA DE VIAJES
TEST AND RENT-GOLF SETS RENTAL
THE PALM EXPERIENCEHOTELS
THE SAN ROQUE GOLF & COUNTRY CLUB
THE WESTIN LA QUINTA GOLF RESORT & SPA
THERMAS DE CARRATRACA VILLA PADIERNA HOTEL
TOMA & COE
TOOGETHERE
TOP DIGITAL
TOP GROUP EXPRESS
TOUR DIEZ TRAVEL

TRANSFERS AND EXPERIENCES
TRITRAVEL INCOMING
TSC - TOURISTIC SERVICE CENTER
TUIMAGINA (IMAGEN Y COMUNICACIÓN)
TURESPAÑA
TURISMO ANDALUZ
TURISMO DE RONDA
UGT
ULTRAMAR TRANSPORT
UNICAJA
UNIVERCOM DMC
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
VALLE ROMANO GOLF & RESORT
VASARI VACATION RESORT
VIA - REISEN
VIAJA EN MINIBUS
VIAJES BENAMAR/GRUPO OPENTOURS
VIAJES DOVAL, S.L.
VIAJES EUROAMÉRICA
VIAJES EURORÍO
VIAJES KARISMA, S.L. (KARISMA INCOMING)
VIAJES MARIMARTUR/FEELTRAVEL/BUS
VIAJES MASTER INTERNACIONAL-AGRIMASTER
VIAJES MERIATUR
VIAJES OLYMPIA
VIAJES RUTA SOLAR
VIAJES SIDETOURS
VIAJES URBIS
VIDEO PROMOCIÓN
VIK GRAN HOTEL COSTA DEL SOL
VISIONAREA 361 PRODUCTIONS
WANNADO SUPERASSISTANTS, S.L.
WINDUP
WORLD 2 MEET
ZINCO ELEMENTOS

6 EL ENTE GESTOR DEL DESTINO

El organismo encargado de la planificación, gestión y promoción del turismo en el conjunto de la Provincia de Málaga es la empresa pública **Turismo y Planificación Costa del Sol**, que actúa como Ente Gestor del Destino.

Las competencias de Turismo y Planificación de la Costa del Sol, provienen de la delegación de competencias en materia turística por parte de Diputación Provincial de Málaga.

Los órganos de gobierno de Turismo y Planificación de la Costa del Sol son:

- La Junta General, presidida por el presidente de la Diputación de Málaga.
- El consejo de administración.
- La dirección-gerencia de la entidad.

Sus funciones según los Estatutos de la Sociedad "Turismo y Planificación Costa del Sol" en su artículo 2 recoge como objeto de la entidad, la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas y sociales que contribuyan, directa o indirectamente, a generar riqueza y promoción de empleo en la provincia de Málaga y, muy especialmente, a impulsar el desarrollo del turismo, así como la asistencia técnica para la captación de subvenciones y otras ayudas y para la mejora de la organización administrativa y métodos de trabajo en el mismo ámbito territorial provincial; y desarrolla con detalle cada una de las funciones de la misma.

Para el cumplimiento de su objeto social, la Sociedad, como instrumento de la Diputación Provincial de Málaga y al amparo de lo dispuesto en la normativa de Régimen Local, tanto estatal como autonómica, ostentará, entre otras, las siguientes funciones:

- Promoción y explotación de actividades económicas de interés para la provincia de Málaga en el ámbito del turismo.
- Gestión de cuantos fondos, ayudas, líneas de crédito o cualquier tipo de incentivo sea posible en el ámbito provincial para el desarrollo turístico, incluido el desarrollo material de cuanta actividad sea preciso gestionar en el marco de los programas apoyados.
- Realización de estudios, gestión y suministro de información en relación con la estructura turística de la provincia, así como el ejercicio y la promoción del estudio del acervo provincial en el orden turístico bien directamente o bien a través de los distintos órganos especializados.
- Planificación y desarrollo de actividades de promoción, impulso, formación, apoyo, asesoría, facilitación productiva y de recursos humanos relacionados con la actividad turística de la provincia de Málaga. En definitiva, intervenir activa y eficazmente en el mercado turístico nacional e internacional para propiciar la demanda turística de hacia nuestro destino.

- Colaboración en la organización de eventos deportivos, culturales, empresariales y de cualquier índole, concretos y que sean generadores de atracción turística directa o indirecta hacia nuestro destino.
- Impulso y participación en la gestión estratégica de la provincia en el ámbito del turismo pudiendo desarrollar cuantas iniciativas se aprueben en el marco de la planificación estratégica en el referido ámbito, definiendo la política turística más conveniente para un desarrollo turístico sostenible y promoviendo la defensa de los intereses turísticos de la provincia de Málaga en prevención de actuaciones lesivas para los legítimos intereses del sector turístico en el reiterado ámbito geográfico provincial.
- Coordinar los esfuerzos individuales y colectivos del sector turístico, invitando a la iniciativa pública y privada a participar conjuntamente en la elaboración de planes de acciones concertados y, en general, colaboración con todo tipo de agentes e instituciones públicos o privados, nacionales o extranjeros, en actividades que favorezcan el desarrollo turístico de la provincia de Málaga.
- Fomentar la conciencia, interés y respeto, tanto de los ciudadanos como de las instituciones y empresas por la actividad turística y su transcendencia en nuestra sociedad.
- La realización de las gestiones, estudios y planes convenientes para el fomento del sector turístico de la provincia, cuidando que la oferta en ese sector se adecue a la demanda.
- La contribución a la mejora del medio ambiente promoción o recuperación de aquellos espacios territoriales ubicados en esta provincia que así lo requieran propiciando su rehabilitación o transformación, bien canalizando ayudas o subvenciones públicas o privadas, bien estableciendo programas coordinados o convenios de colaboración con las Entidades Locales.
- La elaboración de estudios y proyectos, así como los estudios de viabilidad económica, financiera y técnica de apoyo a cualquier otra actividad propia de las Entidades Locales en esta materia.
- Cualquiera otra de índole técnica, jurídica o económica que le sea encomendada por la Excma. Diputación de Málaga en el ámbito de los fines de la Sociedad.

Para el desarrollo de este Plan Director y en general la toma de decisiones relacionadas con el Sistema de gestión del Destino Turístico Inteligente de la Costa del Sol, a fecha de la aprobación de este documento, existen tres órganos consultivos:

Comisión Permanente del Foro de Turismo Málaga -Costa del sol

Las competencias en la planificación y gestión de los destinos turísticos de la Provincia de Málaga por parte de Turismo y Planificación Costa del Sol se definen en el Reglamento Interno del Foro del Turismo Málaga-Costa del Sol y de su Comisión Permanente, organismos en el que unen los actores públicos y privados que intervienen en su desarrollo turístico.

Según el artículo 4 de dicho Reglamento de Funcionamiento, la Comisión Permanente del Foro de Turismo Málaga-Costa del Sol, estará conformado por quince miembros de los que once serán miembros natos, por ostentar la representación de las principales asociaciones empresariales del sector, tres serán elegidos de entre los miembros del Foro del Turismo.

A fecha de este documento, los miembros son:

- Asociación de Empresarios de Hoteles, AEHCOS
- Asociación de Agencias de Viajes, AEDAV-Andalucía
- Asociación de Empresarios de Hostelería, MAHOS
- Asociación de Empresarios de Playas, AEPLAYAS
- Asociación de Empresarios de Rent a Cara, AESVA
- Asociación de Empresas de Ocio y Parques Temáticos, APECO
- Asociación de Constructores y Promotores, ACP
- Asociación de Empresarios de Campings, AECAMPING
- Real Federación Andaluza de Golf
- Confederación de Empresarios de Málaga, CEM
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Málaga.

Grupo de Trabajo de los Municipios del Destino

Compuesto por un/a representante de cada uno de los municipios del Destino:

- Área de Turismo del Ayuntamiento de Torremolinos
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Benalmádena
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Fuengirola
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Mijas
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Marbella
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Estepona
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Casares
- Área de Turismo del Ayuntamiento de Manilva

Grupo de Trabajo de la Diputación de Málaga

Compuesto por un/a representante de las delegaciones de:

- Delegación de Innovación Social y Despoblamiento
- Delegación de Desarrollo Tecnológico y Recursos Europeos
- Área de Fomento e Infraestructuras
- Delegación de Seguridad y Emergencias
- Delegación de Medio Ambiente, Turismo interior y Cambio Climático

- Oficina Atención a Alcaldes/as
- Delegación de Desarrollo Económico
- Delegación de Sostenibilidad y Protección Social

7 PARTES INTERESADAS

Entendemos que este proyecto es global e integral, basado en cinco ejes, pero con objetivos, estrategias y acciones que repercutirán en todos los agentes que intervienen en la Costa del Sol Occidental, tanto agentes públicos, como privados, turistas y residentes.

Obvio que los intereses, demandas y necesidades de cada una de las tipologías de actores involucrados son distintas, y muchas veces casi antagonistas. No obstante, estamos convencidos que el desarrollo del proyecto Costa del Sol Occidental Destino Turístico Inteligente, así como su certificación siguiendo la UNE 178501, será positivo para todos los actores que intervienen, directa o indirectamente, en el territorio señalado.

A nivel general, se señalan lo que entendemos son las expectativas de las distintas partes interesadas en el desarrollo futuro de la Cota del Sol Occidental:

- Sector turístico en general, representado por las Asociaciones empresariales, representadas en la Comisión Permanente del Foro de Turismo de Málaga-Costa del Sol, señaladas en el punto 4, que tienen un objetivo común, el incremento de la Competitividad Turística del Destino Costa del Sol Occidental, que de forma conjunta, coordinada y consensuada, significará un incremento del valor añadido de cada uno de los subsectores turísticos involucrados en el futuro.
- La Diputación, a través del Grupo de Trabajo de las Areas de la Corporación Provincial, involucradas en la iniciativa Costa del Sol Destino Turístico Inteligente, esperan poder coordinar iniciativas de todas las instituciones involucradas (y de las propias Area se Diputación) en el futuro de los ocho municipios involucrados, con el objetivo de mejorar la eficiencia de los esfuerzos técnicos y actuaciones que se desarrollen en dicho territorio.
- Las expectativas de los Ayuntamientos, representados por las/los responsables técnicos participantes en el Grupo de Trabajo "Costa del Sol Occidental Destino Turístico Inteligente", tienen el mismo objetivo que los señalados en el proyecto, la mejora de la competitividad turístico de sus municipios, agrupados en la marca global Costa del Sol, que haga incrementar el nivel de riqueza y empleo, para mejorar la calidad de vida de su ciudadanía.
- La Mancomunidad de la Costa del Sol Occidental busca la creación y sostenimiento de servicios que interesen a todo el territorio, prestando especial atención a los servicios relacionados con el agua, maquinaria, medio ambiente, turismo y playas.
- La entidad impulsora de la metodología y del proyecto, la Sociedad Estatal dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas, Segittur, busca con esta iniciativa mejorar la competitividad de la Costa del Sol Occidental como un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia,

que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente

- El sector transporte tiene una relación directa con el desarrollo del proyecto, ya que de su evolución dependerá la movilidad interna, en los propios municipios, y externa de los municipios de la Costa del Sol Occidental con el resto del territorio provincial y con otros territorios de España y del resto del mundo a través del aeropuerto de Málaga-Costa del Sol.
- Las áreas y organismos relacionados con la gestión del patrimonio y del medio ambiente, buscan la maximización pública y turística de esos recursos, pero manteniendo siempre la premisa de la conservación del atractivo a medio y largo plazo.
- Los turistas desean un destino de calidad, con una adecuada relación de la cantidad pagada con los servicios recibidos y que aumente su grado de satisfacción con la experiencia vivida.
- Los residentes buscan mejorar su nivel de bienestar, con un aumento de la riqueza en el territorio y la creación de empleo estable y de calidad, minimizando los efectos negativos producidos por la afluencia de grandes flujos turísticos.
- Las expectativas de otros sectores económicos no directamente relacionadas con la actividad turística, también se tienen en cuenta, ya que actividades como la agrícola, ganadera, pesca, transformación agropecuaria, servicios bancarios, sector comercial, etc., dependerá su competitividad futura dependiendo del desarrollo de la actividad turística, al tener una correlación entre gasto turístico y viabilidad de sus sectores económicos.

8 ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Del diagnóstico sobre el DTI Costa Del Sol realizado por SEGITTUR junto con el Plan de Competitividad y Marketing de la Costa del Sol 2020-2023, así como las reuniones cualitativas con las partes interesadas del destino se han elaborado reste análisis de contexto en base a los cinco ejes: Gobernanza, Innovación, Tecnología, Sostenibilidad y Accesibilidad

8.1 SITUACIÓN DEL EJE DE GOBERNANZA

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define gobernanza como "*el proceso de conducción de los destinos turísticos a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico*".

La gestión de la gobernanza en un destino turístico inteligente es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos. Los mismos que ponen el foco de la

planificación, no sólo en el turista, sino también en el bienestar del residente y la convivencia entre ambos, y en entender la gestión turística en coordinación con el resto de las áreas del destino.

Visión estratégica e implementación

Bajo el epígrafe de visión estratégica e implementación, se evalúan los requisitos de un Destino Turístico Inteligente en el ámbito de las estructuras e instituciones con competencias en materia de turismo, los instrumentos de planificación y estrategia con los que cuentan, así como aquello en lo que se apoyan tanto previamente, diagnóstico, la estrategia de *branding*, la gestión de la oferta y la demanda, como en su aplicación, presupuesto, normativas, etc.

En la estrategia turística del destino participan distintas instituciones a nivel municipal e intermunicipal. Por un lado, todos los municipios del destino cuentan en sus equipos de gobierno con una concejalía dedicada a la gestión turística del municipio. Por otro lado, a nivel intermunicipal destaca la gestión de las siguientes instituciones:

- Turismo y Planificación Costa del Sol. Organización pública de planificación y promoción turística muy especializada y con una larga trayectoria. Asume las competencias en Turismo propias de la Diputación Provincial de Málaga. Esta entidad es la impulsora del proyecto Costa del Sol destino Turístico Inteligente.
- Mancomunidad de Municipios de la Costa del sol occidental. Aglutina a los municipios de la Costa del Sol en ámbitos como la gestión el agua, los residuos, la gestión de las playas y el turismo.
- Diputación Provincial de Málaga

Desde 2011 Turismo y Planificación ha implantado un modelo de gobernanza en la gestión turísticas de sus competencias, en el que ha cooperado y coordinado sus actividades con los municipios y el sector turístico. Por ello, se creó el Foro de Turismo y la Comisión Permanente, ambos entes son los que aprueban los Planes anuales de Acción de Turismo y Planificación, y permite escuchar, debatir y proponer tanto a los municipios como al sector privado turístico, es más la Comisión Permanente, su Presidente, es un representante del sector privado, por lo que es clara y patente la apuesta de la entidad por la colaboración público-privada.

Además, se cuenta con unas mesas por segmentos en el que las empresas del sector más específicas a esos segmentos, se debate, planifica, … las acciones a desarrollar por Turismo y Planificación.

La coordinación entre las distintas instituciones participantes en el proyecto Destino Turístico Inteligente se realiza, entre otros en el seno de:

- **Grupo de trabajo de Diputación Provincial de Málaga**: participan en la misma las Delegaciones de la diputación Provincial de Málaga implicadas en el desarrollo del Destino Turístico Inteligente.

- **Grupo de trabajo de Ayuntamientos de Costa del Sol Occidental:** participan en esta comisión las Areas de Turismo de los municipios del destino, así como la Mancomunidad de Municipios Costa del Sol Occidental
- **Comisión Permanente del Foro de Turismo Málaga-Costa del Sol**, representantes de las asociaciones empresariales de la Costa del Sol e integrantes del Foro de Turismo de Málaga Costa del Sol.

El objetivo de esas Mesas es el trabajo coordinado entre las instituciones con competencias en turismo en el territorio, así como la interna dentro del Ente gestor.

Presupuestos

Turismo y Planificación Costa del Sol cuenta con un presupuesto propio de 11.395.00 € (año 2020) para la ejecución de planes y proyectos para el conjunto de destinos del territorio. También desarrolla instrumentos financieros de apoyo al sector y participa en diversos programas de captación y canalización de fondos para el desarrollo del destino,

El resto de las entidades del destino cuentan con su propio presupuesto para el desarrollo de sus competencias, entre las que se incluye la gestión turística.

Entidad	Total Ingresos 2020
Ayuntamiento de Torremolinos	99.126.297,03 €
Ayuntamiento de Benalmádena	109.511.360,42 €
Ayuntamiento de Fuengirola	102.807.965,11 €
Ayuntamiento de Mijas	99.763.603,50 €
Ayuntamiento de Marbella	295.470.259,72 €
Ayuntamiento de Estepona	105.874.928,72 €
Ayuntamiento de Manilva	26.005.574,39 €
Ayuntamiento de Casares	15.983.891,60 €
Mancomunidad de Municipios Costa del Sol occidental	105.658.659,59 €
Diputación Provincial de Málaga	254.755.209,72 €

Presupuesto Entidades Locales. Fuente: Portal Institucional del Ministerio de Hacienda. Gobierno de España

Instrumentos de planificación estratégica y marca turística

Turismo y Planificación Costa del sol tiene por estatutos, delegadas las funciones en materia de planificación estratégica para el desarrollo del territorio. Cuenta con distintas áreas específicas para este cometido.

- Desarrollo turístico y empresarial.
- Planificación turística y territorial.
- Nuevas tecnologías y modernización turística.
- Marketing turístico.

Dentro de la labor desarrollada por Turismo y Planificación Costa del Sol se cuenta con instrumentos estratégicos para el desarrollo del conjunto del territorio y su promoción turística.

La marca turística de la Costa del Sol se encuentra bien posicionada en el mercado nacional y mercados internacionales. Desde el departamento de Nuevas Tecnologías y modernización turística se gestiona el tratamiento de la imagen, en cuanto a su representación gráfica, logotipo y gamas cromáticas, en los distintos soportes que se generan desde la entidad.

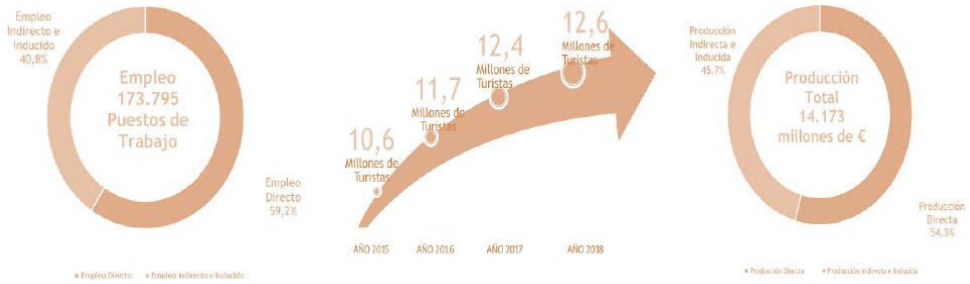
Comunicación

Turismo y Planificación Costa del Sol cuenta con un área de coordinación de comunicación, que coordina las publicaciones en los diferentes soportes de información y elabora los correspondientes dossiers de prensa anuales.

Gestión eficiente

Desde 2015 se han obtenido, año tras años, unas cifras históricas en el destino Costa del Sol Málaga, donde se han registrado mejoras en las llegadas de turistas, pernoctaciones, empleo generado, oferta de plazas, etc., que ha demostrado la solidez turística de la Costa del Sol, y como va superando anualmente los principales indicadores de evolución de la actividad turística.

Los tres indicadores más representativos, empleo generado en el sector turístico, la llegada de turistas y el gasto turístico, han subido de forma significativa. Desde Turismo y Planificación Costa del Sol estimamos que durante el año 2019 llegaron a la provincia de Málaga unos 13.093.000 turistas; la mayor cifra de la historia del destino, el impacto total que ha generado el gasto turístico en 2019 ha sido de 14.442 millones de euros y en cuanto a la generación de empleo, el gasto del turista en la provincia de Málaga genera unos 178.900 empleos en 2018. De ellos, unos 104.700 empleos son debido al impacto directo del gasto turístico y 74.200 al impacto indirecto e inducido.



Fuente: Plan de marketing 2020-2030.Turismo y Planificación Costa del Sol

En cuanto a la oferta, en el período 2018-2014, el número total de establecimientos turísticos ha crecido un espectacular 1.098%, pasando de los 2.809 en 2014 a los 33.674 registrados en enero de 2019. De dichos establecimientos, unos 28.200 son viviendas con fines turísticos, lo que supone el 84% del total, que, si no lo incluyéramos, el crecimiento de los establecimientos en este período se situaría en un 96,0%.

Las plazas han crecido, pero en menor proporción, debido al menor tamaño medio de estas viviendas con fines turísticos. Así la oferta total de plazas a enero de 2019, la integran 348.972 plazas turísticas en la provincia de Málaga, de las cuales 147.107 son de las viviendas con fines turísticos incorporados a la oferta reglada.

A nivel territorial, la Costa del Sol oferta 307.324 plazas de alojamiento turístico distribuidas desde Nerja a Manilva, representando el 88,1% de las plazas disponibles en Málaga. El interior de la provincia ofrece 41.648 plazas, lo que supone el 11,8% de las mismas. La ciudad de Málaga experimenta un espectacular crecimiento del 275,6% de su infraestructura de alojamiento turístico en los últimos cinco años 2018-2014, con la creación de más de 30.000 nuevas plazas, hasta ofertar 41.487 plazas en el año 2018.

A nivel municipal, Marbella y Málaga, seguidos de Torremolinos, Benalmádena y Mijas, son los municipios que lideran el ranking en número de plazas turísticas, siendo los únicos municipios de la provincia con una oferta de alojamiento superior a las 30.000 plazas. Estos municipios concentran cerca del 6 de cada 10 de las plazas en establecimientos turísticos reglados (57,8%). Ronda y Frigiliana son los municipios de interior con mayor oferta de plazas, ocupan en el ranking el puesto décimo tercero y décimo sexto, con 5.729 y 2.866 plazas, respectivamente.

Analizando los indicadores referidos a los alojamientos reglados, se comprueba que en el año 2018 el número de viajeros alojados en establecimientos reglados en Málaga roza los 7 millones. En el último quinquenio 2018-2014, los viajeros alojados en hoteles, apartamentos turísticos, campamentos y alojamientos rurales de la provincia registraron un crecimiento del 19,3%, que se traduce en cerca de 1,2 millones más viajeros. Durante el año 2018 descienden las pernoctaciones de los viajeros alojados en establecimientos reglados en la provincia de Málaga, aunque se superan los 28,3 millones. En el último quinquenio 2018-2014 las

pernoctaciones registradas en todas las tipologías de establecimientos reglados experimentan un crecimiento del 15,5%, parecida al resto de los ámbitos analizados y que se traduce en más de 3,8 millones más de noches.

En el último quinquenio 2018-2014 en la provincia de Málaga la estancia del viajero en los establecimientos reglados ha descendido ligeramente -0,15 días respecto a 2014 situándose en 4,06 días, segundo destino que mejor evoluciona en este quinquenio, superada por Andalucía (-0,07 días), y seguida de Costa del Sol (-0,16 días) y España que desciende (-0,18 días).

En cuanto a la estacionalidad turística, puede comprobarse que los viajeros alojados en establecimientos reglados de la provincia de Málaga presentan sus mayores concentraciones, como es de esperar, en los meses de agosto y julio (con comportamientos del 56% y 41% por encima de la serie si no existiera estacionalidad). De forma contraria, los meses de enero, diciembre y noviembre, soportan las menores concentraciones de viajeros alojados en establecimientos, con comportamientos respecto a la serie desestacionalizadora del 51% (1–0,49), 44% y 39%, respectivamente.

Del análisis realizado sobre el empleo turístico, se puede señalar la importancia del sector turístico en la provincia de Málaga, ya que es la principal fuente de empleo y de riqueza, y motor de arrastre de otros subsectores económicos. En 2018 se observa que se mantienen el crecimiento del empleo hotelero, experimentando crecimiento en todos los meses del año, situándose de media en 13.332, lo que supone un incremento del 3,0% con respecto al 2017, donde los establecimientos hoteleros malagueños emplearon, de media, a 12.934 trabajadores.

En cuanto a la situación y evolución del número de empleados y empresas en los distintos subsectores turísticos, en 2018 se encontraron en situación de alta en la Seguridad Social en la Provincia de Málaga 112.571 trabajadores de media anual, lo que supone un incremento del 5,6% con respecto al del año anterior, año en el que se alcanzó los 106.634 trabajadores de media en situación de alta a la seguridad social.

El sector de la hostelería ha registrado una media de 82.674 trabajadores, aportando cerca de 3 de cada 4 empleados en el sector turístico (73,4%); el transporte con 9.078 aporta el 8,1% del empleo; las agencias de viajes con 9.138 aportan tiene el mismo peso (8,1%); y, por último, las actividades recreativas y culturales con 11.680 empleos, representan el 10,4% del total. Así, el crecimiento es generalizado en todos y cada uno de los subsectores analizados, pero no con la misma intensidad, produciéndose un excepcional crecimiento en el empleo en las actividades de las agencias de viajes con un 10,3%, seguida de la hostelería con un +5,4%, de las actividades recreativas y culturales con un 4,8% y el transporte con un incremento del 4,0% de los trabajadores.

En cuanto al número de empresas, en 2018 se encontraban en situación de alta en la Seguridad Social en Málaga 13.159 empresas turísticas de media anual, lo que supone un incremento del +0,2% con respecto al año anterior, cuando se alcanzó la cifra de 13.138 empresas. El sector de la hostelería ha registrado una media de 9.665 empresas, aportando tres cuartas partes de las empresas turísticas (73,4%); el transporte con 1.454 aporta el 11,0% de las empresas; las agencias de viajes con 783 aportan un 6,0%; y por último, las actividades recreativas y culturales con 1.257 empresas, representan el 9,5% del total. Todos los subsectores han aumentado el volumen de empresas a excepción de la hostelería

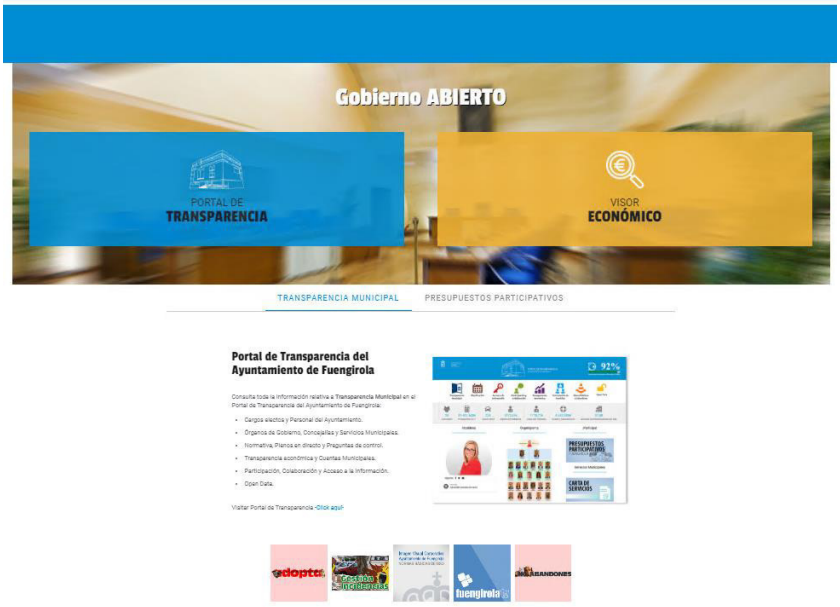
Gestión transparente, abierta y participativa

La transparencia y la participación son dos de los principios claves para hablar de buena gobernanza.

Según la definición de los principios de buena gobernanza de la ONU, *la transparencia se base en el libre flujo de información. Los procesos, las instituciones y la información son directamente accesibles a los interesados y se proporciona suficiente para comprender y vigilar* (PNUD,1994).

La ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y la ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, constituyen el marco legal para el desarrollo de la transparencia en la gestión pública en los municipios del destino.

Todos los municipios que forman parte del destino Costa del Sol cuentan con portales específicos de transparencia a través de los que publicar de forma activa información sobre su gestión. También habilitan canales específicos a través de los que la ciudadanía puede solicitar información.



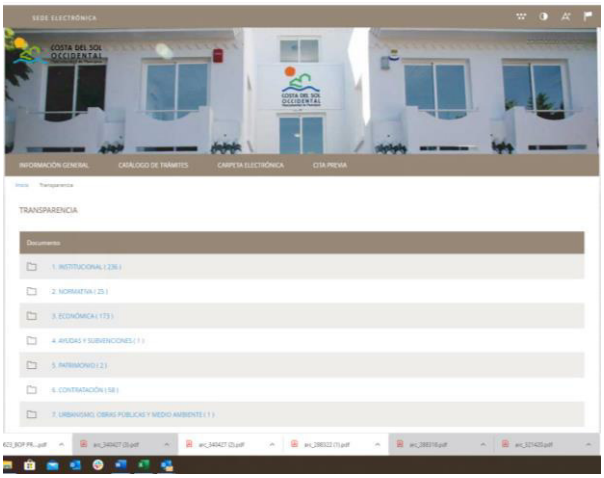
Portal de Gobierno Abierto. Fuente: Ayuntamiento de Fuengirola

Diversas organizaciones sociales evalúan de forma sistemática el grado de transparencia de las entidades públicas en los distintos niveles de la Administración. Si tomamos como referencia el ranking de transparencia desarrollado por la organización DYNTRA, observamos que los municipios de Fuengirola y Marbella obtienen unos resultados excelentes en sus niveles de transparencia. Fuengirola se sitúa en la primera posición del ranking de transparencia de municipios andaluces al cumplir con el 92% de los indicadores analizados.

Nivel de transparencia del Ayuntamiento de Fuengirola. Fuente: Dyntra

Por tanto, es evidente que la transparencia constituye un eje transversal de actuación en los municipios del destino.

Las otras entidades participantes en la gestión del destino como son la Diputación Provincial de Málaga y la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol también cuentan con sus respectivos portales de transparencia.

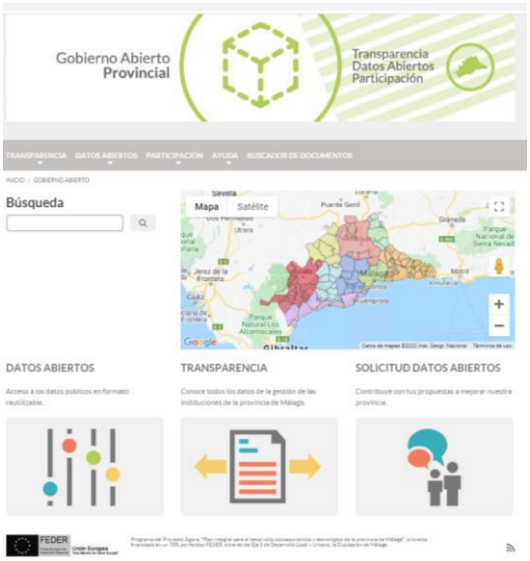


Portal de transparencia. Fuente: Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental

El ente gestor, Turismo y Planificación costa del Sol también cuenta con su propio portal de transparencia.

La Diputación Provincial de Málaga desarrolló en el año 2015 la Plataforma Provincial de Gobierno Abierto a través del programa del Proyecto Ágora, "Plan integral para el desarrollo socioeconómico y tecnológico de la provincia de Málaga", proyecto financiado en un 70% por fondos FEDER, a través del Eje 5 de Desarrollo Local y Urbano, la Diputación de Málaga.

A través de esta plataforma provincial es posible el acceso a los portales de gobierno abierto de todas las entidades públicas de la provincia, así como la publicación de datos abiertos y la gestión de las solicitudes ciudadanas al respecto.



Plataforma de Gobierno Abierto Provincial. Fuente: Diputación Provincial de Málaga

Gestión responsable y controlada

Por definición responsable es aquel que tiene la habilidad de responder. Si trasladamos este concepto al mundo de la gestión turística podemos decir que la gestión responsable se basa en desarrollar la habilidad para dar respuesta a la expectativas e intereses de los distintos actores claves en la actividad turística, empresas, turistas, residentes, entorno natural……

Según la declaración de Ciudad del Cabo (2002) el turismo responsable tiene por misión principal minimizar los impactos negativos que genera el turismo, maximizar los beneficios para la población y el empresariado local e involucrarlos en la gobernanza turística del destino.

El primer paso para llevar a cabo una gestión responsable del destino es contar con información sobre los resultados de la actividad turística en el territorio. Para ello, el destino cuenta con el **Observatorio Turístico de la Costa del Sol** que analiza anualmente la actividad turística y que entre otros aspectos recoge información sobre el impacto económico de la actividad y la situación del empleo en el sector turístico. Esta información es primordial a la hora de desarrollar los planes de acción turística.

El Área de Inteligencia Turística de Turismo y Planificación Costa del sol, además del citado Observatorio, lleva a cabo análisis constantes de los resultados de la actividad turística en el destino. El resultado de dichos análisis queda reflejado en los informes que se generan periódicamente como el reciente Informe sobre la situación "Turística de la Costa del Sol y propuestas para la salida de la crisis provocada por el Covid-19". Esta información es fundamental a la hora de la toma de decisiones de los stakeholders del destino.

En cuanto a la gestión responsable destacar la existencia del Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables de Málaga, del que forma parte Turismo y Planificación Costa del Sol y cuyo objetivo es identificar retos comunes y proyectos conjuntos en Responsabilidad Social empresarial que bajo una metodología basada en la participación y la colaboración de sus integrantes refuerce el compromiso del entramado de empresas socialmente responsables de Málaga.

8.2 SITUACIÓN DEL EJE DE INNOVACIÓN

La innovación es entendida como la introducción o mejora de nuevos servicios, procesos, métodos de comercialización o de organización en las prácticas internas del Ente gestor del Destino y en su relación externa con sus residentes y turistas con el objetivo de mejorar el beneficio que les aportan y su competitividad.

En la medida que se realice de forma sistemática, bajo un sistema de gestión establecido, la innovación aporta continuamente nuevas ideas al destino, genera valor de forma proactiva gracias a una mejor comprensión de las necesidades y posibilidades del DTI, ayuda a identificar y reducir riesgos, aprovecha la creatividad y la inteligencia colectiva, obtiene valor de la colaboración de todas las partes involucradas y estimula la implicación de todos fomentando la misma.

El primer paso para hacer llegar la innovación a toda la cadena de valor turística en un destino es aplicarla en los procesos de gestión diarios para garantizar que hay una cultura de la innovación en toda la organización.

En ese sentido, es necesario tener un órgano impulsor y de fomento de esa nueva cultura organizativa que plantee las herramientas con las que conseguir la introducción de la innovación, además de la capacitación necesaria para detectar las necesidades y ser capaces de llegar y coordinarse con el sector privado

En la actualidad no existe un conocimiento real de la innovación en el sector turístico a lo largo de toda la cadena de valor de la actividad en el destino Costa del Sol, no disponiendo de fuentes primarias, ni secundarias que nos permitan realizar un diagnóstico realista y documentado de **la situación y estado de la innovación en el sector empresarial turístico en el destino.**

A continuación, a modo de aproximación, se exponen unas breves conclusiones extraídas de la "Encuesta sobre innovación de las empresas" trabajo realizado en 2018 por IECA - el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía - de la Consejería de Económica,

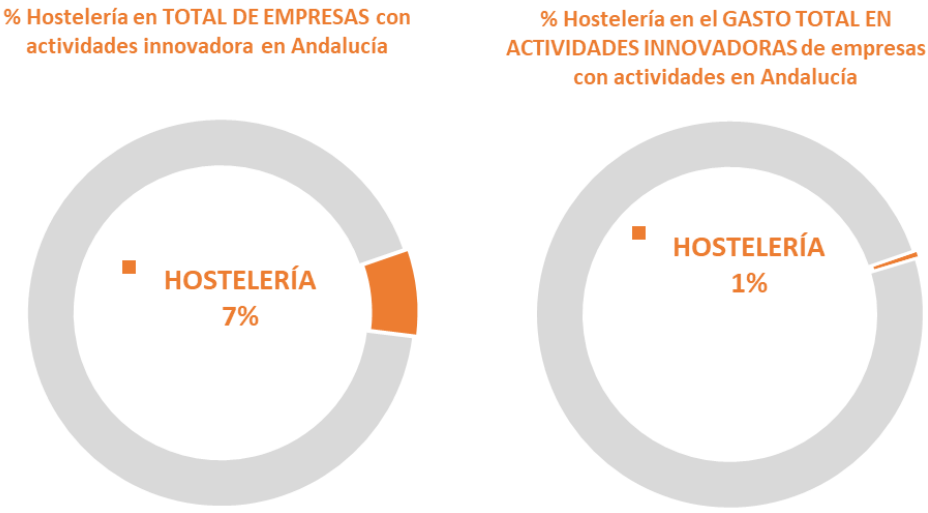
Conocimiento, Empresas y Universidad, con resultados para Andalucía y España, no disponible a un nivel de desagregación menor.

No hay que olvidar, que la actividad turística de la Provincia de Málaga representa más de una tercera parte de la de Andalucía; y la Costa del Sol Destino DTI el 65% de la provincia, por lo que estas conclusiones pueden aproximarse a la realidad del destino.

En Andalucía las empresas de hostelería (CNAE 55, 56) con actividad innovadoras representan el 7% del total de empresas con actividad innovadoras en Andalucía, independientemente de la rama de actividad.

Andalucía concentra el 14% del total de las empresas de hostelería con actividad innovadora de España, cuota superior a la participación sobre el total de empresas con actividad innovadora en España, que representa el 11%.

Sin embargo, cuando se analiza el gasto en las actividades de innovación de las empresas de hostelería, este tan sólo alcanza un 1% sobre el gasto total en innovación en Andalucía.



Definiendo el indicador "Intensidad de Innovación de las empresas con gasto en actividades innovadoras", como la relación o división del Gastos en actividades Innovadoras entre la cifra de negocios de la empresa, multiplicado por 100 según rama de actividad.

En Andalucía esta intensidad de la innovación de las empresas con gasto en el sector de la hostelería se sitúa en 1,608, inferior a la media del total de las ramas de actividades que se posiciona en 1,920.

Esta intensidad de Innovación sobre el total de las empresas, en el sector de la hostelería se sitúa en 0,149, también inferior al alcanzado en el total de actividades en Andalucía en un 0,582.

Estos índices nos muestran la necesidad de seguir impulsando y trabajando en la innovación en todos los servicios y productos en toda la cadena de valor de la actividad turística para mejorar la competitividad del destino Costad el Sol.

A pesar de ser conscientes de la debilidad del destino en la planificación de procesos de innovación y la necesidad de adquirir un compromiso por la incorporación de protocolos de

innovación sistemática en el destino Costa del Sol, a continuación, vamos a sintetizar acciones y proyectos innovadores desarrollados en el DTI por parte de algunos de sus componentes:

- Turismo y Planificación Costa del Sol
- Ayuntamientos del destino
- Diputación de Málaga
- UMA – Universidad de Málaga y otras entidades de Formación
- Junta de Andalucía

Turismo y Planificación Costa del Sol

La innovación en Turismo y Planificación Costa del Sol (en adelante TyPCdS) se gestiona desde los diferentes departamentos que lo componen, así cada uno de ellos han desarrollado proyectos innovadores en su ámbito como se verá en este apartado.

En la innovación en temática de procesos y servicios, el ente gestor ha puesto en marcha algunas acciones, observándose una apuesta por la innovación en servicios dentro de algunas áreas de Turismo y Planificación Costa del Sol, S.L.U., pero con trabajo por delante

En TyPCdS, para analizar problemas y oportunidades dentro del destino, cuentan con un **SIG (Sistema de Información Geográfica)** que les sirve para identificar debilidades y, en ocasiones, amenazas y, además, funciona como herramienta de gestión. En esa línea se realizan estudios territoriales (componente territorial del dato) y de geomarketing, con varios proyectos en marcha:

- Análisis del suelo y potencialidad turística, Proyecto "Smart Routes" (para usuarios)
- Plan Acción Consorcio Provincial de Bomberos de Málaga (utilizando tecnología basada en logística).

Dentro de este campo, con el fin de identificar y seleccionar ideas de innovación, se está desarrollando un sistema de gestión de destino muy avanzado, como se recoge en el eje de gobernanza.

En el conjunto de TyPCdS se ha desarrollado de un sistema que cuenta con **indicadores estratégicos internos** para la evaluación e impacto de las acciones que se desarrolla.

Además, el Área de Promoción, del Departamento de Marketing cuenta con un **CRM en el que utilizan la herramienta hubspot** para hacer un seguimiento a los turistas y detección de oportunidades de venta. Se envían periódicamente Newsletter a la base de datos de clientes en función de los gustos y afinidades indicadas cuando se han dado de alta los usuarios en el portal visitacosatadelsol.com.

Además, se está desarrollando **el proyecto "Costa del Sol Decision Making"** cuyo objetivo es identificar oportunidades de mercado para romper con estacionalidad e identificar nichos de mercado con alto poder adquisitivo, que permite realizar predicciones turísticas y en que se está utilizando herramientas como Adara, que permite una evaluación de impacto de las campañas digitales que se llevan a cabo por el área, y en el que se analiza la efectividad de estas.

TyPCdS realiza labores de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, con un plan anual para abordar estos temas. Además, está desarrollando un potente big data con datos propios y datos comprados, que les ayuda a analizar el estatus actual, tendencias y a la toma de decisiones en tiempo real.

El destino Costa del Sol destaca por tener el primer observatorio turístico mundial, con una primera experiencia: el Turímetro, que estaba dotado de 27 indicadores. A éste, se suma el Boletín Hotelero y de Coyuntura Turística "Costa del Sol" (con datos mensuales y acumulados, anuales), a través de datos de muy numerosas fuentes (INE, AENA, Renfe, Seguridad Social, Registro de Turismo de Andalucía y Malagaport) y el Boletín de Empelo Turístico con datos EPA (Encuesta de Población Activa). También realizan informes de mercado esquemáticos y sectoriales.

También cuenta con un **Cuadro de Mando (CM) integral**, para seguimiento de acciones, trabajadores, etc. (desde 2016), pero no contempla la innovación, en proceso.

Plan de Acción 2020 actual (anual) contiene iniciativas relacionadas con I+D+i, aunque no es específico de innovación. Se realiza seguimiento del Plan, pero no específico de innovación.

Respecto a **KPIs (Key Performance Indicators) o indicadores de rendimiento** concretos, se da seguimiento y se analiza la rentabilidad de las inversiones, a través de ADARA que se conectan con OTAs a nivel mundial, y nos permite conocer el impacto de una acción on-line y física (en ferias). Con este proyecto se consigue conocer la ratio de conversión de las diversas campañas que se realizan y conocer quién ve la publicidad, reserva a través de las agencias de viajes online (OTAs) e incluso si reserva en otro destino.

Se realizan **estudios de benchmarking** basado en seguimiento exhaustivo de procesos, estrategias y planteamientos desarrollados por otros destinos de lata competitividad. En el Plan de Competitividad y Marketing 2020-23 de TypCdS del desino, aprobado recientemente, hay un estudio benchmarking sobre de acciones exitosas de marketing en el mundo.

También TyPCdS ha favorecido e impulsado la creación y consolidación de empresas turísticas en la provincia de Málaga a través del Proyecto **COSTA DEL SOL EXPERIENCES 365**, el objetivo final es ampliar la gama de experiencias que un viajero puede tener en nuestra provincia y está dirigido a emprendedores y empresas con menos de 5 años de antigüedad. Este proyecto innovador contempla un proceso de formación práctica y consultoría, con el siguiente programa:

- Diseñar y validar el proyecto y su modelo de negocio
- Identificar el cliente objetivo y definir una propuesta de valor única
- Planificar el proceso de comercialización y venta efectiva
- 3 meses de aceleración
- Sesiones formativas
- 5 sesiones de consultoría avanzada
- Los proyectos participantes obtienen la adhesión al Programa ofreciéndole la incorporación del logotipo institucional en sus soportes de comunicación y difusión

- Los productos y experiencias de los proyectos que finalicen con éxito su participación en el programa formarán parte de un catálogo digital y se publicarán en la web promocional del destino Costa del Sol

Otro programa innovador impulsado, diseñado y dirigido desde TyPCds para el destino y que está consolidado, va por la cuarta edición, es **COSTA DEL SOL TOURISM HUB**, un programa de aceleración empresarial especializado en la vertical del turismo, para la creación de empresas y consolidación del tejido empresarial de este sector, a través de un proceso de mentoring y consultoría estratégica.

Durante un periodo de cuatro meses, un total de 10 proyectos empresariales cuentan con el apoyo, la experiencia y el capital relacional que les ofrecen mentores y consultores especializados en diferentes áreas de la gestión empresarial.

El programa ofrece también espacio de trabajo en las propias instalaciones de la entidad, así como apoyo en la búsqueda de financiación, contando para ello con la colaboración de diferentes entidades financieras, además de los inversores de la **Red Málaga Business Angels,** gestionada por el ente gestor.

Los proyectos que finalizan con éxito la fase de aceleración participan en la convocatoria de los Premios Costa del Sol a la Iniciativas Turísticas Emprendedoras, apoyados por la Fundación Bancaria Unicaja, y que premiará el talento, la innovación y el desarrollo de los tres mejores proyectos con una dotación económica de 5.000€, 3.000€ y 2.000€, respectivamente.

Además de poner el foco en la selección y matching de mentores y consultores ad-hoc para cada proyecto, el programa cuenta con un advisory board conformado por diferentes empresarios y profesionales del sector que forman parte del Foro del Turismo de la Costa del Sol, a los que se unen los propios profesionales del área de desarrollo empresarial y de las áreas de negocio de Turismo y Planificación Costa del Sol.

La **innovación en productos y servicios** es uno de los aspectos clave para mantener la competitividad y la rentabilidad de los destinos turísticos y sus empresas, aspecto que se ha de seguir trabajando para seguir estando a la vanguardia.

No obstante, se destaca a continuación los productos turísticos más relevantes:

- El producto turístico de mayor éxito son sus playas. Los deportes acuáticos y los deportes de playa complementan la oferta turística de sol y playa.
- Tiene un interesante patrimonio histórico y cultural, cuya explotación ha tomado forma con importante potencial en los últimos años. Algunas rutas culturales y los cascos históricos de algunos de sus municipios son recursos muy visitados actualmente por el turista.
- La oferta de rutas y senderos en la naturaleza también está creciendo, aprovecha el rico patrimonio natural del territorio, algunas fuera del alcance del DTI Costa del Sol, pero que complementan el atractivo de la zona, al encontrarse a poco tiempo (**Caminito del Rey y Gran Senda**). Si destacar que gran parte del destino DTI Costa del Sol cuentan con tramos en la **Senda Litoral, que permite recorrer andando gran parte del litoral del destino por pasarelas de madera al lado del mar**

- Se está tratando de impulsar el turismo gastronómico, complementario a los sectores actuales, impulsando las marcas de productos locales de la provincia y realizando concursos gastronómicos para posicionar este sector, se complementa con **"Sabor a Málaga"** sello promocional -no de calidad-, para el fomento de consumo de productos agroalimentarios malagueños).
- El turismo **MICE** (de eventos o congresual) tiene gran potencial en el destino
- Por último, entre otros, el turismo **de élite o segmento de lujo** orientado a población con poder adquisitivo muy alto tiene un peso importante. Compras de lujo, actividades exclusivas y turismo de alto standing.

Actualmente, se está tratando de potenciar un **turismo multisegmento, multisectorial o multimercado**. En cuanto al impulso, se encuentran centrados principalmente en los siguientes campos:

- Cruceros
- Health & Wellness (de salud y bienestar)
- Idiomático (líder, bien posicionados, interés en mantener su nivel)
- Náutico
- Sport Destination (golf, fútbol, etc.)

Es importante señalar que desde Ty PCdS se trabaja para aprovechar las oportunidades de una provincia tan amplia como diversa, como lo es Málaga. Los **recursos disponibles en los municipios de Málaga son extensos y variados**. La dicotomía costa-interior presenta multitud de posibilidades, ofreciendo una oferta complementaria real y diferente. Este hecho hace doblemente interesante el atractivo y la potencialidad de sus bienes, ya sean culturales, naturales o histórico-artísticos, en cualquier caso, patrimoniales, que han de ponerse en valor ofreciendo un producto de calidad al visitante.

Por otro lado, se realizan **actuaciones de identificación y puesta en valor de espacios infrautilizados**, de forma continuada, con ayuda de los Ayuntamientos, tales como:

- Faro en Marbella como espacio cultural y ambiental, recurso turístico
- Manilva, centro comercial para vivero
- Trabajo de inventariado de espacios culturales de la provincia (actualizado hasta 2018).

Buen exponente del compromiso del ente gestor con el **impulso turismo complementario basado en otras actividades económicas** como la enológica.

Desde Turismo y Planificación Costa del Sol se ha desarrollado el programa **COSTA DEL SOL 365 WINE EXPERIENCES** donde pone a disposición de la nueva Ruta del Vino de Ronda y Málaga, su experiencia y sus recursos materiales y humanos, para ayudar al desarrollo y la consolidación de las empresas relacionadas con el sector bodeguero y turístico que integrarán este nuevo producto enoturístico.

Costa del Sol 365 Wine Experiences es un programa para el impulso y la capacitación de empresas e iniciativas relacionadas con la nueva Ruta del Vino de Ronda y Málaga.

Referido a los nuevos nichos y productos turísticos desde TyPCdS se han desarrollado proyectos dirigidosa potenciar mercados muy concretos, pero con gran potencial para el Destino DTI Costa del Sol como puede ser el **Muslim friendly", Plan Japón, Mercado Chino**, entre otros. A modo de ejemplo en el caso del Plan Japón se realizaron folletos de bienvenida para este mercado en hoteles, restaurantes y comercio, se dio formación a las empresas de estos sectores que se adhirieron para que tuviesen conocimiento de cómo tratar y adaptar sus negocios a este tipo de clientela, así como se le facilito la traducción de cierto material, etc.

Costa del Sol, pese a que no destaca por sus proyectos en materia de **innovación social** cuenta con algunas acciones desarrolladas en dicha materia como las **Campañas de concienciación turística social a niños en colegios**

También destacar que, desde el pasado diciembre 2019, Turismo y Planificación Costa del Sol, es miembro del **Foro de Responsabilidad Social Empresarial de Málaga** (www.fororsemalaga.es), cuyo objetivo general es identificar retos comunes y proyectos conjuntos de responsabilidad social empresarial que, bajo una metodología basada en la participación y la colaboración de todos sus integrantes, refuerce el compromiso del entramado de empresas socialmente responsables de la provincia de málaga.

Desde el punto de la **innovación en movilidad y flujos** que faciliten a la población, residente y turística sus desplazamientos, Ty PCdS ha participado en el diseño del **proyecto Senda Litoral,** impulsado y desarrollado por Diputación, que favorece y facilita el desplazamiento a pie de los ciudadanos (residente y turista).

Por último, mediante SIG (Sistemas de Información Geográfica) y, más concretamente, estudios de geomarketing, se diseña y se trabaja por la mejora de la movilidad en Costa del Sol. A través de proyectos como **Smart Routes** (llevado a cabo por el ente gestor) se prevén nuevas propuestas en temas de movilidad, una vez analizados los principales desplazamientos por parte de la ciudadanía (visitantes y locales).

En materia de innovación en comercialización y marketing, señalar la implementación proyecto **"COSTA DEL SOL 360"** - www.visitacostadelsol.com/360

TyPCdSol, puso en marcha a principios de 2016 el proyecto "Costa del Sol 360" para contribuir a la promoción de la provincia de Málaga. Se trata de **un proyecto tecnológico innovador integrado en el Sistema de Gestión del Destino,** que ofrece visitas virtuales por los principales hitos de la provincia. Permite una recreación real a los turistas sobre el destino. El visitante puede recorrer los distintos enclaves desde panorámicas imposibles de ver a pie de calle, gracias a fotografías en 360 grados (Puerto Banus, Puerto Marina, Puerto de la Duquesa, Campos de Golf de Costa del Sol, playas, plaza de los Naranjos de Marbella …). La herramienta "Costa del Sol 360" está optimizada para su visualización en todo tipo de dispositivos electrónicos: www.visitacostadelsol.com/360.

Costa del Sol 360 busca dar respuesta a las cuatro fases experienciales del consumidor, clasificadas como inspiración, información, comercialización y prescripción. Es decir, busca potenciar la motivación del turista de cara a visitar el destino; facilitarle todos los datos de interés; servir de canalizador para crear negocio en la Costa del Sol y conseguir fidelizar al visitante.

Dentro de este proyecto, destaca **Caminito del Rey 360**, como herramienta innovadora de accesibilidad, para favorecer el acercamiento del producto al turista, mediante una visita-tour guiado que permite recorrer todo el recurso, idónea para aquellas personas con movilidad reducida (PMR).

Por otro lado, y ante la pandemia provocada por el COVID-19, TyPdS se ha adaptado a esta situación y ha innovado en la prestación de sus servicios, si bien cabe destacar, por un lado, la ventanilla única creada en el portal corporativo (www.costadelsolmalaga.org) para informar y asesorar al sector turístico sobre las ayudas de la Junta de Andalucía y del Estado asesoramiento y apoyo a empresas turísticas. Desde mediados de abril que se puso en marcha este servicio se han atendido más de 3.570 consultas.

Por otro lado, desde el área de Marketing de Turismo:

- se han estimado las pérdidas económicas del Coronavirus,
- se ha realizado un Plan de Reactivación en la Provincia de Málaga de la actividad turística post Covid19 consensuado con las partes interesadas.
- se ha solicitado a los empresarios turísticos su opinión para la reactivación del sector, a través de encuestas online durante el confinamiento.
- se han diseñado campañas de promoción extraordinaria dirigida al mercado nacional
- se ha realizado y enviado a los miembros de Foro de Turismo informe sobre las características, situación y tendencias de los principales mercados de su situación de confinamiento y post covid. Para ello, se analizaron las principales cifras: viajes, gasto, duración del viaje, tipo de alojamiento, … en España y en la Provincia de Málaga. Su conectividad aérea y terrestre; la situación específica en el sector turístico; las perspectivas del mercado turístico; los hábitos de consumo, etc.
- se ha realizado una campaña online de promoción del destino #ViveCostadelSol, con imágenes inéditas y sorprendentes de la provincia grabadas con última tecnología.

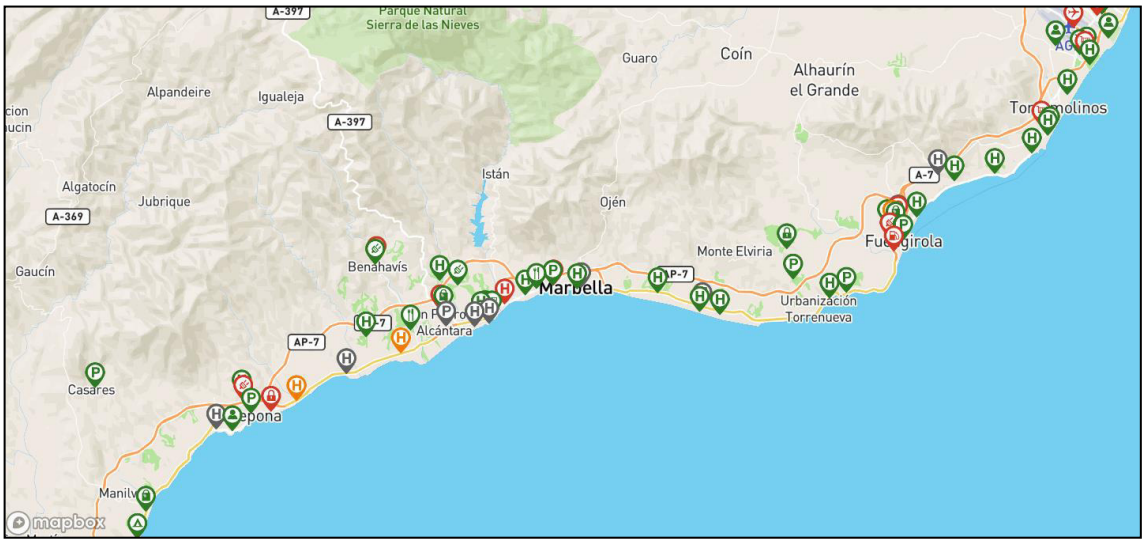
Ayuntamientos del destino

En la estructura organizativa de gobierno de los municipios que integran el destino Costa del Sol Occidental no se ha identificado en la mayoría de ellos un área de Innovación específica que impulse los procesos de innovación en la gestión y desarrollo de sus competencias, debiendo el ente gestor CDS impulsar y ser prescriptores de la Innovación como elemento de Planificación y Desarrollo de los municipios como destino Turísticos Inteligentes.

Aun así, hay proyectos desarrollados por municipios donde se acredita la apuesta por la innovación para mejorar la competitividad turística y mejora de la experiencia del visitante y residente.

En términos de innovación social hay que señalar que la gran mayoría de los municipios que integran el Destino DTI Costa del Sol presenta un Área/Departamento/Concejalía denominada de Participación Ciudadana o similar.

En cuanto a la innovación en movilidad, y en especial la movilidad eléctrica, la situación de los municipios es muy mejorable. Cuenta con diversos puntos de recarga, fundamentalmente privados, distribuidos entre la mayor parte de municipios de Costa del Sol.



Puntos de recarga eléctricos en Costa del Sol. Fuente: Electromaps | https://www.electromaps.com/

El **Proyecto Smart Costa del Sol,** desarrollado por la Agrupación de Municipios Costa del Sol, incluidos 6 de los 8 del destino DTI Costa del Sol. Esta iniciativa SMART COSTA DEL SOL se plantea como una herramienta para conseguir un objetivo estratégico como es el bienestar social y económico de los ciudadanos (residentes y turistas) del destino. A partir del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's) basadas en la infraestructura digital y en servicios digitales, se construye una ciudad/territorio que gestiona de forma más eficiente y sostenible sus recursos y ofrece a sus ciudadanos mejores servicios.

Los items incluidos en el proyecto, que incluirán el hardware, el software y los servicios profesionales necesarios, son los siguientes: Plataforma Smart, BI y Cuadro de mando, Portal de datos abiertos, Gestión inteligente del riego, Sensorización de espacios medioambientales, Aparcamiento inteligente, Alumbrado público inteligente, Eficiencia energética en edificios, Control de afluencia, Big data turístico, Sistema de capacitación e-learning, Portal web Smart Costa del Sol, App Smart Costa del Sol, Espacios "Flag-ship", Wifi social y Beacons.

Por otro lado, habría que destacar el proyecto **Marbella Branding Office**, liderado por el ente municipal marbellí, como un ejemplo de **innovación en la colaboración público-privada,** han desarrollado un consorcio turístico para crear marca "Marbella" con apoyo de *influencers y bloggers*

Diputación Provincial de Málaga

La Diputación de Málaga tiene un proyecto en desarrollo que se denomina **Málaga Provincia Inteligente**, un plan estratégico de transformación digital de la provincia (por comarcas, para municipios <20.000 habitantes), y ayudas para proyectos smart. Iniciativa para innovación en alumbrado, aparcamiento, movilidad, etc.

Dentro de **innovación de producto** destaca de la apuesta desde Diputación el **turismo ornitológico a través de Birding Málaga**, plataforma de la Diputación de Málaga dedicada a la promoción de la ornitología en la provincia. (http://www.birdingmalaga.es/es/)

En este portal se incluye información sobre rutas, puntos de observación, servicios a los ornitólogos, y, por supuesto, sobre las aves, hábitats, épocas recomendadas, etc. Todo ello asociado a una cartografía completa, actualizada y práctica.

Otras de los productos innovadoras turísticos impulsados por la Diputación, en este caso gastronómico, es el Sello **"Sabor a Málaga"**, cuyo primer objetivo es el de unificar bajo una imagen global los productos de mayor calidad de la provincia. Gracias a la marca Sabor a Málaga el consumidor, turistas y residente, puede identificar estos productos en los puntos de distribución, restauración y alojamientos tanto de la provincia de Málaga como de fuera de ella.

El segundo gran objetivo que persigue Sabor a Málaga es el de impulsar la comercialización de todos los productos vinculados a la marca, poniendo de relevancia la calidad y la exclusividad de cada uno de ellos.

Sabor a Málaga también es una lanzadera para mostrar el valor del sector agroalimentario de la provincia. La marca contribuye a la dinamización de la economía local y a la creación de puestos de trabajo en el sector agropecuario y agroalimentario de Málaga.

El proyecto Sabor a Málaga vio la luz en 2011 gracias al trabajo conjunto de la Diputación de Málaga con más de 400 empresas de la industria agropecuaria de la provincia. La marca está registrada en la Oficina de Armonización del Mercado Interior de la Comunidad Europea (Registro de Marca Comunitarias).

En formación y capacitación innovadora, destacan los **programas formativos dirigidos al sector privado, y desarrollados por la Diputación de Málaga**. Cuentan con un **programa dirigido al sector turístico (para fomento del emprendimiento**, entre otros), con diversos cursos para cualificar a los emprendedores en temática relacionada con **turismo e innovación**. En este caso sí que figura un curso orientado a innovación en servicios turísticos, con la siguiente descripción:

- Sensibilizar sobre la importancia de la innovación;
- Sentar las bases para una cultura de la innovación: transmitir conceptos básicos sobre la innovación, que ayuden a entender lo que hay que hacer y faciliten la participación de toda la empresa en el esfuerzo innovador;
- Facilitar métodos y herramientas para innovar: no se trata sólo de motivar y promover cambios actitudinales, sino de contribuir al desarrollo de capacidades a partir de pautas metodológicas y herramientas.

La Diputación de Málaga está impulsando y potenciando el Foro RSE Málaga con la Confederación de Empresarios de Málaga, con la finalidad de transmitir a las empresas la importancia de todas las acciones de Responsabilidad Social Empresarial o corporativa.

UMA – Universidad de Málaga y otras entidades formativas

Desde el punto de vista de capacitación y formación innovadora destaca la línea de trabajo desarrollada por i3t (**Instituto de Inteligencia e Innovación Turística**). Centro de la Universidad de Málaga que reúne a investigadores de todos los ámbitos de conocimiento relacionados con el turismo y también colabora a la formación en innovación, mediante una amplia oferta formativa. http://www.i3t.uma.es/

Existen **acuerdos entre el destino y algunas universidades, pública y privada como San Telmo Business School**, una escuela de negocio centrada en el turismo, que **apoya a la digitalización e innovación en Costa del Sol.**

Turismo Costa del Sol ha colaborado en gran medida a orientar al destino, también con la creación de la **"Cátedra Peñarroya de Turismo Costa del Sol"** y sus seminarios, que versan sobre la materia.

Otra innovación surgida ante el CoVId-19 es desarrollo de un sistema de control del Aforo de las Playas de la Costa del Sol, desarrollado desde la Universidad de Málaga, a través de la Cátedra de Ciencias del Litoral Costa del Sol y del grupo de investigación Edanya, y en colaboración con Turismo y Planificación Costa del Sol se ha desarrollado un sistema de control de ocupación de las playas , que a través de su APP, permite la posibilidad tanto a residentes como a turistas de consultar la ocupación de todas las playas de la Costa del Sol

Junta de Andalucía Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Andalucía Lab es un centro impulsado por la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, localizado físicamente en Marbella, que ofrece soluciones prácticas e innovadoras a las pymes, profesionales y emprendedores de la industria turística andaluza, trabajando para construir un destino turístico más competitivo, mediante el estímulo de las

competencias digitales y tecnológicas de los miles de pequeñas empresas que componen el sector.

Además, busca establecer puentes entre el ámbito turístico y el tecnológico, ayudando a profesionales independientes, empresarios y emprendedores al desarrollo de nuevos proyectos y trabajan con los numerosos municipios y destinos que componen Andalucía para ayudarles a la transición hacia la economía digital, y por ende al destino Costa del Sol

Con el objetivo de acercar la innovación y la competitividad a las pymes, emprendedores y profesionales andaluces de turismo en Andalucía Lab ofrece una amplia gama de servicios y líneas de formación.

8.3 SITUACIÓN DEL EJE DE TECNOLOGÍA

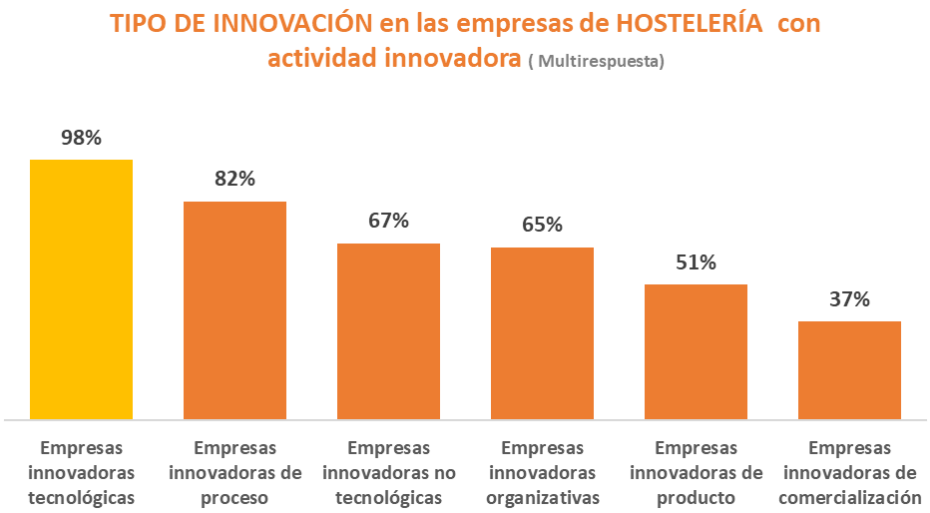
En el siguiente análisis del contexto del eje tecnológico del destino, no se disponen de fuentes primarias ni secundarias que nos permitan realizar un diagnóstico realista y documentado de la **situación y estado del desarrollo tecnológico del sector empresarial en el destino.**

A modo de estimación, se exponen unas breves conclusiones extraídas de la "Encuesta sobre innovación de las empresas" trabajo realizado en 2018 por IECA - el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía - de la Consejería de Económica, Conocimiento, Empresas y Universidad, con resultados para Andalucía y España.

Hay que recordar, tal y como se señaló en el eje de innovación, la actividad turística de la Provincia de Málaga representa más de una tercera parte de la de Andalucía; y la Costa del Sol Destino DTI el 65% de la provincia, por lo que estas conclusiones pueden aproximarse a la realidad del destino.

Analizando el tipo de innovación que desarrollan las **empresas de Hostelería de Andalucía**, que realizan actividades innovadoras, destaca **la Tecnología como la más importante.**

Así, entre las empresas de hostelería que realizan actividades innovadoras, el **98% de ellas han desarrollado mejoras tecnológicas,** el **82% de las empresas ejecutan innovaciones de procesos**; dos de cada tres empresas incorporan o mejoran sus soluciones tecnológicas; prácticamente la mitad desarrollan innovaciones en el producto y tan sólo un tercio desarrollan innovaciones en la comercialización.



De todas las empresas que realizan actividades innovadoras de tipo tecnológico de todos los sectores económicos de Andalucía, la hostelería representa el 7,8% de total de empresas.

Gobernanza Inteligente

Las instituciones que forman parte del destino Costa del Sol han hecho grandes esfuerzos en los últimos años en implantar tecnologías que mejoren la gobernanza del destino.

Así, **Desde la Agrupación de Municipios de la Costa del Sol** se está desarrollando el proyecto **Smart Costa del Sol**, que nace en el año 2015 como una iniciativa pionera en el entorno de las ciudades inteligentes para impulsar un modelo de territorio inteligente supramunicipal del que forman parte 15 municipios de la provincia de Málaga, de los cuales 6 son de los integrantes del DTI (no estando incluidos Casares y Manilva). Su objetivo es impulsar las posibilidades de estos municipios como destinos turísticos gracias a las nuevas tecnologías, muy en sintonía con los objetivos de los Destinos Turísticos Inteligentes y, particularmente, del eje de Tecnologías analizado en esta sección.

Por otro lado, desde la **Diputación de Málaga** se está desarrollando el **Plan Málaga Provincia Inteligente**, que es un plan estratégico orientado a municipios de menos de 20.000 habitantes que incluye un plan sensórico para mejorar el alumbrado público urbano, medir la calidad del agua, mejorar la gestión de los residuos urbanos (dependientes del Consorcio Provincial de Residuos Sólidos Urbanos) y monitorizar las zonas de aparcamiento y la movilidad urbana.

Además, **Turismo y Planificación Costa del Sol**, trabaja activamente en la innovación con proyectos de base tecnológica, siendo responsable del desarrollo de los **principales portales turísticos de la provincia** que tienen como objetivo la promoción de la provincia y sus principales atractivos, así como **iniciativas enfocadas al ámbito empresarial** como es el caso de Business Angels.

Evaluación de los aspectos más relevantes de las Plataformas/Portales Turísticos

A continuación, analizaremos la situación de los principales Plataformas y/o portales turísticos que se encuentran en el destino.

Portal turístico de Diputación de Málaga

El portal de la Diputación de Málaga www.malaga.es incluye una sección dedicada al Turismo de la provincia que ofrece el mayor catálogo de información y recursos turísticos de la provincia. Es una sección que promovido por la propia Diputación desde hace muchos años que ha ido completándose con que complementa el portal institucional de los propios ayuntamientos.

Del análisis en profundidad de la web de Diputación, detectamos un campo de mejora en algunos aspectos que se detallan a continuación.

A modo de resumen se obtiene una buena calificación tras el análisis llevado a cabo por la herramienta 1&1 Análisis Web. La principal debilidad es la velocidad, seguido muy de cerca por la visibilidad. Además, analizada específicamente con la herramienta de *Google PageSpeed Insights* se observa que, si bien la velocidad de carga en un PC es moderada, penalizando la carga responsiva en teléfonos móviles y tabletas. En la siguiente tabla se muestran las principales comentarios y recomendaciones a la misma.

CONCEPTO	Presente en el Portal de la Diputación de Málaga SÍ/NO	COMENTARIO/RECOMENDACIÓN
Uso de dominios	malaga.es	El uso del dominio .es se considera adecuado. El dominio malaga.org está en desuso y el de málaga.eu dirige al Ayuntamiento de Málaga. Los .com y .net dirigen a empresas turísticas. Esta variedad de extensiones puede provocar cierto desconcierto entre los visitantes que no conozcan la estructura de la administración española.
Diseño responsivo	SI	El diseño responsivo permite adaptar la apariencia del portal a los distintos formatos de pantalla. Esto mejora su usabilidad desde dispositivos móviles, por lo que es una buena alternativa a contar con una versión específica para estos dispositivos.
Mapa Web	SI	El mapa web ayuda a la correcta indexación de los portales por parte de los buscadores y sirven de orientación a los usuarios para la navegación, por lo que es recomendable incorporarlo.
Buscador interno en una posición destacada	SI	El buscador interno es visible desde todas las secciones del portal en la parte superior derecha de la pantalla.
Presencia institucional	SI	Se identifica claramente que se trata de la diputación de málaga y se hace un uso adecuado de textos y logos.
Aparecen iconos de aplicaciones web	SI	En el pie de la página figuran los enlaces a todos los perfiles sociales de la diputación y a la sindicación RSS.

CONCEPTO	Presente en el Portal de la Diputación de Málaga SÍ/NO	COMENTARIO/RECOMENDACIÓN
2.0 vinculadas con el territorio		
Enlaces reconocibles y predecibles	SI	Los enlaces del portal se muestran subrayados al hacer *mouse over*.
Orientación del usuario en la navegación Ej.: Rastro de migas.	SI	El rastro de migas es una herramienta muy útil para orientar al usuario en la navegación y contribuye positivamente al posicionamiento en buscadores.
Existe una sección de FAQs y/o ayuda al usuario.	NO	Las preguntas frecuentes son un buen recurso para orientar al usurario en la navegación, por lo que se recomienda su uso
Mapa de situación referencial	NO	La sede principal de la Diputación no aparece georreferenciada.
Eventos/agenda	SI	El portal cuenta con una detallada Agenda de eventos que permite su consulta mediante un buscador de palabras, categorías y fechas.
Contacto institucional	SI	En pie de todas las páginas figura un enlace a la información de contacto a través de un formulario.
Coordinación gráfica y consistencia visual	SI	El portal mantiene la coordinación gráfica y la consistencia visual en todas sus secciones.
Actualización del contenido	SI	El contenido del portal tiene un nivel adecuado de actualización.
Legibilidad	SI	El texto se lee con claridad gracias al uso correcto de la tipografía y la adecuada disposición de interlineados y espaciados, así como una correcta longitud de línea.
Calidad de las imágenes	SI	Las imágenes están bien recortadas y tienen buena resolución.
Iconos o metáforas visuales	SI	Algunas secciones sí que disponen de iconos, que son comprensibles para cualquier usuario.
Idiomas	SI	El portal está disponible en español e inglés.
Adecuado tratamiento de la marca	SI	El tratamiento de la marca es muy bueno y el *look & feel* del portal está acorde con la misma y es homogéneo en todas las secciones.

Como comentamos anteriormente, es importante reseñar que la web de la Diputación de Málaga también cuenta con una sección de turismo, en la que se da información detallada muy en sintonía con la información mostrada en su *app*.

Además de la web principal, Diputación ofrece a la ciudadanía numerosos portales temáticos que van destinados a promocionar o facilitar servicios a un público muy concreto. Para ayudar a su acceso, se facilita en el portal principal un slider con enlaces a los principales recursos turísticos de la provincia.

Fuente: malaga.es

Sistema de Gestión de Destino

Analizando en profundidad la web www.visitacostadelsol.com , obtiene una buena calificación tras el análisis llevado a cabo por la herramienta 1&1 Análisis Web. Su principal debilidad es visibilidad seguido de la velocidad. Pero además es analizada específicamente con la herramienta de *Google PageSpeed Insights* vemos que, si bien la velocidad de carga en un pc es muy alta, penaliza negativamente la carga responsiva para teléfonos móviles y tabletas. En la siguiente tabla se muestra los principales comentarios y mejoras a realizar.

CONCEPTO	Presente en el Portal de Planificación y Promoción turística Costa del Sol SL SÍ/NO	COMENTARIO/RECOMENDACIÓN
Uso de dominios	visitacostadelsol.com	El uso del dominio .com se considera adecuado. El dominio .es y .fr están libres, por lo que se recomienda su adquisición para asignar cada uno de ellos al idioma seleccionado en el portal.
Diseño responsivo	SI	El diseño responsivo permite adaptar la apariencia del portal a los distintos formatos de pantalla. Esto mejora su usabilidad desde dispositivos móviles, por lo que es una buena alternativa a contar con una versión específica para estos dispositivos.
Mapa Web	SI	El mapa web ayuda a la correcta indexación de los portales por parte de los buscadores y sirven de orientación a los usuarios para la navegación, por lo que es recomendable incorporarlo.
Buscador interno en una posición destacada	SI	El buscador interno es visible desde todas las secciones del portal en la parte superior derecha de la pantalla.
Presencia institucional	SI	Se identifica claramente que se trata del portal turístico del destino y se hace un uso adecuado de textos y logos.

CONCEPTO	Presente en el Portal de Planificación y Promoción turística Costa del Sol SL SÍ/NO	COMENTARIO/RECOMENDACIÓN
Aparecen iconos de aplicaciones web 2.0 vinculadas con el territorio	SI	En el pie de la página figuran los enlaces a todos los perfiles sociales del destino y al blog que alimenta de noticias el portal.
Enlaces reconocibles y predecibles	SI	Los enlaces del portal se muestran subrayados o cambian de color al hacer *mouse over*.
Orientación del usuario en la navegación Ej.: Rastro de migas.	SI	El rastro de migas es una herramienta muy útil para orientar al usuario en la navegación y contribuye positivamente al posicionamiento en buscadores.
Existe una sección de FAQs y/o ayuda al usuario.	NO	Las preguntas frecuentes son un buen recurso para orientar al usurario en la navegación, por lo que se recomienda su uso.
Mapa de situación referencial	NO	La sede principal de la Diputación no aparece georreferenciada.
Eventos/agenda	SI	El portal cuenta con una detallada Agenda de eventos que permite su consulta mediante un buscador de palabras, categorías, fechas y municipios.
Contacto institucional	SI	En pie de todas las páginas figura un enlace al formulario de contacto.
Coordinación gráfica y consistencia visual	SI	El portal mantiene la coordinación gráfica y la consistencia visual en todas sus secciones.
Actualización del contenido	SI	El contenido del portal tiene un nivel adecuado de actualización.
Legibilidad	SI	El texto se lee con claridad gracias al uso correcto de la tipografía y la adecuada disposición de interlineados y espaciados, así como una correcta longitud de línea.
Calidad de las imágenes	SI	Las imágenes están bien recortadas y tienen buena resolución. Si embargo, los textos de las imágenes no cambian al cambiar de idioma y se siguen mostrando en español.

CONCEPTO	Presente en el Portal de Planificación y Promoción turística Costa del Sol SL SÍ/NO	COMENTARIO/RECOMENDACIÓN
Iconos o metáforas visuales	SI	El único espacio que dispone de iconos que son comprensibles para cualquier usuario, es en el que se puede elegir la sección.
Idiomas	SI	El portal está disponible en español, inglés, francés y alemán.
Adecuado tratamiento de la marca	SI	El tratamiento de la marca es muy bueno y el *look & feel* del portal está acorde con la misma y es homogéneo en todas las secciones.

Plataforma Smart Costa del Sol

El proyecto Smart Costa del Sol, recoge la puesta en marcha de un portal turístico que contendrá, aparte de las funcionalidades generales del portal, las siguientes:

- Catálogo de Recursos Turísticos.
- Restauración
- Alojamiento
- Espacios naturales
- Actividades deportivas, etc.
- Gestión Multi-Destino.
- Secciones Turísticas.
- Geolocalización y mapas.
- Rutas e Itinerarios.
- Cuadernos de viaje.
- Información meteorológica.
- Recomendador Turístico.

Este portal estaba programado empezar a funcionar entorno al verano de 2020, pero las condiciones de emergencia sanitaria lo han retrasado

Portales municipales

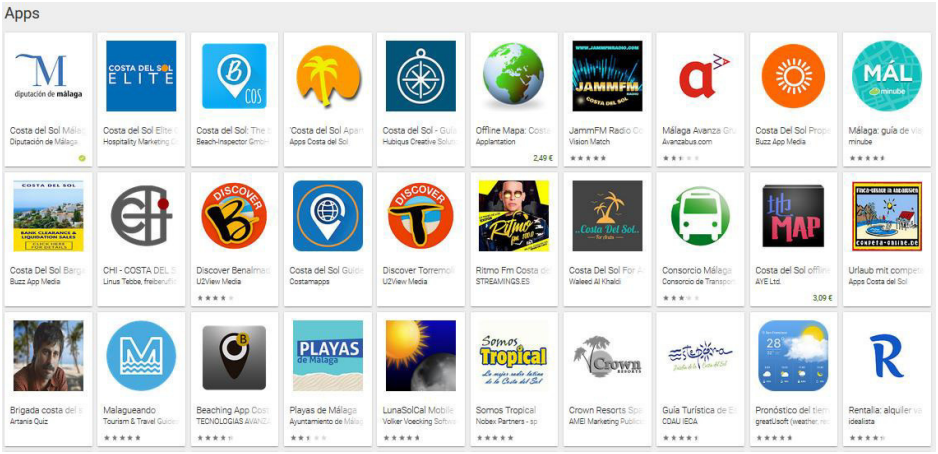
Del mismo modo, casi todos los municipios cuentan con su propia página web e incluso su propia marca local, lo que genera un ecosistema poco homogéneo. Lo que puede llevar a la confusión de los turistas.

- **Aplicaciones móviles de promoción turística**

Como complemento a los portales web, existen varias aplicaciones móviles actualmente que permiten consultar información turística del destino Costa del Sol, aunque se aprecia la falta de un ecosistema homogéneo, tal como se describe en el apartado anterior en relación a los portales web.

Aplicación turística de Diputación de Málaga

Si se realiza la búsqueda de "Costa del Sol" en cualquier biblioteca de aplicaciones móviles, se encuentra una oferta muy variada de aplicaciones, la mayoría de ellos de operadores privados, siendo la de la Diputación de Málaga, la única de una entidad pública.



Fuente: Google Play

Esta aplicación recoge amplia información de todos los puntos de interés de la provincia, catalogados por comarcas y por municipios. Además, permite seleccionar uno de estos recursos como favoritos para acceder rápidamente a ellos o poder configurarlo como un cuaderno virtual de viaje.

Ver un vídeo, escuchar una audioguía, enviar un correo electrónico al servicio de información turística de un ayuntamiento, llamar a un museo para conocer horarios o la exposición del momento, compartir experiencias en Facebook o Twitter, o descubrir en un mapa cómo llegar a pie son varias de las posibilidades que ofrece esta tecnología, plasmada en una aplicación que puede descargarse tanto para móviles y tabletas con sistema operativo Android de Google e IOS de Apple

Otra opción de búsqueda es a través de un mapa donde se encuentran geolocalizados todos estos recursos, por lo que permite al visitante organizar su visita por proximidad.

Esta aplicación, como se puede observar, no es exclusiva del destino, pero contiene una gran información de este, incluso una sección propia "Costa del Sol Occidental" en ella.

Los grandes paquetes turísticos del destino también tienen su espacio en la aplicación, en la sección "descubre", y a través de ella se puede obtener información de la Gran Senda de Málaga, el Caminito del Rey, la Senda Litoral, turismo activo, rincones singulares o Sabor a Málaga, entre otros.

La aplicación va destinada a todos los turistas, sin importar su nacionalidad, pues nace con vocación multilingüe (español, inglés, francés y alemán).

Aplicación del Consorcio de Transportes de Málaga

Consorcio de Transportes de Málaga, que incluye información del transporte público (autobuses, Metro de Málaga, Renfe Cercanías y bicicletas) relativa a los municipios de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Benalmádena, Cártama, Casabermeja, Colmenar, Fuengirola, Málaga, Mijas, Pizarra, Rincón de la Victoria, Torremolinos y Totalán.

Aplicación de Smart Costa del Sol

En este punto es preciso recordar que además se encuentra pendiente de publicación la aplicación derivada del proyecto Smart Costa del Sol, por lo que se sumará una aplicación pública más a este catálogo.

Esta *app* estará disponible en los idiomas español, inglés, francés y alemán, tendrá la capacidad de leer códigos QR y *beacons* establecidos en los *totems* diseminados por el destino, contará con notificaciones *push*, realidad aumentada, geoposicionamiento de los recursos turísticos y posibilidad de cuaderno de viaje y rutas registrándose como usuario. Además, contará con estos cuatro apartados principales: Información turística, Movilidad / Transporte, Smart Parking y lanzadera a otras apps.

Sin lugar a duda se trata de una aplicación que incorporará todos los requisitos indispensables para el destino.

Redes sociales

Poniendo el foco en el Turismo y Planificación Costa del Sol, que es el competente designado por la Diputación de Málaga en materia de Promoción turística, este ente dispone para la promoción del destino de los siguientes canales sociales:

Perfil	Actualizaciones	Idiomas	Seguidores
	Diarias	Español	23.480
	Diarias	Español	22.300
	Frecuentes	Español / Inglés	4.721
	Frecuentes	Español / Inglés	1520 suscriptores
	Poco frecuentes	Español / Inglés	10.100 visitas/mes

Del análisis del uso de los perfiles sociales se extrae que **su uso es profesionalizado**, con mucho soporte multimedia y cuidando el lenguaje en cada una de las redes sociales.

Se realiza un **uso muy adecuado de los hashtags**, priorizando el uso de #CostaDelSol y #Málaga.

Fuente: Facebook Visita Costa del Sol

Un **ejemplo de este buen uso es la crisis del Coronavirus** durante la que se realizó una campaña amplia en redes pidiendo a los turistas que dejaran para más adelante visitar la Costa del Sol y recomendando a los que ya se encontraban en el destino, que se quedaran en su casa, usando los hashtags #Málagapuedeesperar y #YoMeQuedoEnCasa, promoviendo paralelamente el uso de la aplicación de su web Costa del Sol 360, para conocer previamente el destino. Sin duda, una muy buena práctica de responsabilidad y marketing online.

El **cuidado de la imagen corporativa es máximo**, como ya se apuntaba en el apartado correspondiente de gobernanza y se constata aquí de nuevo, y se traslada a todos los perfiles sociales y a todo el contenido multimedia. Igualmente, se denota una estrategia de promoción muy cuidada y dirigida a los targets sobre los que se ha decidido promocionar el destino.

Herramientas de promoción digital

En la mayoría de **los municipios** que conforman el destino existen paneles turísticos, con poca homogeneidad entre ellos, en los que se ofrecen **códigos QR** que complementan la información a los visitantes.

Proyecto Smart Costa del Sol

El **proyecto Smart Costa del Sol** recoge la instalación de una red de **balizas de radio de bajo consumo** (*beacons*) para habilitar las funcionalidades de interacción por proximidad con la *app* del mismo proyecto, ofreciendo información complementaria en el destino. El reparto por municipios de estas balizas será la siguiente:

	ALHAURIN DE LA TORRE	ANTEQUERA	BENALMÁDENA	ESTEPONA	FUENGIROLA	MÁLAGA	MARBELLA	MIJAS	NERJA	RINCON DE LA VICTORIA	RONDA	TORREMOLINOS	VÉLEZ-MÁLAGA
Nº DE BEACONS	30	50	50	40	38	80	50	18	30	30	38	50	50

Tabla de número de beacons por municipio. Fuente: Pliego del proyecto de redes.es

Además, se prevé la **actualización e integración de todos los QR** presentes en los paneles informativos turísticos para su lectura con la misma app.

Igualmente, este proyecto prevé la instalación de los denominados "**Flag Ship**" en varios municipios. Su objetivo es que promocionen y den acceso a todos los elementos del proyecto, de manera que se conviertan en un referente de la marca Smart Costa del Sol.

Los resultados a obtener con la adecuación de los espacios estarán alineados con los siguientes objetivos principales:

- Atraer la atención hacia la marca, y adquirir una presencia representativa y predominante en el entorno, mediante la imagen exterior del espacio.
- Enriquecer la percepción de la marca con los valores asociados al empleo de las nuevas tecnologías, como pueden ser la modernidad, la cercanía o la actualización continua de la oferta.
- Facilitar las acciones de promoción y comunicación, gracias a la confluencia de estas en los "flag ship", bien como medio o espacio, o bien como activo representativo de la marca.
- Optimizar el uso de los espacios, arquitectura e infraestructuras para maximizar la afluencia de público, facilitar su estancia y optimizar su flujo.
- Aprovechar el potencial de atracción presencial de público para mostrar la totalidad de la oferta a promocionar, con la flexibilidad y herramientas que permitan adecuar las necesidades de promoción de cada momento en función de factores externos y/o estacionales.
- Posibilitar la recogida y explotación de la información resultante de la interacción del público con el espacio, tanto en favor de su atención, como en favor de la obtención de métricas de inteligencia de negocio.

Estos espacios estarán dotados de **dos pantallas táctiles para el acceso a la información**.

Más allá de estos puntos, **no se tiene definida una estrategia de homogeneización de las oficinas de turismo** de los municipios del destino, con la misma imagen de marca y las mismas herramientas, por lo que sería necesario profundizar en esta estrategia, como se analiza en la sección de gobernanza.

Comercialización Online

Por último, tampoco se tiene definida una estrategia de **comercialización conjunta** de los diferentes recursos turísticos existente en el destino. Existen varios recursos, tanto públicos como privados, que requieren de un espacio común de comercialización que dispusiera de un espacio de gestión privado, de modo que se pudieran realizar acciones de fidelización y comercialización. De este modo se facilitará la paquetización de recursos turísticos al visitante, que obtendrá así una experiencia mucho más completa en el destino.

Conectividad

El despliegue de infraestructuras de telecomunicaciones es uno de los primeros pasos que se deben acometer en el desarrollo de un destino turístico inteligente, ya que funcionan como fuente de conocimiento del comportamiento del turista a través de la huella digital que generan y permiten al destino interactuar con el turista y mejorar la experiencia viajera.

Los **aspectos más importantes** para tener en cuenta son: **penetración de la banda ancha (fibra óptica), disponibilidad de redes Wi-Fi y cobertura 4G, que satisfaga las necesidades del turista.**

Costa del Sol Occidental goza de un sistema de telecomunicaciones excelente. Tanto la **cobertura 4G como la 4G+** es alta en casi todo su territorio, existiendo solo pequeñas zonas de calidad media en el interior, pero que aparentan ser zonas sin población. Asimismo, no se han reportado problemas en el destino sobre la calidad de su conectividad de fibra óptica.

Sin embargo, **en ninguno de los portales, ni de la Diputación ni de TyPCdS, se recogen todos los puntos de acceso a WI-FI público del destino**, ni en interiores ni exteriores y por lo tanto se desconoce el número de estos puntos, que es requisito de la norma de sistema de gestión.

A través del programa Smart Costa del Sol, se contemplan la instalación o ampliación de zonas WI-FI, donde se incluye la instalación de los siguientes puntos de acceso público:

	ALTOS DE LA TORRE	ANTEQUERA	BENALMÁDENA	ESTEPONA	FUENGIROLA	MÁLAGA	MARBELLA	MIJAS	NERJA	RINCÓN DE LA VICTORIA	RONDA	TORREMOLINOS	VÉLEZ-MÁLAGA
Nº DE PUNTOS WIFI	10	20	8	10	10	5	15	7	4	10	10	10	16

Tabla de número de puntos de WI-FI social por municipio. Fuente: Pliego del proyecto de redes.es

Toda la información de estos puntos estará incluida en el portal web de difusión del proyecto. Además, en la *app* de este proyecto, se contempla disponer de la ubicación de los puntos Wi-Fi más próximos, de acuerdo con el radio de acción configurado por el usuario, permitiendo así la navegación en mapa o en lista o incluso obtener la ruta hasta el punto de acceso WI-FI seleccionado.

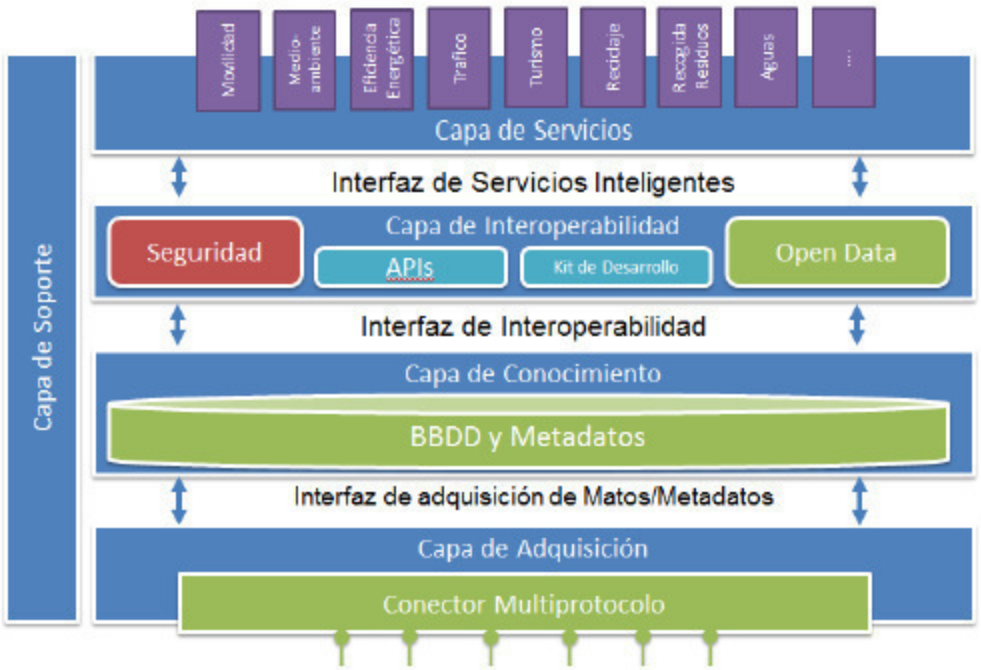
Infraestructura hardware

A nivel supramunicipal no parece existir, ni gestionada por la Diputación ni por TyPCdS, una plataforma Smart que aglutine todos los verticales y sensores existentes en los municipios de Costa del Sol Occidental.

Sn embargo, el proyecto Smart Costa del Sol si contempla la puesta en marcha de una **Plataforma Smart**, que constituya el núcleo integrador del proyecto, permitiendo interconectar todos los componentes previstos y disponer de una visión única y gestión integrada de la información (consumiendo y generando los datos de los diferentes servicios y actividades), proporcionando así un mayor control sobre los procesos y facilitando la toma de decisiones.

Este componente hay que entenderlo como una solución que permitirá la gestión horizontal de servicios y deberá incluir todos los elementos software para la lectura, recepción, transformación, extracción y almacenamiento de los datos asociados a todos los componentes, publicación de información, seguimiento y *reporting* necesarios, incorporando

herramientas de **Business Intelligence** (BI) y **Cuadro de Mando**, así como para el control y gestión operativo de cada uno de los componentes o servicios verticales desde la propia plataforma Smart.



Fuente: Pliego técnico para el Desarrollo de la Iniciativa Smart Costa del Sol

Sensorización del destino

En la actualidad no existe un portal o aplicación que muestre información de esta sensórica para mejorar la experiencia de un visitante en el destino.

Sí que **se prevé en el proyecto Smart Costa del Sol,** que además de mostrar esta información en un portal de difusión del proyecto, la instalación de los siguientes verticales:

Gestión de riego inteligente

En cada parque elegido de cada municipio se suministrará e implantará el siguiente equipamiento mínimo:

- 2 sensores de humedad del terreno.
- 2 sensores de temperatura del terreno.
- 2 sensores de radiación solar.
- 2 sensores de presión atmosférica.
- 1 estación Meteorológica de alta precisión para toma de medidas medioambientales.

Estaciones meteorológicas

Se suministrarán y desplegarán en el destino 58 estaciones de medición meteorológica en espacios medioambientales. Deberán medir al menos los siguientes parámetros:

- Temperatura del aire.

- Humedad relativa.
- Presión atmosférica.
- Radiación ultravioleta.
- Velocidad y dirección del viento.
- Precipitación.

Aparcamiento inteligente

Que contiene los siguientes elementos:

- Sistema de detección de acceso. Elementos de detección de entrada y salida de vehículos en entradas, salidas y/o entradas/salidas bidireccionales.
- Paneles informativos, para indicar el número de plazas libres del aparcamiento.

Se repartirán de esta forma por los municipios:

	ALHAURIN DE LA TORRE	ANTEQUERA	BENALMÁDENA	ESTEPONA	FUENGIROLA	MÁLAGA	MARBELLA	MIJAS	NERJA	RINCÓN DE LA VICTORIA	RONDA	TORREMOLINOS	VÉLEZ-MÁLAGA
Nº de APARCAMIENTOS A GESTIONAR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nº DE ENTRADAS Y SALIDAS A CONTROLAR	0	3	3	4	3	4	2	4	0	3	2	2	2
Nº DE PANELES INFORMATIVOS	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Pliego técnico para el Desarrollo de la Iniciativa Smart Costa del Sol

Control de afluencia

Permitirá obtener informes configurables sobre históricos de afluencias y ocupación, con capacidad de filtro por rango de fechas, datos acumulados, comparativas mediante gráficos, etc.

Todos estos verticales tendrán su propia plataforma de control y se conectarán a la ya anteriormente comentada Plataforma Smart común.

Medio ambiente

Dentro del mismo proyecto Smart Costa del Sol, se han incluido varios sensores con el objetivo de reducir los consumos energéticos de los municipios y reducir, por tanto, la huella de carbono:

Alumbrado público inteligente

Con el objetivo de la monitorización del alumbrado público, que permita la optimización de la iluminación pública y el ahorro económico en consumo eléctrico.

El reparto por municipios se hará de la siguiente forma:

	ALHAURIN DE LA TORRE	ANTEQUERA	BENALMÁDENA	ESTEPONA	FUENGIROLA	MÁLAGA	MARBELLA	MIJAS	NERJA	RINCÓN DE LA VICTORIA	RONDA	TORREMOLINOS	VÉLEZ-MÁLAGA
CUADROS ELÉCTRICOS	8	0	8	8	8	8	8	8	8	0	8	5	8
CIRCUITOS ELÉCTRICOS	24	0	19	21	20	24	19	25	18	0	24	19	30

Fuente: Pliego técnico para el Desarrollo de la Iniciativa Smart Costa del Sol

Eficiencia energética en edificios

El objetivo es el uso eficiente de la climatización, calefacción e iluminación de los edificios oficiales debe ser un ejemplo por seguir, no sólo porque traslada una intención clara de implicación en el uso responsable de los recursos naturales, sino porque evidencia la optimización del presupuesto económico del organismo oportuno, pudiendo dedicar los ahorros obtenidos a mejorar otros servicios. El objetivo de este componente es la monitorización de los consumos energéticos, permitiendo registrar el consumo energético (eléctrico y térmico) que se produce en cada edificio.

Los objetivos que se persiguen con este componente son los siguientes:

- Reducir de forma significativa el consumo de energía.
- Proporcionar información sobre los consumos de energía.
- Proporcionar alarmas para mejorar el mantenimiento de las instalaciones y aumentar su eficiencia energética.
- Reducir las emisiones de CO2.
- Disponer de una solución de control centralizada.

Transporte

En lo referente al transporte, con anterioridad se ha evaluado la aplicación del Consorcio de Transporte del Área de Málaga, que incluye información del transporte público (autobuses, Metro de Málaga, Renfe Cercanías y bicicletas) relativa a los municipios de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Benalmádena, Cártama, Casabermeja, Colmenar, Fuengirola, Málaga, Mijas, Pizarra, Rincón de la Victoria, Torremolinos y Totalán.

Esta herramienta ofrece información sobre los horarios y el recorrido de cada línea, este último incluso sobre un plano que incluye todas las paradas del recorrido.

La app del proyecto Smart Costa del Sol tiene previsto facilitar la mejor combinación de transporte público para llegar al destino, así como el tiempo estimado de llegada. Concretamente se prevé las siguientes funcionalidades:

- Búsqueda de las paradas cercanas.
- Ruta más corta entre la localización del usuario, u otro origen, y otro punto destino del mapa seleccionado.
- Dirección obtenida por buscador de calle o recurso turístico.

- Tiempo total hasta el destino
- Mostrar incidencias.
- Trazado en mapa.

Esta aplicación ofrecerá también información sobre los taxis, autobuses urbanos, autobuses interurbanos, trenes de cercanías, trenes de larga distancia y alquiler de bicicletas.

Con respecto a la penetración de los sistemas para la compartición de vehículos de baja emisión en el destino, se ha encontrado el servicio de *motosharing* ofrecido por la compañía andaluza Muving, que cuenta con su propia app para la gestión de su flota.

También se cuenta en el destino con el servicio de alquiler de patinetes eléctricos ofrecido por JUMP by Uber, que utiliza para su alquiler la misma aplicación que para el servicio de Vehículos de Turismo con Conductor (VTC).

Seguridad

El destino no tiene habilitado ningún sistema de **alerta en tiempo real** a ciudadanos y turistas de un eventual riesgo natural o de **incidencias** relacionadas con el tráfico, la movilidad o la seguridad ciudadana, más allá de las webs de Diputación de Málaga y/o del ente gestor, en las que se podría realizar este aviso junto a los perfiles sociales, pero que se han demostrado canales poco efectivos ante riesgos inminentes en comparación con las notificaciones *push*.

La gestión del conocimiento e inteligencia turística generados en un destino es un factor clave en el proceso de toma de decisiones. Los requisitos para un DTI pasan por el conocimiento individualizado del turista, de la oferta y una gestión transparente y pública de los datos, que deben aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías para pasar de modelos tradicionales de gestión de datos a nuevas herramientas tecnológicas para la recogida y análisis de distintas fuentes de datos, tanto estructuradas como no estructuradas.

Inteligencia turística

Turismo y planificación Costa del Sol SL. cuenta con un equipo de tres personas en el departamento de inteligencia turística. Hasta el momento se compran datos de numerosas fuentes externas (INE, ICANE, AENA, escucha activa en redes sociales, etc.) y que, mediante hojas de Excel anidadas y macros, les permite obtener informes muy específicos y detallados en poco espacio de tiempo.

Sin embargo, esta poca tecnificación ya ha sido evaluada como una debilidad por la empresa pública, ya que puede convertirse en un problema en el futuro si se aumentan las fuentes de datos y se decide cambiar al personal del departamento, ya que el sistema actual, aunque efectivo, es complejo si no se es conocedor del diseño de su estructura.

Desde TyPCdS se ha preparado una licitación de una herramienta de Big Data que está en proceso de licitación.

El objeto de dicho pliego técnico es el desarrollo, adecuación y acceso en modalidad SaaS (Software en modo Servicio) a una **herramienta de Big Data** y los datos necesarios que permita tener una visión, en tiempo real, del comportamiento de los mercados y del público objetivo.

Además, esta herramienta, debe estar desarrollada y configurada para los siguientes casos de uso:

- Ayudar a la toma de decisión para romper la estacionalidad. La herramienta debe poder visualizar oportunidades de micro mercados y perfiles de turistas que sean potenciales para viajar en periodo no estacional.
- Ayudar a la toma de decisión para saber en qué mercados, qué publico objetivo y de qué forma/tipología de acción aplicar para incidir en turistas con un mayor poder adquisitivo, y por lo tanto turistas con mayor gasto en el destino.
- Visión real de todo lo que pasa en el mundo a nivel turístico, con especial énfasis/detalle con lo que tiene que ver con Costa del Sol y al menos 10 competidores.
- Visión real, a través de aglutinar todas las fuentes de información que el ente gestor es capaz de generar tanto *first-party data*, *second-party data* como *third-party data*.
- Modelos predictivos a raíz de todos las entradas de datos.

Fuente: Turismo y Planificaicón Costa del Sol

Esta herramienta integrará datos procedentes de la **escucha activa en redes sociales**, atendiendo a menciones por pais de origen, productos turísticos, satisfacción, geolocalizado de las menciones, análisis de los principales atractivos turísticos y hoteles preferidos.

También integrará datos sobre **apartamentos turísticos** que permita conocer el target que utiliza este recurso.

Otro elemento que integrará es la **información aérea**, analizando la capacidad aérea, el precio de los vuelos, las reservas efectivas y buscadas.

Además integrará datos sobre el **gasto en el destino**, analizando los datos de tarjetas de crédito y débito atendiendo al origen.

Por otro lado, se integrará información de presencia y comportamiento de los visitantes a través del análisis de los datos de **conectividad de dispositivos móviles** a las antenas situadas en el destino.

Asimismo, se incorporará la máxima información posible en materia de la demanda del **segmento Golf**, y de la oferta, todo lo referente a los campos de golf, que es uno de sus productos estrella.

Y además se incoporarán las fuentes de datos ya usadas hasta el momento:

- Productos de analítica web de Google.
- Herramienta analítica de Hubspot.
- Datos proveniente de la Inteligencia Artificial Cognitiva (utilizada en stands de ferias de turismo).
- Indicadores de rendimiento, desempeño y resultados, herramienta interna de gestión operativa de Turismo y Planificación Costa del Sol.
- ADARA.
- Bases de datos de Inteligencia Turística de AENA, ForwardKeys, INE, Malagaport, Registro de Turismo de Andalucía (RTA), RENFE, Seguridad Social, Lurmetrika y del Observatorio Turístico.

8.4 SITUACIÓN DEL EJE DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

El derecho a la accesibilidad, reconocido como tal desde la Convención de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad, constituye uno de los avances más importantes para el desarrollo de los derechos humanos y la democracia. El turismo, como uno de los fenómenos económicos y sociales que más ha crecido en los últimos años, debe adaptarse a esta senda de desarrollo con medidas inclusivas que respondan al deseo y al derecho de todas las personas a viajar.

La accesibilidad en el turismo se plantea en el desarrollo de todo el ciclo de actividades denominado "cadena de valor del turismo accesible", que relaciona diferentes procesos esenciales para completar la experiencia turística (búsqueda de información y contratación de servicios, el viaje, el alojamiento, el uso y disfrute de las infraestructuras, espacios culturales y naturales en el lugar de destino y, finalmente, el retorno). Las conexiones entre todos los eslabones de esta cadena deben estar bien planificadas y probadas para posibilitar el viaje, ajustándose a las necesidades de cada viajero/turista o por lo menos, dando la información detallada para poder tomar decisiones a la hora de llevar a cabo el viaje.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en su Informe mundial sobre la discapacidad (2011), estima que en torno al 15% de la población mundial tiene algún tipo de discapacidad. A fecha de hoy, esto representa cerca de 1.200 millones de personas. Por otro lado, se prevé que para 2050 uno de cada 10 europeos ronde los 80 años (11.4%).

En España existen 3.177.531 personas con grado de discapacidad reconocido (2017, Base estatal de datos de personas con valoración del grado de discapacidad9.

Los turistas senior (mayores de 60 años), con discapacidad o sin ella, desarrollan una actividad turística similar o superior a otros grupos de población, en los países emisores de turismo, fomentado por el llamado "envejecimiento activo". Entre las necesidades y demandas que requieren los turistas senior se incluyen aspectos de accesibilidad.

Las previsiones indican que el incremento tanto de la demanda como de la oferta crecerá en el futuro debido a una serie de oportunidades generadas por el turismo accesible:

- Mayor oportunidad de negocio. El turismo accesible genera una ventaja competitiva
- Segmento de mercado en continuo crecimiento.
- Incremento del mercado. Los turistas discapacitados son considerados multiclientes.
- Desetacionalidad. Los turistas discapacitados tienen mayor disponibilidad para viajar.

Análisis del marco estratégico

La accesibilidad en los entornos, productos y servicios de uso turístico debe ser regulada y exigida por los poderes públicos y habrá de ser provista por los agentes turísticos. En el caso del territorio que conforma el DTI Costa del Sol, esta accesibilidad se regula por la normativa Estatal y la normativa regional, además de las distintas Estrategias impulsadas por ambas administraciones en alcanzar esa accesibilidad universal, que incorporan en las leyes de turismo y en los Planes de Turismo, como es el caso de la región andaluza (véase Planes de Calidad Turística o **Plan General de Turismo Sostenible**, que abarcará el periodo 2021-2027 y una de sus directrices fundamentales que contemplará será la orientación de la oferta de productos turísticos hacia la inclusividad, la diversidad, la accesibilidad y la excelencia (está en proceso de redacción).

Además de los planes regionales, cada gestor de destino a nivel municipal y local debe responsabilizarse de implementar la accesibilidad en su municipio o destino. Esta regulación local es vital para mejorar la accesibilidad y obligar al cumplimiento de distintas legislaciones con los Planeamiento urbanísticos, las Ordenanzas Municipales, los Planes municipales de movilidad y los diversos Planes Especiales de Accesibilidad.

El **Plan de Ordenación del Territorio de la Costa del Sol Occidental** contempla la accesibilidad en los equipamientos supramunicipales, núcleos urbanos, en los principales asentamientos residenciales y transportes públicos, aunque actualmente está en proceso de redacción ya que fue derogado.

De todos los ayuntamientos que forman parte de la Costa del Sol solo el ayuntamiento de Estepona ha desarrollado planes e iniciativas destinadas a la mejora de la accesibilidad, es el caso del Plan ciudad accesibles y de la iniciativa "**Estepona para todos**" que recibió el pasado mes de diciembre el Premio Andalucía+Social. Este proyecto incluye iniciativas dirigidas a mejorar la accesibilidad en los espacios públicos, en las infraestructuras, en las comunicaciones y en los servicios públicos, contribuyendo a una política integral de atención a las personas con discapacidad, promoviendo mecanismos de participación social e impulsando actuaciones de mejora de la calidad de los servicios municipales destinados a las personas con discapacidad; en definitiva, iniciativas para favorecer una ciudad para todos

Por tanto, hasta la fecha la accesibilidad del destino Costa del Sol no ha sido un ámbito prioritario para el conjunto del territorio, aunque existen iniciativas aisladas. Falta una estrategia para abordar la accesibilidad en su conjunto y desde un enfoque turístico.

Gestión de la accesibilidad

Cada ayuntamiento del destino es responsable de la accesibilidad de sus instalaciones y servicios. No se dispone de un órgano de coordinación de la accesibilidad en el conjunto del destino**.**

Los ayuntamientos del destino no cuentan con áreas específicas para la gestión de la accesibilidad. Ésta se trata desde delegaciones como la de Movilidad, Igualdad y Diversidad, Asuntos sociales, pero de manera secundaría.

La accesibilidad debería ser un eje transversal que afectara a todas las políticas desarrolladas por las entidades locales del destino. Para ello, el punto de partida debe ser contar con personal técnico formado.

En Turismo y Planificación Costa del Sol, se gestionan proyectos que afectan a la accesibilidad del destino, como es el caso de los planes generales de ordenación urbana, sistema de gestión del destino, SICTED, Gran Senda, Senda Litoral,….

Los técnicos vinculados al sistema SICTED sí han participado en formación sobre Turismo Accesible. El resto de personal técnico, aunque está sensibilizado con las necesidades del turista con discapacidad y personas mayores, no cuentan con formación específica en el tema. Se necesita adquirir un mayor conocimiento en el ámbito para abordar la accesibilidad de forma integral en el conjunto de los proyectos y acciones de promoción del destino.

Para evaluar y diagnosticar la gestión de la accesibilidad se analizan cuestiones relacionadas con los instrumentos estratégicos de planificación o la comunicación sobre las condiciones de accesibilidad del destino con el objetivo de determinar las políticas y estrategias de actuación encaminadas a la aplicación de medidas para su mejora.

Estrategia integral en el DTI Costa del Sol

La accesibilidad del destino Costa del Sol es un ámbito de trabajo muy importante y prioritario para el conjunto del territorio. Los municipios han realizado y están realizando un esfuerzo importante para adaptar sus ciudades a la accesibilidad, tanto en paseos marítimos, como en establecimientos, monumentos, recursos turísticos. Hay que destacar la labor realizada por municipios como Estepona, Marbella, Benalmádena o Fuengirola.

No obstante, queda todavía un trabajo por realizar para abordar de forma estratégica la accesibilidad en su conjunto y desde un enfoque turística. Aunque a nivel local existe algunas estrategias en este ámbito como es el caso de Estepona.

Los proyectos **"Senda Litoral" y "Gran Senda de Málaga"** pueden considerarse buenas prácticas que contribuyen a la movilidad sostenible y accesible de la Costa del Sol para residentes y turistas siendo acciones intermunicipales.

Un elemento fundamental a la hora de desarrollar una estrategia de accesibilidad es contar con la participación de entidades especializadas en accesibilidad o entidades sociales locales que representen a las personas con discapacidad, personas mayores, personas con intolerancias alimentarias, …… A nivel local ejemplo, Marbella, han creado una Comisión de Accesibilidad que depende de asuntos sociales en la que se abordan los aspectos que deben mejorarse y que afectan tanto al ciudadano como al turista.

Formación y sensibilización en material de accesibilidad

No se han realizado acciones de sensibilización y formación sobre accesibilidad por iniciativa de Turismo y Planificación Costa del Sol dirigidas al sector turístico.

Desde la Diputación de Málaga se han realizado acciones de sensibilización a través dos iniciativas que incluyen acciones formativas sobre las necesidades de las personas con discapacidad y otros colectivos vulnerables, el Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables de Málaga y La Noria Fuente de Innovación Social.

Sin embargo, es necesario impulsar actividades de formación y sensibilización sobre Turismo Accesible dirigidas al sector turístico público y privado, para continuar trabajando en este ámbito en el conjunto del territorio.

Transporte accesible

El Aeropuerto Málaga-Costa del Sol (AENA) cuenta con los siguientes servicios de atención a las personas con discapacidad:

- Servicio de asistencia para personas con movilidad reducida gratuito.
- Línea de información y atención por chat para pasajeros con discapacidad auditiva y/o del habla. Este servicio permite al usuario con discapacidad contactar con el Servicio de Información y Atención Telefónica desde su ordenador, tablet o smartphone, accediendo al chat, y sin necesidad de otras personas que actúen como intermediarios. El servicio está operativo de 07:00 a 24:00 horas, todos los días del año.

El transporte ferroviario, gestionado por RENFE cuanta con el Servicio Atendo, servicio gratuito de atención y asistencia a personas con discapacidad o movilidad reducida. Se trata de un servicio especializado que puede orientarte, informarte y ayudarte en el acceso y tránsito por las estaciones, así como en la subida y bajada de los trenes. Este servicio no está disponible en la red de cercanías que recorre gran parte de los municipios del destino.

Implantación de la accesibilidad en el destino

Cadena de valor turística

En un destino turístico accesible para todas las personas, la accesibilidad universal debe estar contemplada en todos los ámbitos que tocan directa o indirectamente el turismo, es decir, la accesibilidad debe estar presente en toda la cadena de valor del turismo.

El turismo accesible sólo existe si se trabaja como un todo integrado que asegura al visitante, en primer lugar, la libertad de escoger el alojamiento, el transporte o la actividad de su interés y, en segundo lugar, la total autonomía a la hora de realizarla.

En definitiva, la garantía de poder vivir el conjunto de la experiencia sin que, en algún eslabón de la cadena existan barreras que impidan o dificulten hacerlo, lo que implica que todos los proveedores de servicios deben trabajar en equipo para que todo el viaje, desde su programación y reserva, hasta su conclusión sea realmente accesible.

El primer eslabón de esta cadena es la información que se proporciona al turista para la planificación del viaje accesible. La información proporcionada sobre Turismo Accesible en la web https://www.visitacostadelsol.com/ no es suficiente para la planificación del viaje y tampoco en las páginas web turísticas de los municipios que forman parte del destino se encuentra información útil para viajeros con necesidades de accesibilidad.

A excepción de alguna información sobre las playas no es posible localizar información online sobre recursos accesibles lo que no quiere decir que estos recursos no existan, pero no se están publicitando como tal.

Sería necesario la creación de un espacio único con toda la información necesaria para que las personas con necesidades especiales puedan organizar su viaje.

Oferta turística del destino

En la era de la comunicación es fundamental divulgar las características de la oferta accesible del destino. En este sentido, además de los medios tradicionales (publicidad, medios de comunicación), tienen una gran importancia las redes sociales y la promoción en internet, así como la participación en eventos y congresos específicos y sectoriales. Tan importante es dirigirse al público final como a los intermediarios del sector turístico que venderán el destino como producto accesible. Por eso, la publicación de guías de turismo accesible con información específica de la oferta se convierte también en una herramienta fundamental de promoción del destino.

Hasta la fecha, no se ha realizado un diagnóstico documentado del nivel de accesibilidad de la oferta turística de los destinos de la Costa del Sol. Esta acción es imprescindible antes de promocionar los territorios de como destinos accesibles. Es necesario conocer la oferta turística que cumple con los requisitos y condiciones de accesibilidad demandadas por los

turistas con necesidades de accesibilidad, y exigidas por la normativa estatal y autonómica en esta materia.

Asimismo, se debe garantizar que este diagnóstico de accesibilidad se aplique a toda la cadena de valor, a los efectos de coordinar acciones efectivas en cada uno de los subsectores del turismo.

A continuación, se ofrece un análisis sobre el cumplimiento de los aspectos relativos a la accesibilidad en los espacios públicos, infraestructuras e instalaciones y en la oferta de servicios turísticos, que se ha realizado como trabajo de campo realizado en el destino, en una muestra no representativa del destino, pero que permite tener una cierta apreciación de la situación del destino.

Para valorar la implantación de la accesibilidad en el destino se ha seleccionado una muestra representativa de la oferta turística del destino:

- La Senda Litoral.
- Oficinas de Turismo
- Espacios naturales
- Playas
- Eventos

En el desarrollo de la **Senda Litoral** se han tenido en cuenta algunos criterios de accesibilidad, pero existen aspectos que pueden mejorarse, sobre todo en la señalización y orientación.

Las **Oficinas de Turismo** son uno de los eslabones más importantes de la cadena del valor del turismo y el punto de información y orientación en el destino para los visitantes. Es conveniente que cumplan unos criterios homogéneos en todo el territorio. En el caso de la oficina de turismo de Manilva, el acceso está resuelto para para personas con movilidad reducida. Sin embargo, debe mejorarse e incluirse en ambas los siguientes aspectos:

- Mostradores de atención al público de dos alturas, para personas de pie y personas en silla de ruedas o de talla baja.
- Instalación de bucles de inducción magnética para facilitar la comunicación a personas con prótesis auditivas o implante coclear.
- Disponibilidad de información en formatos alternativos accesibles a los folletos en papel, por ejemplo, formatos en audio, en braille y altorrelieve, en Lengua de Signos.
- Disponibilidad de información útil para el público de personas con discapacidad, sobre la accesibilidad de la oferta turística del destino.
- Disponibilidad de un sistema que permita comunicarse en Lengua de Signos Española, si fuera necesario.

Estos servicios accesibles deberían estar disponibles en todas las oficinas de turismo de la Costa del Sol y ofrecerse con los mismos niveles de calidad.

Turismo y Planificación Costa del Sol ha realizado una Auditoría de Calidad Turística de los **Monumentos Naturales** de la Provincia de Málaga, en julio de 2019. En la misma se ha analizado de forma general algunos aspectos de la accesibilidad.

En primer lugar, la vía de acceso al monumento natural, es decir la infraestructura viaria disponible (carretera, camino forestal, zona peatonal, etc.) y su estado (pavimentada, empedrada, camino terrizo, etc.).

En segundo lugar, la accesibilidad para turistas con movilidad reducida, con discapacidad visual o con discapacidad auditiva. El estudio no especifica los criterios que se tuvieron en cuenta para analizar los tres tipos de accesibilidad.

El cuadro a continuación resume el nivel de accesibilidad identificado en la auditoría.

	Accesibilidad física	Accesibilidad visual	Accesibilidad auditiva
Monte de Jabalcuza	No	No	No
Duna de Artola o Cabopino	Si	No	No

Cuadro resumen sobre las características de accesibilidad de los monumentos naturales.
Fuente: Auditoría de Calidad Turística de los monumentos naturales de la provincia de Málaga.

La accesibilidad visual y auditiva se resuelve con contenidos explicativos de los espacios naturales en formatos auditivos, táctiles y visuales. Además, una señalización adecuada y accesible que facilite la orientación y la comprensión de los itinerarios es fundamental para el conjunto de los visitantes, y especialmente en espacios naturales.

La accesibilidad física debe asegurarse al máximo, aunque se entiende que no puede ser 100% resuelta en todos los tipos de espacios naturales.

La Costa del Sol es ampliamente conocida entre el público de personas con discapacidad y personas mayores por la accesibilidad de sus **playas**. Debería haber una homogenización de criterios para que los servicios accesibles sean los mismos y tengan la misma calidad en todo el litoral.

Como definición general las playas accesibles serían aquellas que poseen los elementos necesarios para que cualquier persona, independientemente de si tiene algún tipo de discapacidad física, visual o auditiva o problemas de movilidad, pueda disfrutar de una estancia confortable y cómoda y de un baño seguro con la mayor libertad y autonomía posible. En este sentido, más que de playas accesibles a veces de lo que tenemos que hablar es de playas con puntos accesibles, ya que es muy difícil que una playa sea accesible en el sentido total de la palabra.

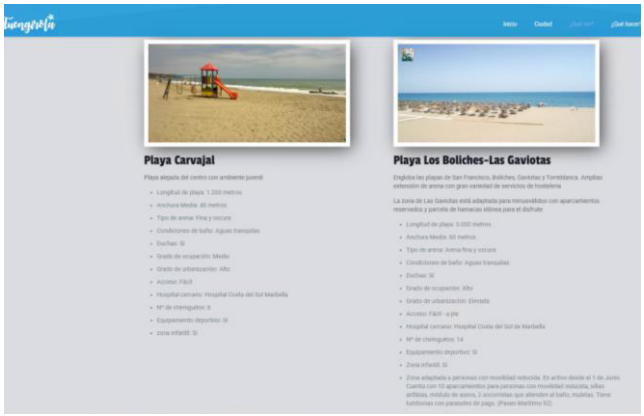
Las llamadas playas accesibles deben tener estos elementos, o por lo menos tener algunos de ellos:

- Aparcamientos reservados para discapacitados
- Rampas de acceso conectadas a las pasarelas
- Pasarelas que llegan prácticamente a la orilla
- WC, vestuarios, duchas y lavapiés adaptados
- Sombrillas con zona para personas con discapacidad
- Sillas y muletas anfibias
- Posibilidad de practicar deportes adaptados
- Máquina NOVAF (un tipo de vehículo adaptado)
- Personal de apoyo al baño
- Dispositivos visuales y sonoros para personas con discapacidades sensoriales
- Boyas y redes (son especialmente útiles para personas con discapacidad visual ya que les permite orientarse y no salir de la zona de baño)

Se han posible identificar las siguientes playas con elementos accesibles en el destino:

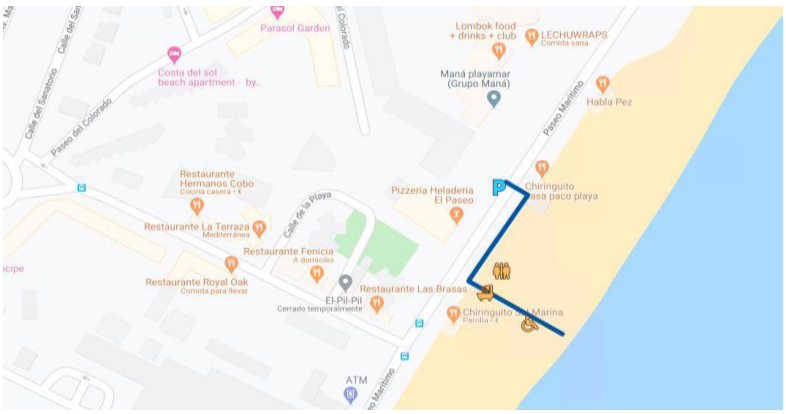
- Las Gaviotas (Fuengirola). Primera playa accesible de Andalucía.
- San Pedro de Alcántara y el Faro (Marbella).
- Los Álamos, el Bajondillo, La Carihuela y Playamar (Torremolinos).
- Playa de Sabinilla (Manilva).

No todas las playas tienen descritos los elementos accesibles con los que cuenta solo en el caso de la Playa de Las Gaviotas en Fuengirola.



Información sobre playas. Fuente Ayuntamiento de Fuengirola

O en el caso de las playas de Torremolinos, en los que se muestra en mapas los elementos accesibles disponibles y su ubicación.



Equipamiento playa de Torremolinos. Fuente. Ayuntamiento de Torremolinos

En el blog de la Costa del Sol Málaga, se ha publicado un artículo sobre Playas Accesibles que informa sobre los servicios disponibles en las playas de los municipios de Málaga, Benalmádena, Marbella, Torremolinos y Fuengirola. La categoría "accesibilidad" debería incluirse en el blog e informar de otros tipos de recursos turísticos con condiciones de accesibilidad, ya que es la única información encontrada que hace referencia a este ámbito.

El destino no ofrece información sobre las condiciones de accesibilidad de las **instalaciones deportivas** ni sobre la organización de actividades o manifestaciones deportivas inclusivas.

La Costa del Sol, y Marbella en concreto, son conocidos por ser destinos de Golf, sin embargo, no se ofrece ninguna información sobre servicios disponibles para hacer Golf adaptado.

No hay constancia que en los **eventos culturales** que se organicen con el apoyo de Turismo y Planificación Costa del Sol, se tengan en cuenta criterios de accesibilidad.

Accesibilidad en las comunicaciones

La información turística debe estar disponible en canales de comunicación e información accesibles. Por ejemplo, documentos digitales diseñados con criterios de accesibilidad para que puedan ser leídos por los lectores de pantalla de ordenadores o dispositivos móviles que utilizan personas con discapacidad visual, videos con subtítulos para sordos y audio descripción para ciegos, información complementada con vídeos en Lengua de Signos Española y Catalana, textos en Lectura Fácil para personas con dificultades de comprensión lectora, entre otros.

Según el art. 5 del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social, "*la información disponible en las páginas de internet de las*

administraciones públicas deberá ser accesible a las personas mayores y personas con discapacidad".

El margen de mejora es amplio, especialmente en relación con la accesibilidad de la página web de turismo y de la APP de turismo.

Desde la fecha del 21 de diciembre de 2018, el estándar a cumplir por las Administraciones Públicas españolas en sus sitios web es el EN 301 549 v2.1.2 (2018-08). En el caso de las aplicaciones móviles se aplicará a partir del 23 de junio de 2021.

Mediante esta decisión se establece que el estándar de aplicación para el cumplimiento de la Directiva (UE) 2016/2102 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 2016, sobre la accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles de los organismos del sector público es la norma "EN 301 549 V2.1.2 (2018-08). Requisitos de accesibilidad para los productos y servicios de las TIC" , que está alineada a su vez con las WCAG 2.1.

En el contexto español, el pasado 20 de septiembre de 2018 entró en vigor la mayoría de las provisiones del nuevo Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público que traspone al ordenamiento jurídico español la Directiva 2016/2102. En su artículo 6 se fija que *"Se presumirá que el contenido de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles que cumpla las normas armonizadas o partes de estas, cuyas referencias hayan sido publicadas en el «Diario Oficial de la Unión Europea» es conforme a los requisitos de accesibilidad establecidos en el artículo 5 que estén cubiertos por dichas normas o partes de ellas*".

Turismo y Planificación Costa del Sol, en su declaración de accesibilidad, indica que el portal cumple con todos los requisitos de Prioridad 1 y Prioridad 2 de la Norma UNE 139803:2012 AA, y que estos han sido comprobados con un análisis manual de la accesibilidad y través de diferentes herramientas semi-automáticas. La última revisión ha sido realizada el 30 de mayo de 2017. Sin embargo, tras el análisis de accesibilidad, realizado por expertos se han obtenido resultados que no permiten afirmar lo mismo.

Por todo lo visto en el estudio de accesibilidad web, **la aplicación web de Costa del Sol** no es accesible ya que presenta fallos importantes de accesibilidad, que son necesarios corregir para que pueda ser considerada como tal.

De igual forma, la aplicación para móviles Costa del Sol está disponible para Android e iOS. La última actualización de la aplicación en Android es del 19 de diciembre de 2018. Actualmente según Google Play cuenta con más de 1.000 descargas. La valoración que tiene es bastante negativa, pero sólo basada en una opinión por lo que no es una muestra representativa.

Por todo lo visto en el análisis de accesibilidad de esta aplicación, la aplicación móvil de Costa del Sol Málaga no es accesible, ya que contiene fallos en la mayoría de los criterios analizados.

En cuanto a las webs de información turística de los municipios del destino, únicamente Benalmádena y Marbella ofrecen información sobre la accesibilidad de su web. El resto de los portales no cuenta con información ni certificados de accesibilidad web

En cuanto a la información turística ofrecida en formato papel es necesario adaptarla para que a través de un código QR pueda ser utilizada por personas con discapacidad visual. Un buen ejemplo al respecto son los folletos turísticos de los ayuntamientos de Estepona y Benalmádena que cuentan con este tipo de herramienta.

Folleto paso a paso. Fuente: Ayuntamiento de Estepona

Folleto Disfruta Benalmádena. Fuente: Ayuntamiento de Benalmádena

8.5 SITUACIÓN DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad dentro del modelo de destino turístico inteligente deber ser capaz de contribuir a asegurar la existencia de actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos (oportunidades de empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para los residentes, reducción de la pobreza...). Respetar la autenticidad sociocultural, poniendo adecuadamente en valor como recurso y atractivo turístico los activos culturales. Realizar un uso óptimo de los recursos ambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica del destino. Y conseguir un elevado grado de bienestar social y económico para la población local, sin que repercuta la presión de los flujos turísticos negativamente en el uso de los servicios públicos.

En este sentido, a Costa del Sol cuenta con un rico patrimonio cultural, tangible e intangible, que forma parte de su esencia y aporta un enorme valor añadido a sus ciudades desde el punto de vista turístico.

El patrimonio natural del destino es otro de sus grandes valores y su conservación y protección es una prioridad dentro de las políticas medioambientales desarrolladas por las distintas administraciones. La adecuada gestión medioambiental, energética y el cambio climático también ocupan un lugar destacado en la gestión del destino.

Por último, en lo que se refiere al apoyo a la sostenibilidad económica y social, se hace una clara apuesta por la calidad turística con fuerte implicación pública y privada. Se hacen esfuerzos por redistribuir de manera equitativa los beneficios y cargas producidos por el turismo y la Responsabilidad Social Corporativa tiene un gran arraigo en el destino, así como se considera y tiene en cuenta lo que los residentes opinan sobre el turismo, es más se difunde a la ciudanía los ingresos y beneficios que reporta el turismo al Destino.

Ante la situación de la pandemia del COVID-19 para la sostenibilidad y viabilidad del destino y de todas las empresas que participan en él, todas las administraciones públicas del destino se están coordinando y están cooperando para ayudar al sector a superar esta crisis.

Gestión sostenible del destino

La gestión de la sostenibilidad turística en la Costa del Sol está en manos de las distintas Administraciones que intervienen en el territorio.

La Costa del Sol, al tratarse de un destino turístico maduro con una larga y exitosa trayectoria, lleva tiempo poniendo el foco de su política turística en la sostenibilidad, como así lo reflejan los diferentes planes que se han ido desarrollando.

Junta de Andalucía

De 2004 a 2016 se puso en marcha el **Plan de Recualificación Turística de la Costa del Sol, Plan Qualifica**, a iniciativa de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, con el objetivo de establecer las estrategias, políticas y actuaciones para la reconversión y el reposicionamiento del Destino Costa del Sol, que posibilitaran un aumento de su competitividad en el contexto internacional, a la vez que garantizaran un ritmo de crecimiento sostenible en el tiempo. Se apuesta por la rehabilitación frente a la expansión, romper con la dinámica de crecimiento turístico apostando por el desarrollo turístico sostenible. Funcionó muy bien a nivel de cualificación del destino.

Diputación de Málaga

La Diputación de Málaga con el apoyo de Turismo y Planificación Costa del Sol, ponen la sostenibilidad en el centro políticas turísticas llevadas a cabo, considerada como un elemento fundamental para mejorar la competitividad del destino.

La Delegación Medio Ambiente, Turismo Interior y Cambio Climático de la Diputación Provincial de Málaga, lleva a cabo el proyecto **Málaga Viva**. Se trata de un proyecto transversal que implica a todas las áreas de la diputación y cuyo objetivo es impulsa la lucha contra el cambio climático en la provincia y hacer que los municipios se involucren en la responsabilidad local que tienen en el marco de sus competencias, así como hacer partícipe a la ciudadanía a través de acciones de educación, sensibilización y concienciación ambiental.

Las principales acciones de esta iniciativa van dirigidas a la repoblación vegetal, la reducción del consumo de electricidad, la mejora de la movilidad y una adecuada gestión del agua y de los residuos.

Por otra parte, la Diputación promovió, a través de Turismo y Planificación, **Planes de Optimización de la Energía** en 103 municipios de la provincia entre los que se encuentran Mijas, Estepona y Manilva. Se realizó un diagnóstico de la situación del municipio en materia energética y a partir de ahí realizaron propuestas específicas sobre:

- Consumos y costes energéticos
- Análisis y optimización de la factura eléctrica
- Alumbrado público
- Dependencias municipales (incluye auditorías)

El destino cuenta con el proyecto **Smart Costa del Sol**, resultado de la primera convocatoria de ciudades inteligentes del Ministerio de Economía y Empresa, a través de la entidad pública Red.es. Participan los siguientes municipios: Málaga, Alhaurín de la Torre, Antequera, Benalmádena, Estepona, Fuengirola, Marbella, Mijas, Nerja, Rincón de la Victoria, Ronda, Torremolinos y Vélez-Málaga. Entre las actuaciones previstas dentro del proyecto, que se han empezado a implementar en 2019, se encuentran las siguientes acciones medioambientales:

- Gestión inteligente del riego, monitorización del consumo de agua y la gestión del riego a través de sensores en todos los parques.

- Monitorización de espacios ambientales a través de sensores con el objeto dar información al ciudadano sobre valores medioambientales.
- Aparcamiento inteligente con el objeto de gestionar fácilmente las plazas libres de aparcamiento disminuyendo la densidad del tráfico y los tiempos de conducción.
- Control inteligente del alumbrado público.
- Eficiencia energética en los edificios.

Turismo y Planificación Costa del Sol

El **Plan de Marketing Turístico 2020-2023** desarrollado por Turismo y Planificación Costa del Sol establece entre sus objetivos la mejora de la sostenibilidad del destino.

Este Plan apuesta por un nuevo modelo de desarrollo apoyado en la sostenibilidad desde sus tres perspectivas. Los turistas son sensibles a la situación del destino visitado y prefieren hacer actividades que no impacten negativamente.

La estrategia turística de la Costa del Sol se articula también a través de los planes de acción anuales redactados por Turismo y Planificación con las actuaciones previstas por cada una de sus áreas durante el año (Desarrollo turístico y empresarial, Planificación turística y territorial, Nuevas tecnologías y Modernización Turística y Marketing turístico). Actualmente está en vigor el **Plan de acción Turismo y Planificación 2020** que incluye además de acciones relacionadas con el marketing y la planificación turística, acciones de apoyo al emprendimiento, al desarrollo económico y empleo regional, etc. que favorecen el desarrollo sostenible desde las perspectivas social y económica.

Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental

La Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental integrada por: Benahavís, Benalmádena, Casares, Estepona, Fuengirola, Istán, Manilva, Marbella, Mijas, Ojén y Torremolinos. Tiene competencias en Agua, Medioambiente y Playas, entre otros

Desde la Mancomunidad se gestiona el **Complejo Medioambiental Costa del Sol** encargado de la recogida y tratamiento de los residuos sólidos urbanos generados, así como de la realización de campañas de concienciación ciudadana. Recientemente se ha puesto en marcha el Centro Ambiental de RCD´s y Residuos Verdes de Marbella encargado de asegurar el adecuado tratamiento de este tipo de residuos generados tanto por el sector de la construcción y jardinería como por particulares, de una forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente, siguiendo los más estrictos controles de calidad, respetando el medio ambiente y facilitando el desarrollo sostenible.

El **Servicio de Agua** es uno de los más importantes de los que ofrece la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental. El factor diferencial es el aprovechamiento integral de este recurso, cada vez más importante en el día a día de los ciudadanos.

De la gestión de esta competencia se encarga la empresa pública Acosol S.A. Entre sus

acometidos principales se encuentra la financiación de obras, instalaciones y servicios, así como la explotación y conservación de estos.

Ayuntamientos del DTI Costa del Sol

A nivel local son diversas las iniciativas puestas en marcha en aras de la sostenibilidad del destino.

El ayuntamiento de **Torremolinos**, a través de la estrategia comunitaria EDUSI, puso en marcha el proyecto **Avante Torremolinos** (2014-2020) cuyo objetivo es asegurar la cohesión física y social de la ciudad y su entorno, favoreciendo una modernización de la base económica, unos servicios públicos eficientes y orientados a las personas y un impulso sostenible e inteligente de la ciudad.

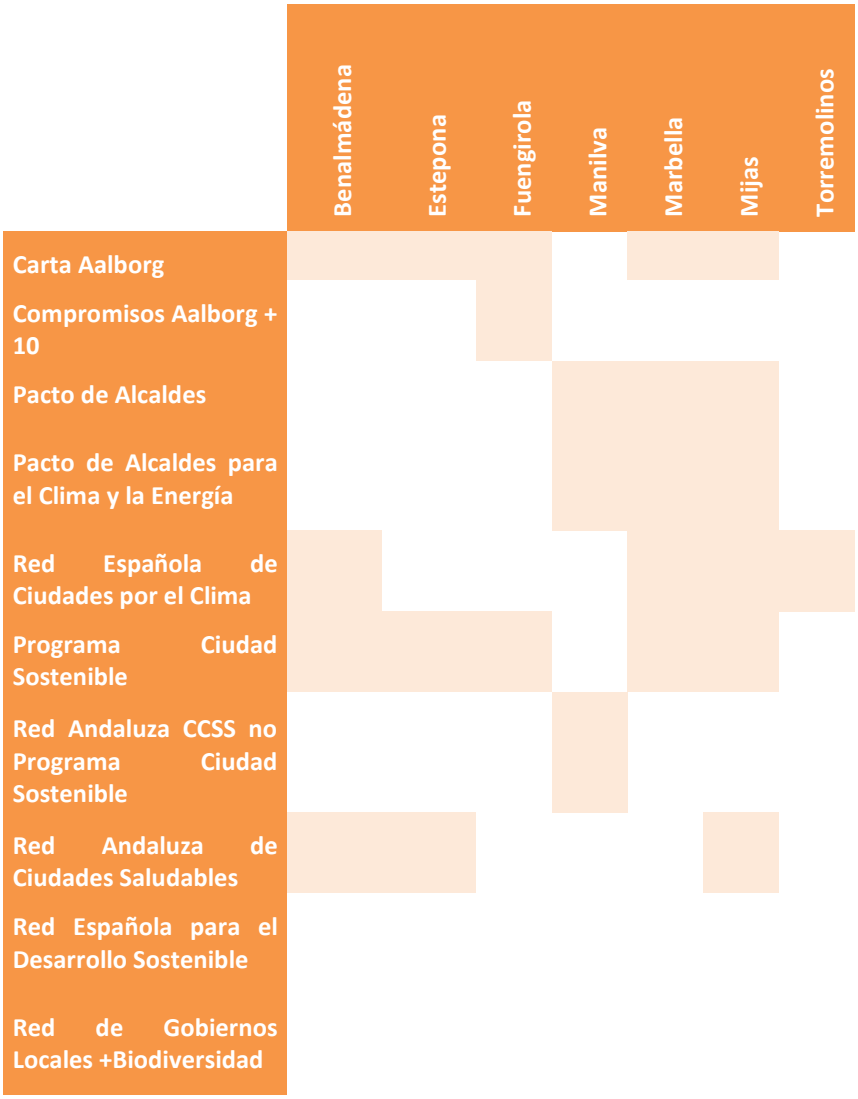
Dentro de la misma estrategia comunitaria, **Estepona** ha desarrollado su **Estrategia Integrada de Desarrollo Sostenible** con los siguientes objetivos temáticos:

- Mejorar el uso y la calidad de las TIC y el acceso a las mismas.
- Favorecer la transición de una economía baja en carbono.
- Proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos.
- Promover la inclusión social y luchar contra la pobreza.

Marbella ha desarrollado su **Agenda Urbana 2030**. Que pretende dar respuesta a restos como el Cambio climático, los desastres naturales, el crecimiento poblacional, la conservación del medio ambiente o el descubrimiento de zonas medioambientales de alto valor.

Finalmente, seis de los ocho municipios del destino pertenecen a la **Red de Ciudades Sostenibles de Andalucía** y cuentan con sus propios planes de acción local.

En la siguiente imagen se muestra la participación de los distintos municipios del destino en iniciativas regionales y nacionales a favor de la sostenibilidad ambiental.



Redes y compromisos de sostenibilidad urbana en ciudades del destino, 2017. Fuente: Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Red de Información Ambiental de Andalucía. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Ministerio de Fomento. ICLE Local Governments for Sustainability-Comisión Europea. FEMP. FAMP. Ministerio de Transición Ecológica.

Sector Privado

En la Costa del Sol el sector privado está muy integrado en la gestión turística, formando parte incluso del Consejo de Administración de Turismo y Planificación con cuatro representantes en la actualidad. De esta forma se favorece la colaboración público-privada y se aprovechan las sinergias a favor del destino.

Existe un **Foro de Turismo** en el que se integran todos los actores que componen el sector turístico de la Costa del Sol. Es un instrumento fundamental para la gestión pública y privada del desarrollo turístico de la Región. En él conviven el tejido empresarial de la Costa del Sol y los agentes públicos de los diferentes niveles de la administración que tienen competencias

sobre el territorio objeto de análisis. En este foro se debate el Plan de acción a través de Mesas de trabajo especializadas.

La sostenibilidad está muy arraigada en el sector privado hecho que se ve influido por la condición del territorio de destino maduro y de gran afluencia de turistas con concentración espacial y temporal. Muchas veces la iniciativa privada va por delante de la pública porque el empresariado turístico mira por el bien del destino. Son conscientes de que la sostenibilidad es obligada y tratan de gestionar sus negocios y la prestación de los servicios de acuerdo a los principios de sostenibilidad desde su perspectiva amplia recurriendo incluso a sellos y certificaciones. Numerosos establecimientos de la Costa del Sol cuentan con distintivos que avalan su compromiso con la sostenibilidad es el caso de los sellos de Travelife Sustainability in Tourism, ISO 14001, Biosphere Tourism, …..

El camino hacia la sostenibilidad se entiende como un **proceso dinámico y continuo** y así se deberá reflejar en la estrategia DTI que se debe implementar.

Monitorización del turismo

Respecto a la monitorización del turismo, la Costa del Sol tiene un potente observatorio turístico que les sitúa como líderes en inteligencia turística y gestión del conocimiento útil para mejorar el impacto económico del turismo y el empleo en la región. Se deben incluir los indicadores medioambientales y de satisfacción del residente con el turismo.

La gestión de la estacionalidad turística y los problemas que ocasiona en el destino son un continuo en la estrategia turística de la Costa del Sol. El Plan de marketing promueve la diversificación de los productos turísticos y la redistribución espacial y temporal de los flujos y los instrumentos de planificación territorial, de movilidad y de transportes incluyen estrategias para paliar los efectos del elevado flujo de turistas recibido durante el periodo estival. Se realizarán planes anuales de seguimiento de la estacionalidad.

En conclusión, **la sostenibilidad está presente en la planificación del destino si bien es necesario desarrollar una estrategia conjunta para garantizar el liderazgo del destino sin comprometer sus recursos, asegurando que la actividad turística perdure en el tiempo y que sus beneficios recaigan sobre los residentes, favoreciendo la experiencia del turista**.

Legislación

En cuanto a la legislación el destino cuenta con una amplia legislación que contribuye a la sostenibilidad turística, son:

- **Ley 13/2011, de 23 de diciembre, de Turismo de Andalucía**, así como normas de funcionamiento del Registro de turismo de Andalucía.

- Decreto 261/2007, de 16 de octubre que aprueba el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011.
- Orden de 18 de mayo 2011, desarrolla la Estrategia de Turismo Sostenible y regula el procedimiento de selección de los Programas de Turismo Sostenible.
- Ley 7/94 de Protección Ambiental de Andalucía, sustituida por la Ley 7/2007 de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental.
- Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía, actualmente en proceso de revisión, sobre protección del patrimonio cultural

Además de las leyes Estatales

- Ley 16/1985 de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico Español y el Real Decreto 111/1986 de desarrollo parcial de la Ley 16/1985, a los que hay que añadir otras leyes y decretos estatales relacionados con ellas.
- La Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, es la que regula la definición e identificación, obligaciones y competencias, en relación al Patrimonio Histórico Español, su protección constituye una obligación fundamental de todos los poderes públicos a partir de disposiciones que estimulen a su conservación.

Los **municipios** del destino cuentan con una amplia batería de ordenanzas y reglamentos municipales que controlan diferentes aspectos relacionados con la sostenibilidad como las áreas verdes, el ruido, el tráfico, limpieza, uso de playas, …

Participación y comunicación

En la Costa del Sol se dispone, de los tradicionales canales de comunicación y participación de los ciudadanos.

Desde la Diputación de Málaga se pone a disposición de la ciudadanía una **Ventanilla Única** de atención a la ciudadanía que presta un servicio integral de resolución de las demandas ciudadanas a través de las modalidades presencial, telefónica y telemática.

Existe un **Portal Provincial de Gobierno Abierto** a través del que es posible el acceso a los portales de transparencia de toda la provincia, incluidos los municipios de la Costa del Sol. A través de este portal también es posible acceder a datos abiertos publicados.

La comunicación de las acciones desarrolladas a favor de la sostenibilidad es el elemento fundamental para que nuestros visitantes se sumen a nuestros esfuerzos, colaborando en la conservación y protección de nuestro entorno social, cultural y ambiental. Se identifican las siguientes campañas realizadas en el destino

- **campañas de sensibilización ambiental** y conservación de aves impulsadas por la Delegación de Medio Ambiente de la Diputación de Málaga, en el entorno de la Gran Senda de Málaga.

- En materia de **educación ambiental** se realizan jornadas de plantación de árboles o "arboladas" en espacios ambientalmente degradados con plantas del Vivero provincial. Estas recuperaciones se plantean como iniciativas de sensibilización ambiental al desarrollarse mediante reforestaciones participativas.
- Desde la **Mancomunidad de municipios de la Costa del sol Occidental** se han llevado a cabo diversas acciones dirigidas a la población, local y visitante, orientadas a especialmente a la correcta **separación de residuos** para su reciclaje.
- Otra de las acciones realizadas en colaboración con los centros educativos es la limpieza del monte y el uso de lo obtenido en las calderas de biomasa de las instalaciones públicas, con doble contribución al medio ambiente.
- En **Estepona** se llevó a cabo la campaña "**La orilla sin colillas**" donde los chiringuitos devolvían a cambio de un vaso lleno de colillas, una cerveza o refresco gratis.
- Por último, destacar las distintas campañas realizadas por el ayuntamiento de **Torremolinos** sobre residuos, animales domésticos, especies invasoras, …

Fuente: www.torremolinos.es

Calidad del DTI Costa del Sol

Según el Directorio de Establecimientos y espacios certificados de la Junta de Andalucía de 2018, la provincia de Málaga suma 550 certificaciones de calidad o ambientales. Un total de 318 corresponden al Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED), 101 a la Q de Calidad Turística y 33 a Banderas Azules de las playas (18 pertenecientes a la Costa del Sol). En la actualidad la Costa del Sol occidental cuenta con 313 establecimientos adheridos, pero ninguno de ellos distinguidos con el sello de Compromiso de Calidad Turística.,

El **Plan de Marketing Turístico** 2020-2023 apuesta por la implantación de la Q de calidad turística y el SICTED en las empresas turísticas. Esto es una forma de comunicar y dar ejemplo al sector turístico local y de coherencia con los compromisos de turismo.

Conservación del patrimonio cultural

El **patrimonio cultural** es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. La **gestión turística del patrimonio cultural** tiene un objetivo primordial: preservar los bienes culturales o la herencia cultural para generaciones futuras. El papel del ente gestor en su conservación es fundamental, no sólo a través de su acción directa, sino también a través de su capacidad de influencia sobre los visitantes.

Una vez que esto se ha garantizado, es posible relacionar los bienes culturales con un contexto social y económico más amplio. De este modo, el patrimonio cultural puede llegar a constituirse en uno de los principales recursos de la demanda turística en los destinos, configurándose mediante su correcta gestión un recurso de primer orden desde la perspectiva turística.

La Costa del Sol cuenta con un importante patrimonio cultural, tangible e intangible, arquitectónico e histórico artístico, fruto de su historia milenaria y de la herencia que han dejado la multitud de pueblos y culturas que han pasado por ella.

La Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía, es el marco que da soporte legal a la protección del patrimonio de la Costa del Sol. Esta ley incide en la importancia de los ayuntamientos, como administración más cercana, en la conservación, protección y difusión de los bienes culturales de su municipio, así como en la salvaguarda del patrimonio arqueológico.

La Junta de Andalucía dispone de un **Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz**"como *instrumento para la salvaguarda de los bienes en él inscritos, la consulta y divulgación de los mismos*".

En la provincia de Málaga hay un total de 397 BIC, en su mayoría públicos. La mayor parte (234) están catalogados como monumentos. De estos **bienes 81 se encuentran en los municipios del destino.**

El destino debe seguir apostando por una adecuada gestión y conservación del patrimonio cultural, arquitectónico e histórico artístico para lo que debe haber un compromiso público y privado. Se debe velar por el cumplimiento de la normativa en materia de conservación del patrimonio haciendo hincapié en las figuras de protección más elevadas.

La ruta **Gran Senda de Málaga** es un ambicioso proyecto impulsado por la Diputación de Málaga pionero en Andalucía al recorrer toda la provincia, con un total de 745 kms divididos en 35 etapas y 5 variantes que abarcan 52 municipios. Ofrece la posibilidad de conocer los

espacios naturales y la variedad territorial y ambiental que caracteriza a Málaga, pero también constituye un vehículo para dar a conocer a los visitantes el patrimonio cultural de la provincia y promover las visitas a los municipios. De esta forma se fomenta la conservación del patrimonio y se pone en valor dando a conocer a los visitantes la riqueza patrimonial existente en el destino.

Activos culturales del destino son también sus museos, bibliotecas, filmoteca, fondos fotográficos, etnográficos, festivales, eventos culturales y musicales.

La Costa del Sol cuenta con **una red de lugares de interés turístico visitables**, distribuido por los 8 municipios, destacando entre ellos la red **de torres vigías distribuidas por todo el litoral**, así como **los restos arqueológicos de origen romano** que se encuentran en los distintos municipios.

La **cultura popular** de la Costa del Sol está unida al arte, al flamenco y a la gastronomía, recoge la esencia de los malagueños, su estilo de vida y sus tradiciones que han sabido conservar a lo largo de los años.

- Tiene especial relevancia y tradición como en otros puntos de la provincia, la celebración de la **Semana Santa** muy arraigada y con un inmenso valor social, artístico y cultural. Las peculiaridades y espectacularidad de la Semana Santa de la Costa del Sol la convierten en un reclamo para los visitantes, siendo declarada en muchos de sus municipios fiesta de singularidad turística. Es una celebración que se vive con mucha intensidad donde el espectacular patrimonio artístico-religioso de los pueblos sale a la calle.

Imagen: Semana Santa malagueña. Fuente: visitacostadelsol.com

- El **flamenco** forma parte del acervo cultural de Málaga, considerada una de las provincias originarias de esta manifestación cultural. Declarado Patrimonio cultural Inmaterial de la Humanidad. Málaga es conocida también por su riqueza musical con sus cantes y bailes populares.

Imagen: bailarina de Flamenco. Fuente: visitacostadelsol.com

- En lo que respecta a la gastronomía la Costa del Sol es conocida por sus **espetos** de sardinas que se han convertido en un símbolo de su gastronomía. Los "espeteros" asan las sardinas clavadas en una caña en una barca preparada con brasas. Esta tradición se remonta al S. XIX y se ha conservado hasta hoy.

Imagen: espetos de sardinas. Fuente: visitacostadelsol.com

Fomento del patrimonio cultural

En la Costa del Sol se hace una excelente divulgación de la cultura y el patrimonio de la región a través de herramientas como la agenda de eventos de la página web Visita Costa del Sol que aglutina todos los eventos de la provincia de Málaga.

De esta forma el visitante tiene acceso a toda la oferta cultural del destino lo que sin duda favorece la difusión de la cultura, las tradiciones, el folklore, la artesanía, etc. del territorio.

Al mismo tiempo se realizan multitud de actividades turísticas ligadas al patrimonio cultural, conformando los recursos culturales el inventario de recursos turísticos de la región, elaborado por Turismo y Planificación.

El rico patrimonio arquitectónico e histórico de la región le otorga un gran valor añadido al destino, lo que permite al ente gestor diversificar el producto turístico y optar al segmento de turistas culturales.

A través del apartado de Turismo de la página web de la Diputación de Málaga se da a conocer el Patrimonio de la provincia por Comarcas. También hay un repositorio con las tradiciones:

Imagen: Información Costa del Sol Occidental. Fuente: Diputación de Málaga

Al mismo tiempo, existe un espacio web específico para las fiestas singulares de la provincia de Málaga que incluye un calendario con los próximos eventos.

Imagen: Fiestas singulares de Málaga. Fuente: fiestassingularesdemalaga.es

"El distintivo de Singularidad Turística Provincial otorgado por la Diputación de Málaga sirve para poner en valor una gran variedad de fiestas que certifican la originalidad y diversidad de tradiciones, eventos, sabores y folclore que atesoran nuestros municipios. Promocionar las Fiestas Singulares de nuestra provincia, darlas a conocer y que acudan a sus celebraciones tanto los malagueños y malagueñas como nuestros visitantes es nuestro principal objetivo. Ven y diviértete. Málaga, una provincia singular."

Conservación y mejora medioambiental

Los requisitos de este ámbito abarcan todo lo relacionado con el espacio físico del destino, su protección medio ambiental que va desde el territorio, al agua, el aire o la energía, el tratamiento de los residuos, el reciclaje, la movilidad sostenible y los medios de transporte que dan servicio a residentes y turistas, además del uso de las energías renovables, la eficiencia energética o el cambio climático, entre otras cosas.

Espacios naturales, flora y fauna (Biodiversidad)

El destino Costa del Sol cuenta con 17 Espacios Naturales Protegidos que pertenecen a la Red de espacios Naturales protegidos de Andalucía (RENPA). Destacan entre ellos el Paraje Natural de los reales de Sierra Bermeja, los Monumentos Naturales de las dunas de Artola y el Monte Jabalcuza y numerosas Zonas Especiales de Conservación como Sierra Crestellina, Sierras Bermeja y Real, Sierra Blanca, río Manilva, arroyo la cala, río del Padrón, río Guadalmansa, río Gualdamina, río Guadalza, río Verde, río Real, río Fuengirola y río Castor.

La presión del turismo sobre el territorio y la protección del patrimonio natural preocupan al destino, que no solo lo contempla en sus instrumentos programáticos si no que lo pone en práctica a través de la Delegación de Medio Ambiente de la Diputación Provincial.

El proyecto que se sitúa en el centro de sus actuaciones en estos momentos es la **Senda Litoral**, considerado un producto turístico de primer orden que vertebra el territorio de la Costa del Sol, que se ha hecho con la filosofía de aprovechar los recursos naturales a la vez que se protege el medioambiente y se ofrece al residente y al turista una nueva experiencia.

Este proyecto cuenta con la colaboración de los 14 municipios costeros, las mancomunidades costeras, la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente a través de Costas y Medio Marítimo. Una vez esté concluido posibilitará el tránsito desde Manilva a Nerja a través de toda la costa, cubriendo unos 180 kilómetros. Conectará las estructuras existentes y construirá nexos nuevos.

Está rodeada de espacios de gran valor natural como Punta Chullera en Manilva, las Dunas de Artola (Marbella), o el tramo rocoso entre Calahonda y Calaburras, en Mijas.

La Senda Litoral cumple la doble función de ofrecer una alternativa al turista con su consiguiente aportación a la desestacionalización del destino y la función de poner en valor y proteger los recursos naturales próximos a la costa, favoreciendo la movilidad sostenible, al crear un itinerario alternativo y parkings en las inmediaciones.

La gobernanza de la Costa del Sol se beneficia de una adecuada comunicación y coordinación de todos los municipios por los que transcurre la Senda Litoral, bajo el liderazgo de la

Diputación de Málaga. La mayoría de las competencias en torno a este recurso están en manos de los Ayuntamientos.

La Senda Litoral constituye también un importante activo para los residentes del destino que realizan allí multitud de actividades. Se realiza una importante labor de educación medioambiental con ingeniosas iniciativas como la limpieza del monte y el uso de lo recogido para alimentar las calderas de biomasa de los edificios públicos. La Diputación tiene un vivero en el que se realizan labores de conservación de especies y educación medioambiental. Se promueve el uso de la flora autóctona.

Se constatan iniciativas en torno a la preservación de la flora y la fauna de la región que se detallan a continuación.

La Diputación de Málaga, en colaboración con el área de Botánica del departamento de Biología Vegetal de la Universidad de Málaga (UMA), ha realizado una actualización del Mapa Biogeográfico de la provincia, una herramienta que permite conocer y poner en valor la gran diversidad botánica que albergan los distintos territorios de la provincia de Málaga.

La Diputación edita guías con las especies animales existentes, recientemente se ha publicado una guía de anfibios y reptiles y otra de mamíferos de la provincia. Al mismo tiempo, se señaliza la riqueza de la flora y la fauna marina en la senda litoral.

Movilidad

La movilidad es un factor que condiciona la llegada de los flujos turísticos y que a la vez es muy sensible a la concentración espacial y temporal de las llegadas.

La Costa del Sol goza de unas excelentes comunicaciones que hacen que el destino sea más atractivo y competitivo. Su buena ubicación y la importante red de infraestructuras existentes lo hacen posible.

Por carretera, cuentan con autovías y con una autopista de peaje. El acceso por el norte se hace a través de la autovía A-45 conectada con la A-92 que atraviesa Andalucía. La autovía del Mediterráneo A-7 recorre todo el litoral malagueño desde Nerja hasta Algeciras (Cádiz).

Por vía aérea el aeropuerto internacional de Málaga cuenta con conexiones con veinte ciudades españolas y más de cien ciudades de Europa. Por transporte ferroviario cuenta con tren de alta velocidad.

En la Costa del Sol la mejora de la movilidad es una constante en su apuesta por la gestión sostenible y responsable del destino. Hay problemas de congestión y de estacionalidad. Se han hecho múltiples estudios de diagnóstico de la situación y sus correspondientes planes de actuación.

Municipio	Turismos	Motocicletas	Camiones y furgonetas	Autobuses	Tractores industriales	Ciclomotores	Remolques y semirremol.	Otros vehículos	Total	*Turismos /1.000 habitantes*
Manilva	8.409	879	1.635	5	31	572	89	157	11.777	*561*
Estepona	35.763	4.868	7.430	61	67	3.137	258	591	52.175	534
Benalmádena	33.109	6.229	4.438	17	19	3.313	133	341	47.599	489
Torremolinos	35.215	6.043	4.735	160	36	2.797	178	322	49.486	516
Fuengirola	34.243	8.686	5.678	53	24	6.068	172	364	55.288	454
Mijas	44.612	10.008	8.490	87	40	5.949	272	643	70.101	553
Marbella	85.035	13.734	17.444	85	117	7.986	460	1.329	126.190	601
TOTAL									412.616	

Vehículos de motor en ciudades del destino, 2018 Fuente: Instituto de estadística y Cartografía de Andalucía.

El **Plan General de Ordenación Urbana Costa del Sol** es el marco de referencia para los PGOU de los municipios objeto de estudio. El Plan apuesta por el fomento del transporte público, debido al dato de que nueve de cada diez viajes motorizados en la zona se realizan en vehículo privado. La fragmentación del espacio urbano no contribuye a óptimas interconexiones entre el espacio urbanizado, pues las urbanizaciones están yuxtapuestas y los viarios internos solamente conectan con el viario distribuidor. El crecimiento debe efectuarse continuando la malla urbana existente, junto con vías transversales diseñadas para evitar el excesivo uso de la N-340 / A-7.

El transporte público de la Costa del Sol está en manos del Consorcio de transporte metropolitano del área de Málaga formado por la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial de Málaga y los Ayuntamientos de Málaga, Mijas, Benalmádena, Rincón de la Victoria, Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Cártama, Pizarra, Almogía, Colmenar, Casabermeja y Totalán. Hay títulos de transporte intermodales para desplazarse por los diferentes municipios y la posibilidad de usar el servicio de préstamo de bicicleta en la ciudad de Málaga (Málaga bici).

Por su parte, el Plan Estratégico de la Costa del Sol Occidental pone de manifiesto la necesidad de efectuar una planificación del sistema de transporte colectivo.

En la Costa del Sol se impulsa la movilidad sostenible y responsable con el medio ambiente. Los municipios cuentan con sus correspondientes planes de movilidad urbana sostenible.

El proyecto **Senda Litoral** tiene entre sus objetivos mejorar la conectividad y la movilidad entre los municipios costeros mejorando a su vez las infraestructuras. Se crearán parkings en los principales lugares de acceso al recorrido, que harán las veces de parkings disuasorios para descongestionar el tráfico existente en la autovía.

La Costa del Sol cuenta con extensos carriles bici, como es el caso de Fuengirola, que cuenta con unos 4.500 metros de carril bici.

Se pueden hacer rutas en bicitaxis y segways por la Costa del Sol a través de empresas de actividades que sitúan al destino favorablemente desde del segmento del ecoturismo.

Cabe mencionar la existencia de proyectos como **Estepona, Jardín de la Costa del Sol** que rehabilita el centro urbano del municipio con el objetivo de la mejora ambiental y la reducción del tráfico y el proyecto **Avante Torremolinos** entre cuyos objetivos está la peatonalización de espacios y la mejora de la movilidad en la ciudad. En el caso de Marbella se desarrolla el **Plan director del Corredor Verde de Las Chapas**, con el objetivo de mejorar la comunicación entre el núcleo urbano de Marbella.

La movilidad sostenible tiene su reflejo en el **Plan de acción Málaga VIVA 2019**:

Imagen: Ejes estratégicos Plan de Acción Málaga VIVA 2019. Fuente: Malagaviva.org

El **proyecto Smart Costa del Sol** de red.es incluye la gestión inteligente del aparcamiento para localizar plazas libres, lo que influirá positivamente en la disminución de la densidad del tráfico y los tiempos de conducción, o la instalación de controles de afluencia en espacios públicos.

Gestión y calidad del agua

El agua es el elemento básico de todo destino o territorio turístico, la gestión sostenible y eficiente del ciclo integral del agua es fundamental en la actualidad. El Objetivo de desarrollo Sostenible (ODS) número 6 indica que se debe conseguir "*Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos*". El agua es fundamental para el desarrollo sostenible, la mejora en el suministro de agua potable, el saneamiento y la higiene, crean economías de escala en otras áreas, entre las que se incluyen la salud, la educación y la reducción de la pobreza.

En la Costa del Sol el servicio de agua lo presta la Mancomunidad de Municipios de Costa del Sol Occidental a través de la empresa pública ACOSOL que se encarga del abastecimiento de agua (en alta y a quien lo solicita en baja) y del saneamiento (depuración y regeneración el agua residual).

Por un lado, lleva el agua desde el pantano de La Concepción (en Istán) y la Desaladora de la Costa del Sol hasta los municipios o urbanizaciones que lo solicitan.

Por otro lado, realiza el proceso de depuración para preservar el buen estado de las aguas y de las playas.

Cuenta con las siguientes infraestructuras en el complejo Infraestructuras:

- La **Estación de Tratamiento de Agua Potable (ETAP) de Río Verde.** Construida en 1972, con una capacidad de tratamiento de 2,3 metros cúbicos por segundo (2.300 litros por segundo), para abastecer con agua a los municipios de la Costa del Sol Occidental, y una red que se expandía en dos direcciones (Este y Oeste), en paralelo al litoral costero.
- **La Desalinizadora de la Costa del Sol Occidental.** Construida en 1997, está ubicada en el término municipal de Marbella, con una capacidad máxima de tratamiento de 56 millones de litros de agua al día (equivalente a llenar 28 veces una piscina olímpica), es la única de la provincia de Málaga que desala agua de mar. Garantiza el abastecimiento ante sequía.

Imagen: Infraestructuras ACOSOL. Fuente: ACOSOL

Para **el control de la calidad del agua**, tanto de consumo humano como de la residual depurada y regenerada, ACOSOL dispone de una red de laboratorios que permiten asegurar que se cumple con las exigencias establecidas en la legislación vigente. Hay un sistema de alertas permanentes y una red de estaciones de vigilancia automática.

ACOSOL realiza labor de concienciación sobre el consumo responsable de agua y educación medioambiental. Publica consejos sobre el Ahorro en la cocina, en el baño, fuera de casa y consejos sobre el riego.

Los campos de golf se riegan con agua reciclada. ACOSOL es la empresa pública que más campos de Golf riega con agua regenerada.

Imagen: Campañas de concienciación. Fuente: ACOSOL

La gestión eficiente del agua tiene su reflejo en el Plan de acción Málaga VIVA 2019 con las siguientes acciones:

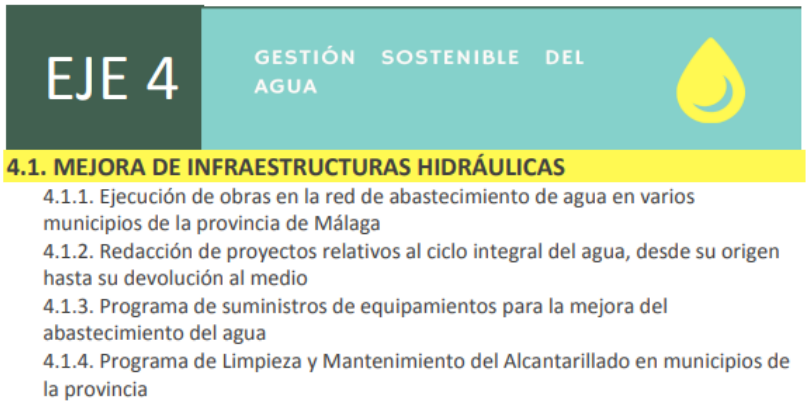


Imagen: Ejes estratégicos Plan de Acción Málaga VIVA 2019. Fuente: Malagaviva.org

El programa **Smart Costa del Sol**, uno de los proyectos seleccionados en la primera convocatoria del proyecto Ciudades Inteligentes Red.es, incluye entre sus acciones la **implementación de un sistema de gestión inteligente del riego que favorecerá el ahorro y el uso eficiente del agua**, en seis de los municipios del destino DTI.

Playas

Las playas de la Costa del Sol cuentan con diferentes certificaciones de gestión de calidad y de calidad ambiental que aseguran la eficiencia en la gestión, así como el adecuado mantenimiento de las mismas, el control de la calidad del agua, la limpieza, la seguridad, etc. Se trata de la Q de calidad turística, la ISO 9001, la ISO 14001 y la bandera azul de playas.

Ejemplo de certificaciones de las playas de Málaga:

Imagen: ejemplo de certificaciones de las playas de Málaga. Fuente: Directorio de establecimientos y espacios certificados 2018 Junta de Andalucía.

En cuanto a **la calidad de las aguas litorales de baño**, tal y como se muestra en la siguiente tabla, su estado es excelente en todo el destino.

Municipio	Zona de baño	Calificación 2018
Benalmádena	Playa Bil Bil- Arroyo de la Miel	3
Benalmádena	Playa Bil Bil- Arroyo de la Miel	3
Benalmádena	Playa Fuente de la Salud	3
Benalmádena	Playa La Yuca-Arroyohondo	3
Benalmádena	Playa Malapesquera-Santa Ana	3
Benalmádena	Playa Torremuelle-Carvajal	3
Benalmádena	Playa Torrevigia-Torrequebrada	3
Casares	Playa Ancha	3
Casares	Playa La Paloma	3
Estepona	Playa Arroyo Vaquero	3
Estepona	Playa El Cristo	3
Estepona	Playa Guadalmansa	3
Estepona	Playa La Galera-Dorada	3

Municipio	Zona de baño	Calificación 2018
Estepona	Playa La Rada	3
Estepona	Playa La Rada	3
Estepona	Playa Punta de la Plata	-
Estepona	Playa del Padrín	3
Estepona	Playa Saladillo-Casasola	3
Fuengirola	Playa Boliches-Gaviotas	3
Fuengirola	Playa Carvajal	3
Fuengirola	Playa El Castillo	3
Fuengirola	Playa Fuengirola	3
Fuengirola	Playa San Francisco	3
Fuengirola	Playa Santa Amalia	3
Fuengirola	Playa Torreblanca	3
Manilva	Playa Chullera	3
Manilva	Playa El Castillo	3
Manilva	Playa Sabinillas	3
Manilva	Playa Sabinillas	3
Marbella	Playa Artola	3
Marbella	Playa El Cable-Río Real	3
Marbella	Playa Guadalmina-San Pedro	3
Marbella	Playa La Fontanilla-Faro	3
Marbella	Playa Las Chapas	3
Marbella	Playa Los Monteros	3
Marbella	Playa Nagueles	3
Marbella	Playa Nagueles	-
Marbella	Playa Puerto Banús	3
Marbella	Playa Río Verde	-
Marbella	Playa Venus-Bajadilla	3
Marbella	Playa El Faro	3
Marbella	Playa Nueva Andalucía	3
Mijas	Playa Butiplaya	-
Mijas	Playa Calahonda	3
Mijas	Playa La Cala	3
Mijas	Playa La Campana	-
Mijas	Playa Playa Riviera	-
Mijas	Playa El Charcón	3
Mijas	Playa El Bomb	3
Mijas	Playa Calahonda 2	3
Torremolinos	Playa Bajondillo	3
Torremolinos	Playa La Carihuela	3
Torremolinos	Playa La Carihuela	3

Municipio	Zona de baño	Calificación 2018
Torremolinos	Playa Los Álamos	3
Torremolinos	Playa Playamar	3
Torremolinos	Playa Playamar	3

Calificación sanitaria de aguas litorales de baño 2018. Fuente: Consejería de salud y Familias-Ministerio de sanidad, Consumo y Bienestar Social

Nota: Tras la aplicación del Real Decreto 1341/2007, de 11 de octubre tenemos cuatro tipos para denominar la calidad de las aguas litorales: calidad 3 excelente, calidad 2 buena, calidad 1 suficiente y calidad 0 insuficiente.

Las playas tienen carteles informativos donde se indican las normas de seguridad y pautas de conducta a seguir por los usuarios.

Imagen: Cartel informativo Playa de Calahonda. Fuente: imagen tomada durante la visita

La Mancomunidad de municipios de la Costa del Sol occidental vela por la seguridad y excelencia en las costas de sus municipios.

Calidad del aire

Un aspecto importante para la salud y la calidad de vida es la calidad del aire que respira el residente y el turista. Se regula y supervisa por parte de la Comunidad Autónoma.

La Directiva 2008/50/CE relativa a la calidad del aire, establece la obligación de evaluar la calidad del aire ambiente, mediante mediciones obligatorias en determinadas zonas del territorio y la aplicación de técnicas de modelización y de estimación objetiva.

En Andalucía existe una **Red de vigilancia y control de la calidad del aire** que recoge diariamente que integra todos los sistemas de evaluación instalados en Andalucía de acuerdo con los criterios establecidos reglamentariamente.

Entre las principales **funciones** de la Red de Vigilancia y Control de la Calidad del Aire de Andalucía se encuentran:

- Determinación del estado de la calidad del aire y el grado de cumplimiento de límites con respecto a los objetivos que establezca la legislación vigente.
- Observación de la evolución de contaminantes en el tiempo.
- Detección rápida de posibles situaciones de alerta o emergencia, así como seguimiento de la evolución de la concentración de contaminantes.
- Informar a la población sobre la calidad del aire.
- Aportar información para el desarrollo de modelos de predicción.
- Proporcionar datos para la formulación, en su caso, de Planes de Mejora de la Calidad del Aire y Planes de Acción a Corto Plazo.
- Intercambio de información de la Administración Autonómica con la Estatal y Comunitaria.
- Investigación.

Hay varias estaciones de medición en Málaga ciudad y una en Marbella.

La siguiente tabla ilustra los resultados obtenidos en la provincia de Málaga:

JUNTA DE ANDALUCIA
Consejería de Medio Ambiente

RED DE VIGILANCIA Y CONTROL DE LA CALIDAD DEL AIRE DE ANDALUCIA
Informe Diario de Calidad del Aire Ambiente

S.I.V.A.

TIPO DE DATOS: No Validados

PERIODO : 28/04/2020-00 a 28/04/2020-23

Tabla de Calidad del Aire

Provincia: MALAGA

Municipio	Estación	SO2	CO	NO2	Particulas	O3	Global
CAMPILLOS	CAMPILLOS			BUENA		ADMISIBLE	ADMISIBLE
MALAGA	AVENIDA JUAN XXIII			BUENA	BUENA		BUENA
MALAGA	CAMPANILLAS	Sin Datos	Sin Datos	BUENA	BUENA	ADMISIBLE	ADMISIBLE
MALAGA	CARRANQUE	BUENA	BUENA	BUENA	Sin Datos	ADMISIBLE	ADMISIBLE
MALAGA	EL ATABAL	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	ADMISIBLE	ADMISIBLE
MARBELLA	MARBELLA ARCO	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	ADMISIBLE	ADMISIBLE

Evolución de la Calidad del Aire

Provincia: MALAGA

Municipio	Estación	Situación Anterior	Situación Actual	Evolución
CAMPILLOS	CAMPILLOS	ADMISIBLE	ADMISIBLE	MEJOR
MALAGA	AVENIDA JUAN XXIII	BUENA	BUENA	PEOR
MALAGA	CAMPANILLAS	ADMISIBLE	ADMISIBLE	MEJOR
MALAGA	CARRANQUE	ADMISIBLE	ADMISIBLE	MEJOR
MALAGA	EL ATABAL	ADMISIBLE	ADMISIBLE	MEJOR
MARBELLA	MARBELLA ARCO	ADMISIBLE	ADMISIBLE	MEJOR

1. Metodología de cálculo
2. Informe Cuantitativo
3. Informes de otras Provincias:

[ALMERIA] [CADIZ] [CORDOBA] [GRANADA] [HUELVA] [JAEN] [MALAGA] [SEVILLA]

Imagen: Indicadores calidad del aire Málaga. Fuente: Red de vigilancia y control de la calidad del aire de Andalucía

Las principales fuentes de emisión de **contaminantes del aire** son las procedentes del tráfico rodado, siendo, sobre todo, en óxidos de nitrógeno NO y NO_2 junto con partículas en el caso de los vehículos diésel, y monóxido de carbono CO, benceno y plomo en los de gasolina.

Las acciones para reducir la contaminación del aire pasan por la disminución del tráfico de vehículos de motor con combustibles fósiles y la potenciación del transporte público, de ahí la importancia de mejorar la movilidad y potenciar la movilidad eléctrica.

Contaminación acústica o ruidos

El ruido se presenta como uno de los principales problemas ambientales de la sociedad a los que los diferentes niveles de la administración pública deben hacer frente.

En el caso de Andalucía, la normativa en vigor sobre contaminación acústica es:

- Marco europeo:
  - Directiva 2002/49/CE
- Marco nacional:
  - Ley de Ruido 37/2003
  - Real Decreto 1513/2005
  - Real Decreto 1367/2007
- Marco Autonómico:
  - Ley 7/1994, de 18 de mayo, de Protección Ambiental
  - Decreto 326/2003, de 25 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Protección contra la contaminación acústica en Andalucía.
  - Decreto 6/2012, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de protección contra la Contaminación Acústica en Andalucía.

Corresponde a las entidades locales la aplicación de la legislación vigente en esta materia, más en concreto:

- La aprobación de ordenanzas municipales de protección del medio ambiente contra ruidos y vibraciones.
- La vigilancia, control y disciplina de la contaminación acústica en relación con las actuaciones, públicas o privadas no sometidas a Autorización Ambiental Integradas o Autorización Ambiental Unificada.
- La elaboración, aprobación y revisión de los mapas de ruido y de los planes de acción en aglomeraciones y núcleos urbanos.
- La determinación de las áreas de sensibilidad acústica y declaración de zonas acústicamente saturadas.

Se aconseja en aquellas zonas urbanas o más turísticas disponer de mapas de ruido, que son unas herramientas efectivas para establecer la afección sonora de las distintas zonas urbanas, en particular aquellas que por su uso requieren un clima silencioso, tales como zonas culturales, docentes, residenciales o sanitarias; y se constituye en un elemento de influencia en la futura planificación del tráfico de la ciudad o para la redacción o modificación de disposiciones legales de competencia municipal en materia de ruido.

De los 8 municipios que componen el destino Costa del Sol únicamente Marbella y Manilva cuentan con normativa propia para el control del ruido. El resto de los municipios cuentan con ordenanzas reguladoras del tráfico y circulación y de la convivencia ciudadana donde entre otros aspectos se regula de forma somera el ruido en el municipio.

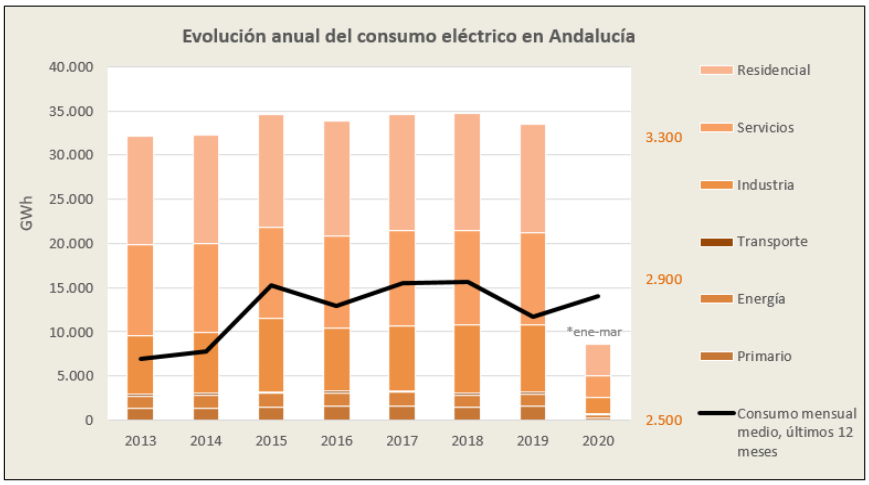
Eficiencia energética, gestión de la energía, energías renovables, Cambio Climático, Gases Efecto Invernadero (GEI)

Un territorio o destino turístico inteligente debe primar la eficiencia energética, fomentar el uso de energías renovables y realizar una adecuada gestión de la energía.

El Objetivo de desarrollo Sostenible (ODS) número 7 indica que se debe conseguir "*Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos*".

En 2016 el consumo energético total en España fue de 123.489 Ktep de los que 17.217 Ktep provenían de fuentes de energía renovables 13.9% (*IDEA. Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía*).

En Andalucía la evolución del consumo de energía ha seguido la siguiente evolución en los últimos años:



Fuente: Agencia Andaluza de la Energía. Consejería de Hacienda, Industria y Energía

El aporte de energías renovables al consumo energético de la Comunidad queda reflejado en la siguiente tabla:

Aporte Energético Renovable

Agencia Andaluza de la Energía
CONSEJERÍA DE HACIENDA, INDUSTRIA Y ENERGÍA

2018

	Generación eléctrica (GWh)							Consumo térmico (ktep)			
	Biomasa	Hidráulica	Eólica	Oceanotérmica	Termosolar	Solar FV	Total generación eléctrica	Biomasa y biogas	Solar térmica	Total consumo térmico	Consumo de biocarburantes en transporte (ktep)
Almería	4,8	41,9	934,5	0,0	0,0	143,2	1.124,4	16,4	6,4	22,8	24,7
Cádiz	9,3	6,5	2.442,8	0,0	280,0	127,9	2.866,4	13,3	13,4	26,7	29,2
Córdoba	538,7	116,2	0,0	0,0	583,3	315,4	1.553,6	114,8	3,8	118,7	23,1
Granada	1,2	199,7	827,0	0,0	424,2	167,7	1.619,8	100,6	3,8	104,4	29,4
Huelva	501,0	14,4	614,4	0,0	0,0	121,0	1.250,8	16,4	6,6	23,0	51,7
Jaén	239,2	178,0	26,3	0,0	0,0	150,8	594,2	181,4	2,1	183,5	21,3
Málaga	114,0	123,2	1.110,9	0,0	0,0	84,2	1.432,3	51,2	16,2	67,4	42,7
Sevilla	72,7	98,8	330,6	0,0	865,4	378,2	1.745,7	73,4	29,5	102,9	48,4
Andalucía	1.480,9	778,7	6.286,4	0,0	2.152,9	1.488,3	12.187,2	567,4	82,0	649,3	270,4

Fuente: Agencia Andaluza de la Energía. Consejería de Hacienda, Industria y Energía

La Costa del Sol está comprometida con la eficiencia energética, prueba de ello es que ha desarrollado durante los últimos años, a través de Turismo y Planificación, **Planes de**

Optimización de la Energía en algunos municipios (Mijas, Estepona y Manilva). Se hace un diagnóstico previo de la situación actual y se realizan propuestas en los siguientes campos:

- Consumos y costes energéticos
- Análisis y optimización de la factura eléctrica
- Alumbrado público
- Dependencias municipales (incluye auditorias)

El programa **Smart Costa del Sol** de Red.es también apuesta por la eficiencia energética con iniciativas como la incorporación de sistemas de iluminación inteligente o la instalación de sensores que permitan detectar e informas en tiempo real de cualquier incidencia en la red de abastecimiento de aguas.

Málaga impulsa el uso de energías renovables, con la energía solar como principal protagonista, la energía hidráulica, la eólica, etc.

Se identifican otras iniciativas para el logro de la eficiencia energética: placas fotovoltaicas en los edificios públicos y calderas de Biomasa en la mayoría de los edificios públicos.

El cambio climático es la variación global del clima del planeta. Este fenómeno puede ser originado por causas naturales y también por la acción del ser humano. Se produce a diversas escalas de tiempo y sobre el conjunto de parámetros climáticos: temperatura, precipitaciones, vientos, nubosidad... El calentamiento climático está confirmado y muchos de los cambios observados desde 1950 no tienen precedentes. La atmósfera y los océanos se han calentado, los casquetes polares han disminuido y el nivel del mar se ha elevado. Respecto a la lucha contra el cambio climático los países se dotan de herramientas normativas, a nivel global la más importante es el "Acuerdo de París de 2016 sobre lucha contra el Cambio Climático".

Un gas de efecto invernadero (GEI) es un gas atmosférico que absorbe y emite radiación dentro del rango infrarrojo. Este proceso es la fundamental causa del efecto invernadero. Los principales gases de efecto invernadero (GEI) emitidos a la atmósfera son el metano (CH4), dióxido de carbono (CO2), hidrofluorocarburos (HFC), óxido nitroso (N2O), perfluorocarburos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF6).

GEI	Emisiones 2017
CH4 (t)	213.448,13
CO2 (kt)	49.331,18
HFC (kg)	721.687,98
N2O (t)	11.400,33
PFC (kg)	161,12
SF6 (t)	1.615,48

Emisiones a la atmósfera de GEI en Andalucía. Fuente: Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Junta de Andalucía.

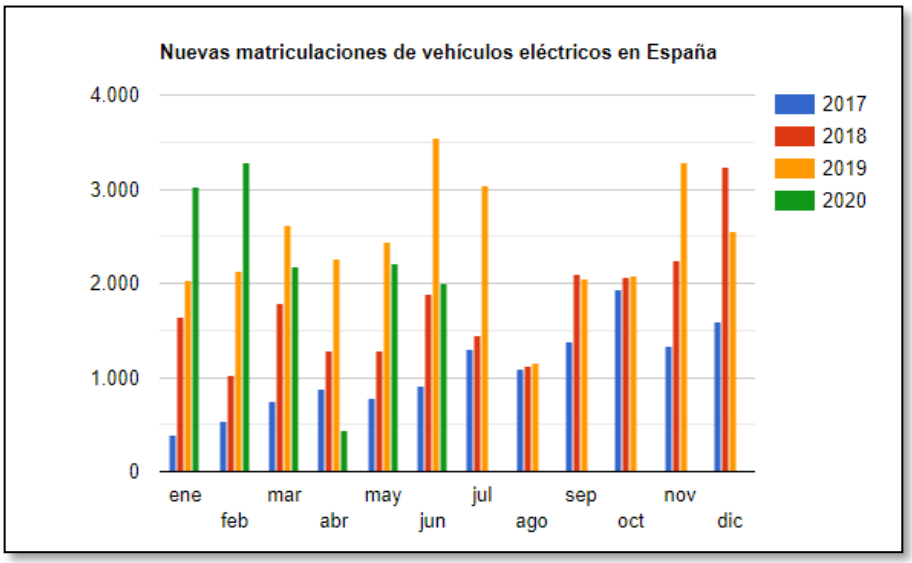
Se debe recordar que entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) el número 13 es la lucha contra el cambio climático.

Andalucía cuenta con el Portal andaluz del cambio climático y el Sistema Andaluz de Compensación de Emisiones (SACE), instrumento voluntario creado por la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía, que proporciona al sector empresarial la oportunidad y los medios de participar activamente en la lucha contra el cambio climático.

La Costa del Sol muy proactiva respecto a la lucha contra el cambio climático y a la minimización de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). La mayoría de los municipios que forman parte del destino cuentan con una Agenda 21 Local y un Plan de Acción municipal.

Una forma de contribuir a reducir los gases de efecto invernadero (GEI) y minimizar el cambio climático es el fomento de la movilidad eléctrica. En otro aspecto se debe fomentar el uso de combustibles de bajas emisiones en sector residencial y terciario, incluyendo el sector turístico, para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución en la matriculación de vehículos en los últimos 4 años:

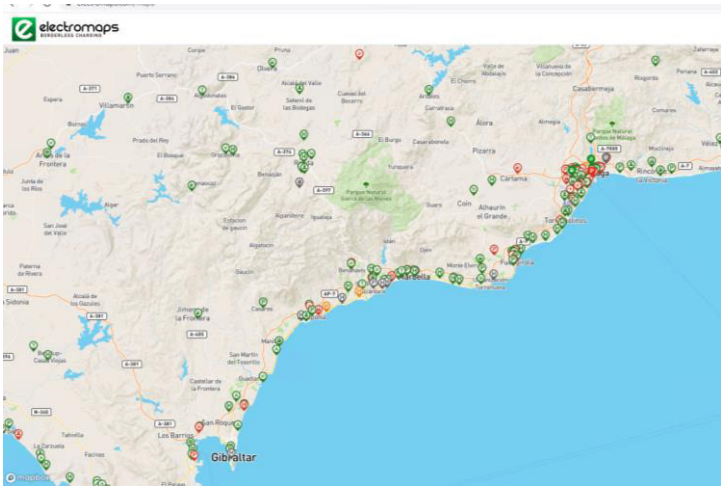


Fuente: OVEMS. Universidad Pontificia Comillas

Evolución a lo largo de los años del número de estaciones de recarga de acceso público en España, clasificando estas infraestructuras en función de su potencia: estaciones de recarga de potencia estándar para valores inferiores o iguales a 22 kW y estaciones de recarga de alta potencia para infraestructuras de más de 22 kW,

Fuente: OVEMS. Universidad Pontificia Comillas

En la siguiente imagen se puede observar la distribución de los puntos de recarga eléctrica en el destino:



Fuente: electromaps.com

El destino forma parte de la Red Española de Ciudades por el Clima de la FEMP, cuyo objetivo es promover políticas de sostenibilidad en las ciudades españolas, sobre todo las relacionadas con la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

El grupo de trabajo **Málaga VIVA** consensua acciones integradas en los correspondientes planes de acción anuales encaminadas a reducir los Gases de Efecto invernadero y a implementar la **Carta Verde**: buenas prácticas de gestión ambiental en la Diputación de Málaga, que aboga por un consumo más razonable y eficiente de los recursos (energía, agua, consumibles).

Ejes estratégicos vinculados a la eficiencia energética y a la Carta Verde:

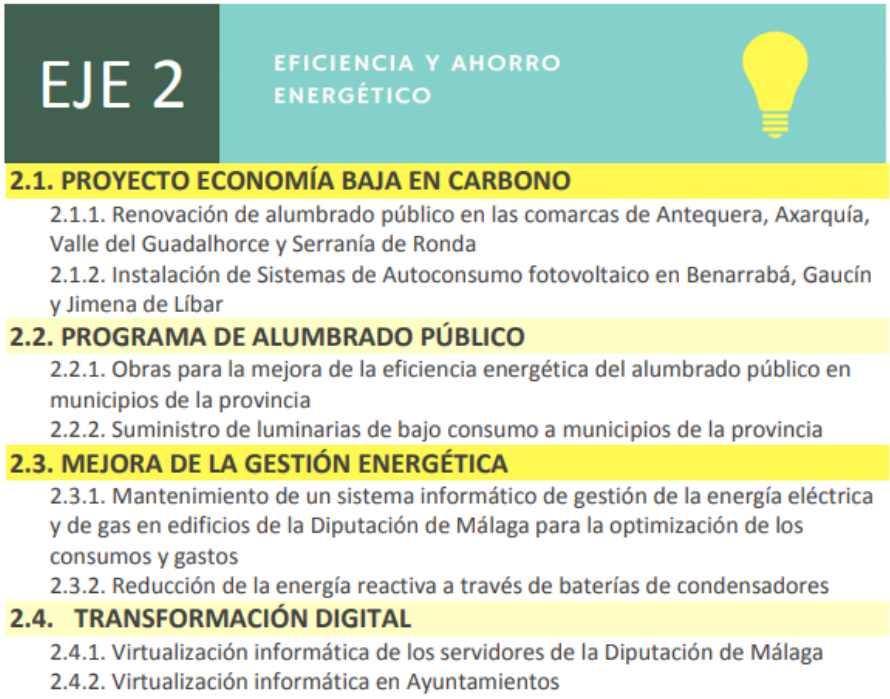


Imagen: Ejes estratégicos Plan de Acción Málaga VIVA 2019. Fuente: Malagaviva.org

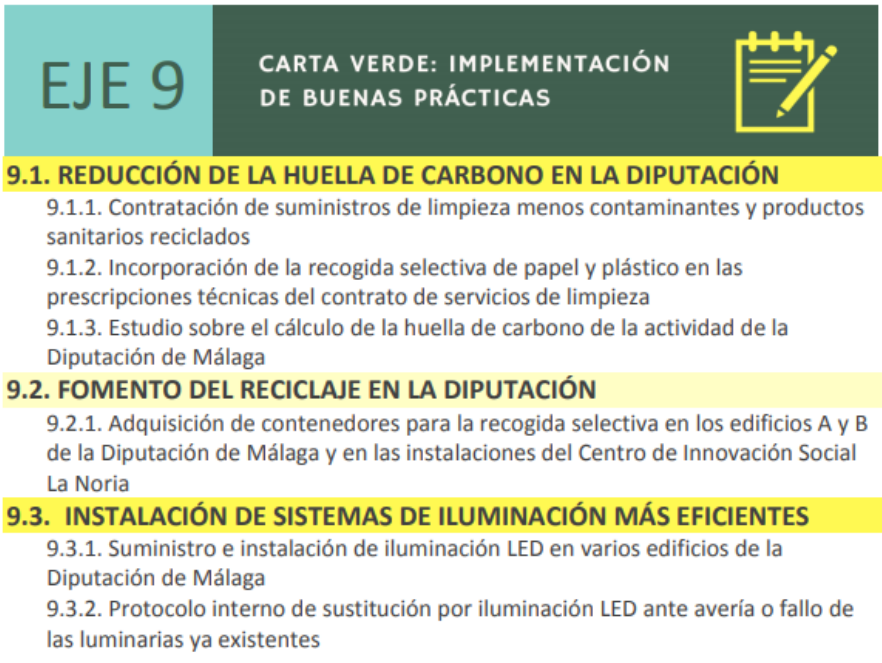


Imagen: Ejes estratégicos Plan de Acción Málaga VIVA 2019. Fuente: Malagaviva.org

Residuos y limpieza viaria y reciclaje, economía circular

El objetivo del servicio de gestión de recogida de residuos sólidos urbanos (RSU) es la retirada y transporte de forma adecuada, de todas las fracciones de residuos que se generan en el municipio y la promoción de la reducción, reutilización y reciclado de los residuos sólidos urbanos, posibilitando al máximo el pretratamiento o separación en origen y en función de su destino final, por parte de los usuarios del servicio. Solo si se recoge selectivamente un residuo en origen se puede transformar para ser convertido nuevamente en materia prima.

Asimismo, el servicio de limpieza urbana tiene como objetivo el que todas las áreas de uso público urbanas y peatonales ofrezcan un nivel de limpieza óptimo, entendiendo por tal la no aparición de restos de todo tipo en el suelo, la acumulación de los mismos en los puntos de recogida y la no existencia de elementos (pintadas, carteles, etc.) que incidan negativamente en el aspecto del municipio.

La Mancomunidad de municipios de la Costa del Sol es la encargada de la gestión de residuos en el destino a través de la empresa URBASER. Tienen un **complejo medioambiental en Marbella y plantas de transferencia en varios municipios**. Cuentan con una planta **semiautomatizada de RSU**, planta de depuración de compost, planta automatizada de clasificación de envases ligeros, vertederos de rechazos y aula medioambiental.

Imagen: Complejo medioambiental Costa del Sol. Fuente: Mancomunidad de municipios Costa del Sol occidental

En la región se efectúa una **recogida selectiva de residuos (4 fracciones),** que contempla la recogida individualizada de **orgánicos, papel y cartón, vidrio y envase ligero**. Se trabaja la minimización de residuos. El destino debe cuantificar por ley la recogida selectiva de residuos realizada.

Imagen: recogida selectiva de residuos. Fuente: imagen tomada durante la visita

Tal como ilustran las siguientes tablas, en la Costa del Sol, con una población censada de 550 mil habitantes, se generan 330 mil toneladas de residuos lo que equivale a 1,79 kg por habitante y día (1,27 teniendo en cuenta la población real). El ratio anual por habitante de recogida de residuos sólidos urbanos en España es de 471 kg, 1,29 kg por día (Datos INE 2016, último año publicado).

urbaser

RATIOS MUNICIPALES R.S.U AÑO 2019

MUNICIPIO	TONELADAS AÑO 2019	POBLACIÓN CENSADA 2019	RATIOS KG/HAB/DÍAS
BENAHAVIS	5.370	8.085	1,82
BENALMÁDENA	39.259	68.128	1,58
CASARES	4.294	6.515	1,81
ESTEPONA	39.766	68.286	1,60
FUENGIROLA	36.345	80.309	1,24
ISTÁN	469	1.469	0,87
MANILVA	9.005	15.528	1,59
MARBELLA	136.120	143.386	2,60
OJÉN	2.414	3.702	1,79
TORREMOLINOS	43.832	68.661	1,75
MIJAS	40.231	82.742	1,33
TOTAL	**357.104**	**546.811**	**1,79**

MUNICIPIO	TONELADAS AÑO 2019	POBLACIÓN REAL 2019	RATIOS KG/HAB/DÍAS
BENAHAVIS	5.370	11.585	1,27
BENALMÁDENA	39.259	84.692	1,27
CASARES	4.294	9.264	1,27
ESTEPONA	39.766	85.785	1,27
FUENGIROLA	36.345	78.406	1,27
ISTÁN	469	1.012	1,27
MANILVA	9.005	19.426	1,27
MARBELLA	136.120	293.646	1,27
OJÉN	2.414	5.207	1,27
TORREMOLINOS	43.832	94.557	1,27
MIJAS	40.231	86.788	1,27
TOTAL	**357.104**	**770.368**	**1,27**

Imagen: Ratios municipales RSU año 2019. Fuente: Informe anual 2019 Complejo medioambiental Costa del Sol.

En la siguiente tabla se detallan datos de la recogida selectiva de residuos en algunos municipios del destino en 2019

Municipio	Vidrio/ habitante (kg)	Papel cartón/habitante (kg)	Envases ligeros/habitante (kg)
Manilva	29,5	14,7	15,0
Estepona	18,5	12,4	16,3
Torremolinos	23,0	13,5	29,9

Benalmádena	29,5	14,2	14,8
Fuengirola	27,7	19,4	32,3
Mijas	31,0	19,1	28,0
Marbella	31,6	19,5	27,4
Casares	33,6	17,8	18,3

. Fuente: Ecobarómetro, Ecoembes. Datos de reciclaje, Ecovidrio. INE

A nivel estatal los datos de recogida de vidrio por habitante se sitúan en torno a los 19kg/habitante (Ecovidrio, 2019) superándose este valor en todos los municipios del destino excepto en Estepona. El valor medio de kilogramos de papel-cartón recogido por habitante en España es 19,4 (Ecoembes, 2019) mejorándose este resultado únicamente en Marbella. Por último, la ratio de recogida en envases ligeros a nivel estatal es de 17,1kg/habitante (Ecoembes,2019), superándose este valor en los municipios de Torremolinos, Fuengirola, Mijas, Casares y Marbella.

Se hacen **campañas de concienciación** a los ciudadanos sobre la importancia y las ventajas tanto medioambientales como económicas que supone la separación de residuos en los contenedores de orgánicos, papel y cartón, vidrio y envase ligero. Se hace sensibilización y educación ambiental como la I edición del concurso de ideas Ecosostenibles

Imagen: I edición del concurso de ideas Ecosostenibles. Fuente: Urbaser

También se hacen campañas para prevenir los incendios forestales, riesgo que se multiplica durante los meses de verano. Todas estas acciones sirven para concienciar al ciudadano y al residente de la importancia de prevenir para conservar y mantener a salvo la flora y la fauna de la región.

La gestión sostenible de los RSU de la provincia de Málaga tiene su reflejo en el Plan de acción 2019 Málaga VIVA:

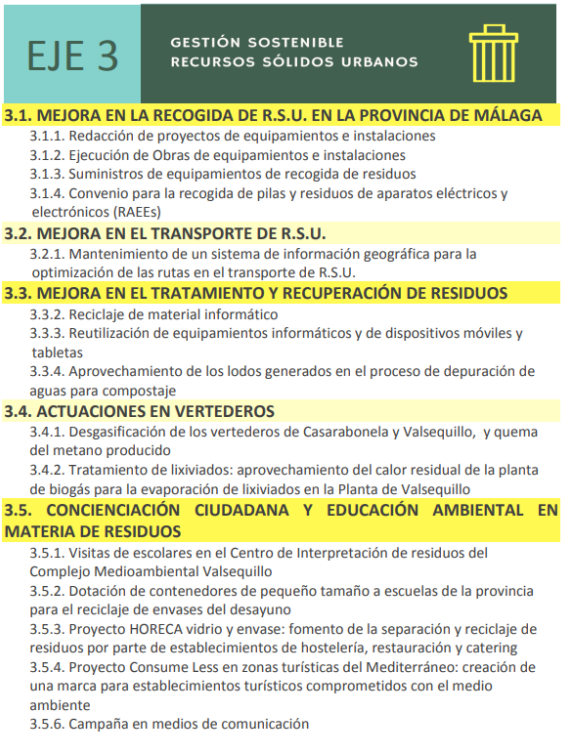


Imagen: Ejes estratégicos Plan de Acción Málaga VIVA 2019. Fuente: Malagaviva.org

Desarrollo social y económico del destino

La sostenibilidad económica y social es analizada, desde varias perspectivas, la de la calidad en la oferta turística con las medidas que se adopten para alcanzarla, programas, formaciones o manuales, y desde las perspectivas de los mecanismos de protección y fomento de la economía local, las medidas de redistribución de los costes y beneficios de la actividad turística, la medición de la satisfacción del residente y del turista, el contar con conocimiento sobre el fenómeno turístico en el territorio, la atención sanitaria al turista, la seguridad y protección civil al turista, y siempre sin olvidar al residente que debe ser tener acceso tanto a los servicios públicos de calidad como a la oferta turística local.

Calidad turística

El visitante de un destino espera recibir servicios turísticos de calidad. Así, para poder garantizar los mejores estándares de calidad en el servicio que el destino pueda ofrecer a todos los niveles, se necesita contar con medidas que fomenten esta calidad turística.

En la Costa del Sol, tradicional destino turístico con una larga trayectoria, la calidad es un requisito imprescindible que está muy arraigado entre los diferentes niveles de la administración pública y las empresas turísticas. Se prestan servicios de calidad y el sector goza de una gran profesionalización que la planificación turística del destino sigue impulsando.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	TOTAL
	31	44	-	3	16	-	33	-	127
	-	-	-	1	-	-	1	-	2
	21	19	36	22	30	43	23	10	204
	-	-	2	-	-	1	-	-	3
	144	57	95	32	64	140	318	129	979
	2	4	2	4	4	4	8	6	34
	-	-	-	-	2	-	-	-	2
ISO 14001	9	39	12	18	14	9	24	18	143
ISO 9001	19	31	6	20	12	3	27	16	134
	44	87	4	34	10	6	101	28	314
	18	19	7	11	11	16	11	4	97
	1	6	5	1	2	3	4	3	25
TOTAL	**289**	**306**	**169**	**146**	**165**	**225**	**550**	**214**	**2064**
Establecimientos y Espacios Certificados	**218**	**232**	**147**	**114**	**125**	**189**	**464**	**178**	**1667**

Imagen: establecimientos y espacios certificados en calidad y sostenibilidad. Fuente: Directorio de establecimientos y espacios certificados 2018 Junta de Andalucía.

Esta apuesta por la calidad se refleja en las cifras de establecimientos y espacios certificados en toda la provincia con las diferentes certificaciones de calidad existentes. Según ilustra la siguiente tabla, Málaga cuenta con 550 certificaciones de calidad o ambientales, liderando el ranking de las provincias andaluzas lo que supone acumular el 27% de las certificaciones de la comunidad autónoma.

Un total de 318 certificaciones corresponden al Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED), 32 de las cuales son de la Costa del Sol.

El SICTED es una metodología que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico con una nueva concepción de los resultados esperados, un enfoque hacia la mejora continua y una actitud de recuperación y puesta en valor de los recursos y del espacio. Persigue un nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista dentro de un mismo destino. Lo promueve la Secretaria de Estado de Turismo con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

El ente gestor del SICTED en la Costa del Sol Occidental es la Mancomunidad de Municipios de Costa del Sol Occidental; anteriormente se llevaba desde el Consorcio Qualifica Costa del Sol. El destino cuenta en la actualidad **con 313 establecimientos adheridos**, pero ninguno de ellos goza de la distinción.

Se debe dar un paso adelante y seguir apostando por este sistema de gestión que ofrece a los destinos unos estándares de calidad turística con planes de trabajo, asistencia técnica y

seguimiento de los logros obtenidos que culminan con la obtención del distintivo Compromiso de calidad turística.

El nuevo Plan de Marketing de la Costa del Sol contempla entre sus acciones la implantación de la Q de calidad turística y el SICTED en las empresas turísticas.

La iniciativa privada también suma a la calidad con el impulso de certificaciones como la prestigiosa Travelife de gestión sostenible.

Por otra parte, los **clubes de producto** son ejemplos de calidad en la oferta turística, al constituirse en una forma de fomento del destino turístico a través de herramientas comunes de comercialización y gestión de productos turísticos especializados y caracterizados por seguir unos estándares de calidad y que estructuran la participación de las empresas e instituciones con competencias en torno a dicho producto en una zona geográfica definida.

Existen multitud de **clubes de producto en el destino, en torno a 100**, otro indicio de la clara apuesta del destino por el buen hacer y la calidad. La propia Diputación de Málaga ha puesto en marcha uno de ellos, **Sabor a Málaga**, marca de productos autóctonos de la provincia. El primer gran objetivo de la marca Sabor a Málaga es el de unificar bajo una imagen global los productos de mayor calidad de la provincia.

Economía local, formación y empleo

La actividad turística es estratégica y fundamental como motor económico nacional, regional y local, siendo una herramienta clave en la erradicación de la pobreza y las desigualdades sociales, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para el año 2030.

La sostenibilidad socioeconómica pasa porque los beneficios del turismo en el territorio influyan en el bienestar de los residentes del destino, en creación de empleo digno en sus condiciones laborales y salariales, en protección de su patrimonio cultural y tradiciones y en su desarrollo sostenible.

En la Costa del Sol impulsan el desarrollo económico, la economía local y la formación a través de la Diputación de Málaga y su área de Desarrollo Económico y Social a través de sus diferentes programas entre los que se encuentran las Ayudas, subvenciones y premios a empresas y asociaciones agroalimentarias de la provincia de Málaga.

Turismo y Planificación se encarga de la parte turística a través de su departamento de Desarrollo turístico y empresarial con iniciativas como:

- La promoción económica y turística: asesoramiento a emprendedores, consultoría a sabor a Málaga, promoción de la provincia, organización de congresos.
- Creación y consolidación de empresas: programa de aceleración de empresas turísticas Tourism Hub, Costa del Sol Experience 365 (turismo experiencial), premio iniciativa turística, impulso de productos y experiencias turísticas de la provincia, red

de inversores Málaga Business Angels, promotores del foro Ser emprendedor, impulsores de la Escuela provincial de emprendimiento.

Imagen: Tourism Hub Costa del Sol. Fuente: Turismo y Planificación Costa del Sol.

- Estudios socioeconómicos para la toma de decisiones.

En otro orden constatar aquí que se ha comprobado que se.

Sabor a Málaga es otro de los grandes proyectos dinamizadores de la región, es una lanzadera para mostrar el valor del sector agroalimentario de la provincia. La marca contribuye a la dinamización de la economía local y a la creación de puestos de trabajo en el sector agropecuario y agroalimentario de Málaga. Además de fomentar en la oferta gastronómica de Málaga los productos locales, apoyando así el kilómetro 0 y las economías locales. Impulsando también de paso el turismo gastronómico, con el que se crean sinergias

Además, impulsan el Enoturismo, dando apoyo a la Ruta del vino de Ronda y Málaga que está dentro del Club de Producto Rutas del Vino de España, perteneciente a ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino). Otra forma de potenciar los productos de la tierra y la economía local. Se fomenta además la diversificación del producto turístico a través de la colaboración público-privada. En este caso, solo un municipio del DTI Costa del Sol está presente, Manilva, que cuenta con este tipo de oferta turística.

Desde Turismo y Planificación a través del Plan de Marketing de Costa del Sol se potencian las **nuevas experiencias que dan respuesta a los nuevos gustos y necesidades del turista**: experiencias con locales, contacto con la cultura local, hacer lo que hacen los locales, comer donde comen… turismo-cultura, tradiciones. En la provincia de Málaga está muy arraigada la cultura popular y las raíces lo que sin duda encaja a la perfección con las nuevas demandas turísticas en torno a vivir el destino.

Se impulsa, por tanto, la inclusión **de los valores y tradiciones locales en la oferta turística,** es más, la rica historia de la provincia, los vestigios de los diferentes pueblos que por ella han pasado que han dejado su huella también en las tradiciones, bailes, folklore, artesanías, gastronomía, etc. otorgan a la oferta turística un importante valor añadido que hace más atractivo al destino especialmente entre el segmento de turismo cultural.

Existen Fiestas declaradas de Singularidad Turística como ya se ha indicado en el punto de conservación y mejora del patrimonio cultural.

Cabe precisar que Turismo y Planificación es miembro del **Foro Responsabilidad Social Empresarial de Málaga** lo que refuerza la importancia que tiene la sostenibilidad en el destino.

Empresa integrante del
Foro Provincial
Empresas Socialmente Responsables de Málaga

El Foro RSE Málaga cuenta con la colaboración de la Diputación de Málaga y de la Confederación de Empresarios de Málaga. Su objetivo general es identificar retos comunes y proyectos conjuntos de Responsabilidad Social Empresarial que, bajo una metodología basada en la participación y la colaboración de todos sus integrantes, refuerce el compromiso del entramado de empresas socialmente responsables de la provincia de Málaga. Otros objetivos del foro son los siguientes:

- Convertir Málaga en un referente como Provincia Socialmente Responsable a medio plazo.
- Apoyar al tejido productivo malagueño para dotarlo de competitividad y solidez a través de la RSE.
- Difundir y sensibilizar a empresas, administración a la sociedad en general en materia de RSE. Priorizar la ética en los negocios y la RSE como una forma de entender la empresa.

La Diputación de Málaga está muy comprometida con la Responsabilidad Social Corporativa. Cuenta con **Planes de actuación de Responsabilidad Social Corporativa** con cumplimiento bianual de las acciones desde hace cuatro años. Se intenta trasladar esta filosofía a los municipios y se les da apoyo para la puesta en práctica de las acciones.

El Plan de actuaciones que está en vigor en estos momentos tiene los siguientes ejes estratégicos:

- **Buen Gobierno**: conciliación de la vida laboral y familiar, apoyo a la discapacidad, políticas de igualdad, formación, etc.
- **Social**: participación y atención al ciudadano, políticas de empleo, Foro Provincial de Empresas socialmente responsables, etc.
- **Medioambiente**: reforestación, eficiencia y ahorro energético, uso de energías renovables, gestión sostenible de residuos, de agua, movilidad, sensibilización medioambiental, etc.

En 2010 promovido por la Cámara de Comercio y el Observatorio de Recursos Humanos en el sector turístico de la Junta de Andalucía se realizó un diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas turísticas de la provincia de Málaga donde se puso de manifiesto lo que queda por hacer en este campo.

Al mismo tiempo, el destino trabaja en la redistribución de los beneficios y cargas producidas por el turismo. Desde Turismo y Planificación se hace una importante **labor de concienciación de la importancia del turismo en la economía de la región y se efectúan estudios en torno a la satisfacción de los residentes con el turismo**. El recién publicado Plan de Marketing de la Costa del Sol tiene entre sus objetivos **la distribución espacial del flujo turístico y sigue apoyándose en la diversificación del producto turístico para luchar contra la estacionalidad turística que caracteriza al destino**.

Grado de satisfacción de residentes y turistas, conocimiento turístico

La satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para la configuración de la Costa del Sol como Destino o Territorio Turístico Inteligente, dado que, en casos extremos, la hostilidad de la comunidad puede tener como consecuencia un rechazo frontal a los visitantes en ese destino, como ya se está viendo en destinos turísticos de la importancia de Palma de Mallorca, Barcelona o Venecia. Para hacer frente a estos potenciales efectos negativos, el ente gestor debe procurar mantener una relación positiva entre residentes y turistas, que permita prever y prevenir incidentes y efectos negativos.

La cuantificación de la satisfacción del residente abarca aspectos reales y aspectos que dependen de la percepción, como la masificación, el acceso a puestos de trabajo, la participación en los beneficios del fenómeno turístico, la reacción ante el comportamiento de los turistas, etc.

Además, es clave contar con un buen conocimiento del grado de satisfacción del turista, de cara a la mejora del servicio, a desarrollar un plan de política turística, un eficaz y adecuado plan de marketing, etc.

Desde Turismo y Planificación se hacen estudios acerca de la satisfacción del residente con el turismo. Concretamente, en 2018 se realizó el estudio **el turismo para los malagueños** cuyo objetivo era conocer la actitud y la opinión de los residentes de la provincia de Málaga sobre el desarrollo turístico acaecido en el territorio.

El estudio se dividió en dos bloques diferenciados:

- El primer bloque, aborda cuestiones relacionadas con los posibles beneficios y riesgos del turismo frente a aspectos económicos, sociales y culturales, siempre desde el punto de vista del residente, segmentando los resultados por los habitantes de la Ciudad de Málaga y los del litoral.

- El segundo bloque del estudio, está orientado a conocer el grado de importancia que los malagueños le dan a "hacer turismo" frente a otros hábitos de consumo.

Las conclusiones y actuaciones estratégicas recomendadas fueron las siguientes:

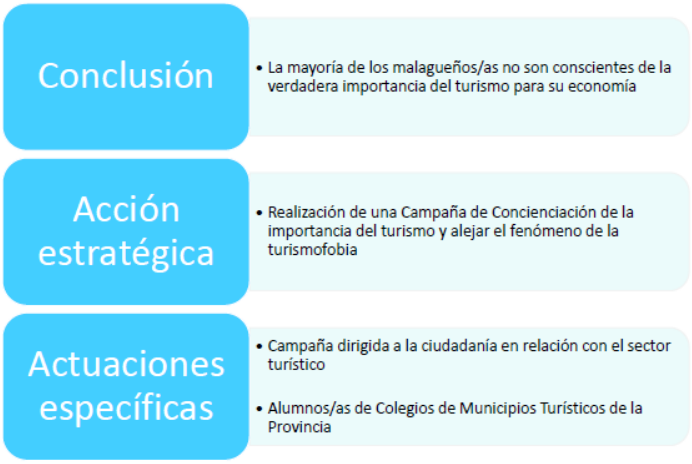


Imagen: El turismo para los malagueños. Fuente: Turismo y Planificación.

La medición de la satisfacción del turista queda lo suficientemente cubierta con las encuestas realizadas por el Observatorio turístico de la Costa del Sol. Sus resultados se publican anualmente en la página web de Turismo y Planificación. El grado de satisfacción registrado es muy favorable, 8,87 de nota media. Se analiza la satisfacción por conceptos siendo los más valorados por los turistas el binomio Clima-Playas, la hospitalidad, el paisaje y naturaleza y la gastronomía.

Imagen: Satisfacción turistas que visitan Costa del Sol. Fuente: Turismo y Planificación.

La Costa del Sol cuenta con un potente **Observatorio turístico** que radiografía el turismo en el destino a través de fuentes propias y externas, tradicionales y asociadas al nuevo entorno digital, que constituyen su complejo sistema de inteligencia turística.

Se estudia la oferta turística, se cuantifica y caracteriza la demanda turística, haciendo especial hincapié a la segmentación por mercados emisores, y se aborda el impacto económico del turismo en la región desde el punto de vista de la producción y del empleo. Este análisis trae consigo la elaboración de diferentes informes y publicaciones disponibles en la página web de Turismo y Planificación.

Imagen: Estudios y estadísticas Costa del Sol. Fuente: Turismo y Planificación.

En Turismo y Planificación se ha trabajado en el **estudio de la sostenibilidad turística** y en la propuesta de indicadores de sostenibilidad turística con el sistema metodológico planteado por el Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible de Andalucía.

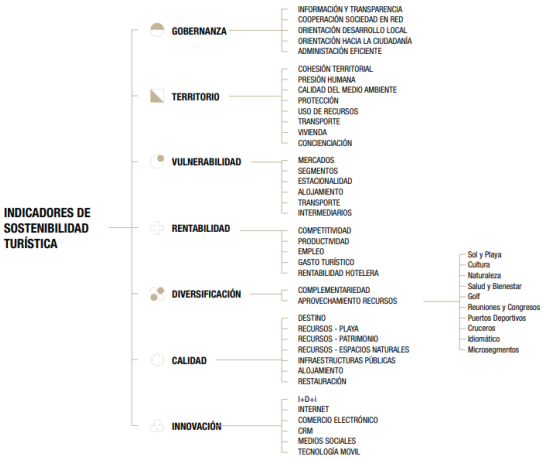


Imagen: Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible de Andalucía. Fuente: Junta de Andalucía.

La estrategia turística de un destino que apueste por un desarrollo turístico sostenible debe apoyarse en la evaluación de sus principales indicadores ambientales, culturales, sociales y económicos.

La Costa del Sol debe seguir impulsando esta línea de trabajo e incluir en su sistema de conocimiento los indicadores de sostenibilidad turística que deben servir como input para la estrategia turística del destino.

Seguridad ciudadana y protección civil

Un factor muy valorado por el turista a la hora de elegir su destino es la seguridad ciudadana.

España es de por si un destino turístico seguro y en la Costa del Sol los servicios de seguridad ciudadana y protección civil se prestan de una manera adecuada.

En materia de seguridad ciudadana las competencias en el territorio rural son de la Guardia Civil y en los núcleos urbanos se encarga la policía nacional con el apoyo de las policías municipales.

El Servicio de Protección Civil de la Diputación de Málaga se encuadra en la Delegación de Servicios Intermunicipales y Planificación Estratégica. Este servicio se encarga de realizar los planes de emergencia, dando apoyo para su realización a los municipios inferiores a 20 mil habitantes. También está al frente de los Planes Locales de Emergencia por Incendios Forestales y los Planes de Autoprotección.

En lo que respecta a la prevención, este servicio suministra a los municipios de la provincia material de Protección Civil y Contraincendios, además de colaborar con la Universidad de Málaga en la elaboración del **Mapa de Riesgos de la Provincia**.

Entre 2018 y 2019 Turismo y Planificación Costa del Sol redactó el Plan de Acción del Consorcio Provincial de Bomberos de Málaga, en el cual se elaboraron **mapas de todos los tipos riesgos considerados en el Plan Territorial de Emergencias de Andalucía** y que se clasifican entre:

- Mapas de Riesgos Naturales (meteorológicos y no meteorológicos)
- Mapas de Riesgos Antrópicos

A partir de todos estos mapas de riesgos se generaron los **Mapas de Calor de Riesgos**, que permitieron identificar las zonas más vulnerables de la provincia.

Por otro lado, por primera vez en la historia del Consorcio se diseñó la propuesta de la nueva Red Básica de Emplazamiento de Parques del Consorcio mediante **herramientas de Análisis de Redes (Network Analyst).**

Mediante estas herramientas tecnológicas **se seleccionaron las mejores ubicaciones para la construcción de los nuevos parques de bomberos del Consorcio Provincial, siguiendo el criterio de garantizar la maximización de la cobertura**

La coordinación entre los diferentes cuerpos de seguridad y protección civil es efectiva, existe un **Consejo provincial de seguridad ciudadana** y una comisión mixta provincial de coordinación de la seguridad privada.

La **Unidad Central de Participación Ciudadana de la Policía Nacional pone en marcha en todas las temporadas turísticas el Plan Turismo Seguro** con el "*principal objetivo incrementar de forma permanente la seguridad ciudadana en las zonas turísticas y proporcionar un entorno más seguro al turista. Igualmente, pretende apoyar y contribuir activamente a las actuaciones en el sector por el Gobierno de España y por las Administraciones Autonómica y Local; además, pretende favorecer al sector turístico español y cooperar en el logro de un mayor grado de competitividad, así como cooperar entre todas las instituciones públicas y privadas que intervienen en el sector turístico".*

El Plan de turismo **seguro está activo en la Costa del Sol todo el año con refuerzos durante la época estival**. Su misión es reforzar la seguridad en las zonas turísticas y proporcionar un entorno más seguro al turista durante su estancia.

La Costa del Sol también dispone del **Servicio de Atención al Turista extranjero (SATE)** *"La Secretaría de Estado de Seguridad, a través de las Delegaciones del Gobierno impulsarán, junto con las Administraciones Locales de aquellas localidades que reciben un gran número de turistas, la creación de oficinas de Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE), para ofrecerles una asistencia personalizada, tras ser víctima de cualquier infracción penal, a través de un equipo de expertos policiales e informadores intérpretes en su propio idioma.*

En la provincia de Málaga **hay 4 oficinas de SATE que refuerzan su actividad en verano**. Este servicio va más allá de la estricta labor policial centrándose también en las dudas y atenciones que puede necesitar un turista.

Imagen: SATE Marbella. Fuente: Marbella.es

Otros datos de interés: hay una cátedra de emergencias en la Universidad de Málaga, hay un **Consorcio provincial de bomberos** y una Escuela **provincial de extinción de incendios**.

Salud y asistencia sanitaria

En la Costa del Sol se cumple con la legislación en materia de salud, consumo y asistencia sanitaria, y se prestan los servicios públicos relativos a la salud de forma adecuada tanto a los residentes como a los turistas que visitan la región.

Los centros de salud de la Costa del Sol son competencia del Gobierno Autonómico, a través del **Servicio Andaluz de Salud,** perteneciente a la Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía. Existe un Distrito de Atención Primaria de Costa del Sol, que cuenta con un total de 21 centros en 2019, teniendo cobertura todos los municipios integrantes del Destino DTI Costa del Sol.

	Tipo de centro de Atención Primaria. Año 2019		
	Centro de salud	Consultorio local	TOTAL
Benalmádena	2	1	3
Casares	-	1	1
Estepona	2	1	3
Fuengirola	2	-	2
Manilva	-	2	2
Marbella	3	2	5
Mijas	1	2	3
Torremolinos	2	-	2
	12	9	21

Fuente: Consejería de Salud y Familias. Sistema de Información de Atención Primaria (SIAP)

El destino cuenta con la **Agencia pública empresarial sanitaria Costa del Sol**, organización sanitaria pública que pertenece al Sistema Sanitario Público de la Junta de Andalucía. La Agencia Sanitaria Costa del Sol abarca tres Centros:

- Hospital de Especialidades: Hospital Costa del Sol, ubicado en Marbella
- Hospital de Alta Resolución: HAR de Benalmádena, ubicado en Benalmádena
- Centro de Alta Resolución de Especialidades, CARE de Mijas, ubicado en Mijas Costa

La Costa del Sol cuenta a su vez con una importante dotación de clínicas y hospitales privados que se caracterizan por la excelencia en la prestación de sus servicios.

Los **complejos hospitalarios privados** ubicados en la región son los siguientes:

- Hospital Quirón de Marbella. Hospital de referencia de la provincia. La asistencia es multilingüe y cuenta con más de 500 profesionales y con la tecnología médica más avanzada.
- Hospital Vithas Xanit Internacional de Benalmádena. Cuenta con un equipo de reconocimiento internacional. Se hablan 16 idiomas.
- Hospiten Estepona pertenece a un grupo de hospitales presente en varios países.
- Hospital Santa Elena en Torremolinos

En definitiva, el destino cuenta con dos hospitales públicos y tres privados que ponen a disposición de la ciudadanía y los turistas cerca de 830 camas. Además del Centro de Alta Resolución.

Camas en Centros de Atención especializada			
	Hospitales públicos	Hospitales privados	TOTAL
Benalmádena	19	148	167
Casares	0	0	0
Estepona	0	84	84
Fuengirola	0	0	0
Manilva	0	0	0
Marbella	366	115	481
Mijas	0	0	0
Torremolinos	0	92	92
Total	**385**	**439**	**824**

Fuente: Consejería de Salud

En cuanto al personal sanitario, no se dispone de información estadística oficial desagregada por hospitales, lo que si se dispone es del personal sanitario extraído del Boletín Estadístico del personal al servicio de las Administraciones Públicas de enero de 2020. Así la provincia de Málaga tiene 12.200 profesionales sanitarios (médicos, enfermeros, auxiliares, …) en los hospitales públicos. Por tanto, la asistencia sanitaria al turista está garantizada en la Costa del Sol a través del Sistema Nacional de Salud y la sanidad privada.

9 ANÁLISIS DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

El siguiente paso realizado, ha sido la determinación de los riesgos y oportunidades más importantes que pueden afectar a la gestión del Destino Turístico Inteligente Costa del Sol Occidental, y que siguiendo con la propia normativa es necesario tratar con el fin de asegurar que el SGDTI pueda lograr sus resultados previstos; prevenir o reducir los efectos no deseados; lograr la mejora continua; y fomentar y potenciar las oportunidades.

Dicho análisis se ha realizado en los cinco ejes siguiendo la metodología de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, y que a partir de dicho diagnóstico se podrá diseñar los objetivos estratégicos de forma eficiente.

9.1 DAFO GOBERNANZA

Debilidades

- Mejorar la relación técnica en el destino, a través de la Smart Office Costa del Sol Occidental, Destino Turístico Inteligente
- Mejorar las relaciones entre las Areas de Diputación y las Areas de Turismo de los Ayuntamientos
- Baja visibilidad a nivel empresarial del proyecto Costa del Sol Occidental, Destino Turístico Inteligente

Amenazas

- Dependencia de los resultados electorales
- Trabajar en marcas individuales, en vez de potenciar la marca Costa del Sol
- Desarrollo de la actividad turística Post Covid

Fortalezas

- Coordinación de responsables institucionales y empresariales, pública-privada, a través del Foro Málaga-Costa del Sol
- Coordinación técnica a través de los Grupos de Trabajo con los Ayuntamientos y con la Diputación
- Experiencia en la gestión de calidad en los procedimientos de Turismo y Planificación Costa del Sol

Oportunidades

- Coordinación integral de todas las intituciones implicadas en el desarrollo de la Costa del Sol Occidental
- Creación de una red de Oficinas de Turismo que mejoren la gestión integral del destino
- Potenciar el Sistema de Inteligencia Turística a los ejes de la metodología de Destino Turístico Inteligente

9.2 DAFO INNOVACIÓN

Debilidades

- Necesidad de mejora en la coordinación de proyectos para la innovación de productos y destinos
- Necesidad de realizar un plan de I+D+i interno para la Costa del Sol Occidental
- Necesidad de cooperación entre productos turísticos que presenten innovaciones

Amenazas

- Perder competitividad debido por no estar a vanguardia de la innovación en productos y en el destino
- Pérdida de competitividad por no disponer de herramientas innovadores que aporten información sobre cargas, saturación del Destino o similares

Fortalezas

- Madurez de los agentes turísticos en su visión de mejora de los procesos para la innnovación de empresas y municipios
- Sistema de herramientas de e-marketing en Turismo y Planificación Costa del Sol
- Sistema formativo relacionado con el turismo, tanto a nivel universitario como profesional

Oportunidades

- Presentar proyectos conjuntos e integrales de innovación turística para la mejora de la competitividad que permitan obtener cofinanciación pública europea y nacional
- Diversificación motivacional debido a las mejoras de las innovaciones en los segmentos turísticos

9.3 DAFO TECNOLOGÍA

Debilidades

- Escasa relación de las empresas y destino en su conjunto con los turistas una vez que han terminado su viaje
- Existencia de múltiples webs sobre el destino sin una coordinación e integración de la información de forma eficiente
- Deficiente infraestructura sensórica que apoye una mayor sostenibilidad ambiental

Amenazas

- Dispersión de la marca fuerza "Costa del Sol" debido a la aparición de nuevas marcas que atomizan el destino
- Problemática en la puesta en marcha de espacios públicos con oferta de wifi gratuito

Fortalezas

- Herramientas de gestión del marketing on line, que posibiita nuevas estrategias de promoción y de comercialización
- Apuesta decidida por las iniciativas Smarts, tanto de ciudades como turística a nivel integral, que favorece la implantación de este proyecto
- Desarrollo de un sistema de Inteligencia Turística basado en la tecnología Big Data

Oportunidades

- Trabajo en red de las Oficinas de Turismo de los municipios de la Costa del Sol Occidental
- Aplicación tecnológica en la vigilancia urbana que ofrezca la imagen de uno de los destinos más seguros a nivel internacional
- Menor dependiencia de OTA`s por la potenciación de los sistemas de reservas on line a nivel empresarial o local

9.4 DAFO ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

Debilidades

- Deficiencias en webs locales y empresariales relacionadas con personas con necesidades especiales
- Necesidad de mejorar la concienciación sobre la ejecución de infraestructuras relacionadas con la accesibilidad universal
- Adecuación de empresas de servicios turísicos a las directrices de productos accesibles

Amenazas

- Pérdida de competitividad en la cuota de mercado de personas con diversidad funcional y de turistas seniors

Fortalezas

- Destino adecuado, sobre todo en tempoara baja, para el target del turismo senior europeo
- Existencia de planes de accesibilidad en destinos
- Adecuación de los proyectos futuros a las necesidades de personas con diversidad funcional

Oportunidades

- Coordinación municipal para ofrecer el mayor espacio de accesibilidad universal, relacionado con la senda litoral, de Europa
- Ofrecer productos integrales y accesibles en temporada baja para romper la estacionalidad

9.5 DAFO SOSTENIBILIDAD

Debilidades

- Falta de concienciación de la importancia del turismo para la población local, independientemente que no trabaje en una empresa turística
- Necesidad de integración de la información relacionada con la sostenibilidad ambiental, social y económica en un único documento o página web
- Necesidad de una mayor cultura de sostenibilidad en las empresas y destinos turísticos como factor clave en la competitividad futura
- Poca percepción de la importancia de mejorar en los proyectos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa

Amenazas

- Concentración excesiva de la demanda en los meses de temporada alta, incidiendo en la estacionalidad
- Posible deterioro de recursos de uso público por la masificación turística
- Desincentivación de las empresas acogidas al Sistema Integral de Calidad Turística en Destino

Fortalezas

- Gran porcentaje del territorio de la Provincia de Málaga blindado de construcciones por distintas formas de protección ambiental
- Gran oferta de recursos patrimoniales y naturales en los municpios de la Costa del Sol
- Concienciación en la importancia de las herramientas de calidad turística: Sicted, Q, Destinos Turísticos Inteligentes, UNE, ...

Oportunidades

- Campaña de información de los logros en la gestión ambiental que mejore la percepción de la población a intensificar las acciones de protección
- Mejorar la competitividad del destino haciendo más eficiente la gestión del mismo mediante la coordinación entre los agentes turísticos
- Potenciación del turismo de ocio, playa y cultura, como elementos básicos de la demanda de alto poder adquisitivo

10 OBJETIVOS DEL DTI

Los objetivos estratégicos del Plan Director son los siguientes:

10.1 OBJETIVOS DEL EJE DE GOBERNANZA

La gestión de la gobernanza en un destino turístico inteligente es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos. Los mismos que ponen el foco de la planificación, no sólo en el turista, sino también en el bienestar del residente y la convivencia entre ambos, y en entender la gestión turística en coordinación con el resto de las áreas del destino.

Para el desarrollo de la gobernanza en el DTI Costa del Sol se han considerado los siguientes aspectos:

- **Visión estratégica e implementación**: garantizar el desarrollo futuro de la actividad turística dotando a los gestores de las herramientas de planificación necesarias y de los recursos que garanticen su puesta en marcha.
- **Gestión eficiente**: alcanzar los objetivos planteados optimizando los recursos disponibles y sistematizando los procesos.
- **Gestión transparente, abierta y participativa**: garantizar la participación de la ciudadanía y del sector en las decisiones turísticas, así como coordinarse con otros departamentos, organismos y administraciones y hacerlo con la debida transparencia.
- **Gestión responsable y controlada**: garantizar el conocimiento necesario para la planificación y la gestión de riesgos en el destino, así como la medición de los resultados en las acciones realizadas y su concordancia con los objetivos planteados.

Por ello, planteamos a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Gobernanza para los próximos años:

GOBERNANZA	
Objetivos	**Descripción**
GOB.1	Reforzar de la imagen de marca Costa del Sol
GOB.2	Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas
GOB.3	Dar visibilidad del Proyecto Costa del Sol DTI y sus componentes
GOB.4	Optimizar las Oficinas de turismo y sus recursos
GOB.5	Potenciar el análisis y conocimiento de la realidad del Destino: Desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística CDS
GOB.6	Mejorar la satisfacción del turista y de los residentes del destino

Y, a continuación, se detallan estos objetivos:

GOB.1 Reforzar la imagen de marca Costa del Sol

El posicionamiento de la marca Costa del Sol y su tratamiento gráfico son excelentes, sin embargo, se ha de

- Integrar elementos comunes de la marca Costa del Sol en los diferentes soportes que utilicen los destinos integrantes del DTI.
- Potenciar el posicionamiento de la Marca a través de Campañas de comunicación, Acciones diversas con medios de comunicación, Patrocinios.

GOB.2 Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas

Aunque la coordinación público-privada y público-público en materia de turismo está bien estructurada en el Destino, se debe reforzar y ampliar lo más posible la coordinación que brinde la oportunidad de compartir iniciativas y proyectos puestos en marcha entre las distintas partes interesadas del destino y se pueda realizar una revisión y analizar el estado de ejecución de este Plan Director.

Actualmente existen las siguientes mesas de coordinación:

- **Grupo de Trabajo de Diputación** Presidencia de Diputación, Delegación Oficina de Atención a los alcaldes, Delegación de Desarrollo Económico (Sabor a Málaga y Málaga de Mod, Delegación de Empleo y Formación, Delegación de Fomento e Infraestructuras, Delegación de Desarrollo Tecnológico y Recursos Europeos Delegación de Medio

GOB.2 Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas

Ambiente, Turismo Interior y Cambio Climático, Delegación de Seguridad y Emergencias (protección, residuos y agua)

- **Grupo de Trabajo Municipios**: al menos asistirán los responsables de las áreas de turismo de los municipios que forman parte del destino, incluyendo a la mancomunidad de municipios de la Costa del Sol Occidental
- **Mesa Comisión Permanente del Foro de Turismo**: que estará representada por el sector turístico en el que participarán los miembros de la Comisión Permanente de Turismo y Planificación Costa del Sol
- Se articularán mecanismos de consultas a la comunidad local del destino.

En la medida de lo posible se deberán ampliar las mesas de debate e integrar a más partes interesadas y ampliar al resto de la Provincia.

GOB.3 Dar Visibilidad del Proyecto Costa del Sol DTI y sus componentes

Dada la envergadura del proyecto y la innovación que supondrá para el destino, se debe dar de una gran visibilidad al mismo en todos los Foros posibles y que tenga la mayor repercusión posible su puesta en marcha.

De como un destino supramunicipal implanta un sistema basado en los cinco ejes para mejorar su competitividad.

Además, se incorporará en la web del Turismo y Planificación Costal del Sol, en una sección propia para el DTI, en la que se recoja ordenadamente todos los documentos, programas y acciones del DTI.

GOB.4 Optimizar las Oficinas de turismo y sus recursos

Garantizar la prestación de los servicios de atención turística de forma coordinada, con unos mínimos estándares de calidad en las infraestructuras y la prestación del servicio del destino. Por ello, se canalizarán recomendaciones genéricas a las oficinas del Destino DTI Costa del Sol con objeto de mejorar el servicio de atención al turista, se llevarán a cabo a través de las siguientes líneas de actuación

- **Coordinación y comunicación**: dar continuidad a los canales de información establecidos por el ente gestor con las y los responsables de las diferentes oficinas de turismo en el destino, para coordinar acciones de formación y/o comunicación.

GOB.4 Optimizar las Oficinas de turismo y sus recursos

- **Formación**: desarrollo de programas formativos específicos alineados con las necesidades y objetivos de los destinos turísticos inteligentes (gestión de datos, planificación estratégica, tecnologías aplicadas al turismo, accesibilidad, sostenibilidad…), en la medida de lo posible, incluir en los planes formativos del ente gestor para el conjunto de personal responsable de turismo en los destinos.

- **Información integrada y homogénea**: continuar con las acciones de familiarización del personal de las oficinas de turismo con otros territorios, productos y recursos turísticos, con el fin de que puedan conocer con detalle la oferta turística de otros municipios y contribuir a la información correcta en caso necesario. El objetivo es que todos/as los/las informadores/as turísticos/as estén preparado/as para ofrecer información del conjunto de destinos de la Costa del Sol.

- **Imagen**: se consensuará la posibilidad de elaborar un distintivo unificador que identifique, físicamente, a las distintas oficinas como parte de una red de oficinas territoriales, bajo la imagen paraguas de Costa del Sol, que contribuya a ofrecer una imagen de integridad de destino beneficiando al destino.

- **Material promocional**: fomentar el intercambio de material promocional entre los municipios del destino y aprovechar la información desarrollada por TYPCDS. También fomentar folletos más accesibles para todos, en soportes impresos, fomento de materiales reciclados, fomentar la inclusión de elementos de lectura virtual como QR que mejoren la trazabilidad, facilitar la visualización online y descarga, propiciar y facilitar un alineamiento con la estrategia de *branding* y con la estrategia de marketing en términos de producto, mercados y segmentos objetivo.

- **Tecnologías**: Impulsar la dotación de soportes tecnológicos en el espacio de la oficina, zonas de conexión, zonas de descarga donde se encuentre el material promocional, fomentar la interacción con el turista mediante elementos tecnológicos minimizando las superficies de contacto.

- **Accesibilidad:** Impulsar la mejora de las condiciones de accesibilidad en el conjunto de oficinas

GOB.5 Potenciar el análisis y conocimiento de la realidad del Destino: Desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística CDS

Incrementar el nivel de inteligencia competitiva del destino Costa del Sol para conseguir que la labor del ente gestor, así como la de empresarios y responsable públicos, se siga llevando a cabo con la máxima información posible y para que, de esta manera, sus decisiones sean lo

más eficiente posibles con el objetivo conseguir la mejora de la competitividad turística de la Costa del Sol. Siendo los objetivos de esta:

- Articular el mayor centro de inteligencia turística de un destino a nivel nacional
- Mejorar la oferta de estudios e informes para optimizar la información que necesitan los responsables de las administraciones públicas y empresas turísticas
- Difundir los estudios por el sector turístico malagueño (tanto público como privado)
- Mejora de la eficiencia de las decisiones de responsables del sector público y privado debido al conocimiento obtenido al respecto

Implementar **el desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística (Big Data)** para una mejor explotación de los datos.

GOB.6. Mejorar la satisfacción del turista y del residente en el destino
El destino - Articulará mecanismos para medir la satisfacción del turista - Establecerá mecanismos de evaluación y seguimiento del grado de satisfacción del turista - Articulará mecanismos para medir la satisfacción del residente y la valoración del mismo en relación a la actividad turística en el destino

10.2 OBJETIVOS DEL EJE DE INNOVACIÓN

La innovación es entendida como la introducción o mejora de nuevos servicios, procesos, métodos de comercialización o de organización en las prácticas internas del Ente gestor del Destino y en su relación externa con sus residentes y turistas con el objetivo de mejorar el beneficio que les aportan y su competitividad.

En este eje se plantean los objetivos para alcanzar el desempeño innovador del destino Costa del Sol en términos de:

- procesos de gestión interna
- producto y servicios turísticos
- comercialización y marketing y
- la innovación aplicada a la capacitación

Por eso, el DTI Costa del Sol tiene el compromiso de integrar el concepto de innovación en todos los procesos para contribuir a un desarrollo más sostenible que incluya a la ciudadanía y al territorio en el que se produce la actividad turística.

Por ello, se establecen a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Innovación para los próximos años:

Área de Innovación	
Objetivos	**Descripción**
INN.1.	Potenciar el grupo de trabajo de gestión de la innovación
INN.2	Fomentar el sistema colaborativo de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras
INN.3	Elaborar un plan de acción de I+D+i específico en Innovación Turística
INN.4	Promover la implantación de nuevas herramientas de vigilancia tecnológica, previsión tecnológica y creatividad
INN.5.	Identificación de nuevos espacios infrautilizados con fines turísticos, potenciar productos turísticos ya trabajados y poner en valor nuevos productos / experiencias / servicios innovadores en el destino
INN.6	Identificar e impulsar nuevas formas de movilidad en el Destino que faciliten los desplazamientos inter e intramunicipales
INN.7	Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing.
INN.8.	Fomentar la formación en innovación dentro del sector turístico del Destino
INN.9	Fomentar la innovación colaborativa, mediante colaboración público-privada y público -público con el foco puesto en Turismo
INN.10.	Apostar por el desarrollo de productos y empresas turísticas innovadoras que diversifiquen la oferta motivacional y orientado a nuevos mercados
INN.11.	Impulsar la búsqueda de planes y programas para captar fondos europeos para la propuesta de proyectos de innovación para el destino

Y, a continuación, se detallan estos objetivos:

INN.1. Potenciar el grupo de trabajo de gestión de la innovación

Las líneas a desarrollar son:

- Aunar fuerzas y buscar sinergias en la detección de problemas y en la identificación de oportunidades, resueltas a través de procesos de innovación (aplicables a todo el sector turístico).
- Mejorar los procesos de reflexión programados (periódicos) para promover nuevas ideas para el desarrollo de productos, servicios y/ o procesos futuros.
- Promover la monitorización de la innovación en el territorio
- Mejorar la difusión de oportunidades de innovación en el DTI de forma sistemática.
- Mejorar la planificación, seguimiento y control de acciones de innovación
- El impulso firme de la vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, trasladada al sector privado, así como el fomento de la creatividad en el sector.

INN.2. Fomentar el sistema colaborativo de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras

La finalidad del sistema de análisis de problemas para la selección de ideas o soluciones innovadoras que sea colaborativo es identificar las dificultades o hándicaps que presenta el destino y tratar de que no se conviertan en amenazas.

Por ello, se impulsará el sistema colaborativo en el que entren en juego y tomen parte tanto Ayuntamientos, como el sector privado (actores turísticos del sector empresarial, asociaciones y otras organizaciones que tengan conocimiento en la temática), así como universidades, pudiéndose abrir incluso a la ciudadanía (y turistas).

Para ello, se deberán potenciar las siguientes líneas de actuaciones:

- Identificación de los problemas o debilidades que presenta la gestión del destino, en temas de innovación, de trabas a la puesta en marcha de modelos de negocio que permitan aprovechar las oportunidades, etc.
- Identificar las potencialidades que ofrece el destino para convertirlo en oportunidades para el DTI, susceptibles de ser explotadas, en términos de innovación, con ayuda de la información aportada por los Ayuntamientos.
- Búsqueda y explotación colaborativa, por parte de todos los actores, de fuentes de información vinculadas a la innovación con la finalidad de hacer de Costa del Sol un destino competitivo, siempre a la vanguardia.
- El apoyo de la Universidad. Contar con las aportaciones académicas y científicas, así como posible desarrollo de proyectos e ideas que, desde las universidades, se estén desarrollando. Ofrecer todo el territorio de Costa del Sol como laboratorio ciudadano de proyectos innovadores.

INN.3. Elaborar un plan de acción de I+D+i específico en Innovación Turística

- Trasladar las innovaciones e intercambio de información entre municipios, para posibilitar la réplica de aquellas tecnologías o proyectos que tengan éxito en ayuntamientos concretos.
- Impulsar la transferencia de conocimiento Universidad – Empresa y hacia la Administración (potenciación de transferencia de experiencia sector privado - organismos públicos).
- Acceso a bases de datos especializadas en:
    - Convocatorias nacionales, autonómicas y europeas de programas de financiación para la I+D+i.
    - Patentes.
    - Publicaciones científicas.
    - Investigaciones académicas.
- Incorporar un sistema de alertas que provean un servicio personalizado sobre aspectos concretos de un sector o temática.
- Incorporar herramientas colaborativas para la gestión de proyectos, que den soporte para el trabajo en red.
- Implantar software de vigilancia tecnológica / inteligencia competitiva, con especial preferencia por herramientas *open source*.

INN.4. Promover la implantación de nuevas herramientas de vigilancia tecnológica, previsión tecnológica y creatividad

El destino utilizará la **Vigilancia tecnológica** como una de las herramientas de mejora de la innovación. Para ello, establecerá y definirá de manera sistemática la captura, el análisis, la difusión y la explotación de las informaciones científica o técnicas útiles para el destino. Y alertará sobre las innovaciones que se produzcan susceptibles de crear una amenaza o oportunidad.

El Destino utilizará la **Previsión Tecnológica** como base de la mejora de la innovación, en el que se promueva la reflexión para detectar nuevas ideas para el desarrollo de nuevos productos, servicios o procedimientos innovadores para el destino.

El Destino utilizará el **fomento de la creatividad de forma sistemática** para ello contará con perfiles motivadores y orientadores, además de formadores en temas de creatividad.

INN.5. Identificar nuevos espacios infrautilizados con fines turísticos, potenciar productos turísticos ya trabajados y poner en valor nuevos productos / experiencias / servicios innovadores en el destino

Existen espacios infravalorados e infrautilizados en los destinos turísticos que son dignos de poner en valor y disfrutar para su aprovechamiento por parte del visitante (y ciudadano). En el territorio de Costa del Sol, aunque se ha hecho una labor interesante en esta línea, aún existen multitud de espacios municipales que son susceptibles de valorar para su puesta a disposición como recurso turístico. Por ello, se incluye este objetivo en el Plan Director del Destino.

- Se impulsará la Gestión de espacios culturales/turísticos por todos los entes del Destino e impulsará la puesta en marcha de nuevos productos turísticos asociados a espacios de elevado potencial.
- Se potenciará la creación nuevos productos turísticos y trabajar más aquellos ya planteados, pero no consolidados, es otra de las tareas a llevar a cabo. A modo de ejemplo se identificarán nuevos deportes acuáticos no explotados en el destino, otros deportes populares en crecimiento (*trails*, carreras, etc.), fomento del turismo submarino, potenciación del turismo ecuestre, …
- Se identificarán y en la medida de lo posible, se pondrán en valor, el patrimonio histórico de interés cultural sin uso turístico actual.
- Se identificarán y en la medida de lo posible, se pondrán en valor, el patrimonio arqueológico y cultural -tradiciones-que no está dotado del suficiente impulso y promoción por parte del destino.
- Se identificarán y en la medida de lo posible, se pondrán en valor, nuevas rutas potenciales y optimizar la comercialización de las actuales.

INN.6. Identificar e impulsar nuevas formas de movilidad en el Destino que faciliten los desplazamientos inter e intramunicipales

La movilidad en el destino se caracteriza fundamentalmente por el uso del vehículo privado, de uso particular. Para evitar el uso masificado del vehículo particular, resulta necesario trabajar la movilidad en destino.

La movilidad es uno de los principales causantes de que un destino triunfe o sea un caos, y ya no sólo en el transporte. La movilidad, cada vez más, configura y condiciona la ordenación de las ciudades, de los destinos turísticos, da forma a las urbes. En esta línea, la planificación es básica a la hora de ordenar el territorio y su movilidad.

- Se identificará e impulsará nuevas formas de movilidad, a través de una mesa de movilidad sostenible intermunicipal que ayude a impulsar nuevas formas, mecanismos, métodos y modelos en el territorio Costa del Sol.

INN.6. Identificar e impulsar nuevas formas de movilidad en el Destino que faciliten los desplazamientos inter e intramunicipales

- Fomentar la movilidad personal: VMP (Vehículos de Movilidad Personal) con ordenanzas que controlen su utilización, estacionamiento y gestión para los municipios en el destino.
- Impulsar los sistemas de transporte compartido
- Potenciar la creación de nuevas rutas y senderos, no sólo de ámbito deportivo, sino que favorezcan los desplazamientos a pie (como la Senda Litoral).
- Impulsar campañas para que los turistas se desplacen andando, con la puesta en marcha de productos como Smart Routes, desarrollado por TyPCdS, que permite optimizar y diseñar rutas turísticas en un municipio.
- Potenciar la bicicleta mediante el impulso de sistemas de préstamo de bicis compartido entre municipios y la creación de nuevos carriles-bici o espacios amables para con el ciclista. La colocación de aparca-bicis en zonas clave y campañas de concienciación ambiental que giren en torno al uso de la bicicleta.
- Impulsar la electromovilidad**,** con una red de recarga densa, potente y rápida de recarga eléctrica.

INN.7. Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing.

El Destino centra las acciones en la comercialización de productos turísticos mediante una potente inversión en campañas de promoción, difusión y nuevas acciones de marketing. Todo ello, representa una parte importante del esfuerzo en marketing digital u online. Para seguir siendo un destino innovador se impulsará nuevas formas de comercialización

- Mejorar la agenda de eventos públicos y privados del territorio Costa del Sol.
- Incrementar los Programas de fidelización segmentados, de modo que se dirijan a los diversos perfiles que visitan Costa del Sol: turismo familiar y de parejas, de lujo, deportivo, VITA, etc. (el viajero de negocios puede ser un nicho de gran interés, por su capacidad para diversificar el gasto).
- Potenciar los *newsletters* adaptado a las búsquedas de contenidos y el CRM en el destino (gestor de clientes/visitantes)
- Incorporar asistentes virtuales de viaje y *chatbots*.
- Iniciar campañas de *branded content* o contenido patrocinado, con la creación de vídeos o desarrollos multimedia para asociar la marca Costa del Sol a ciertos valores, productos o servicios.
- Incorporar tecnologías destinadas a optimizar la **interacción con el turista** en el destino, sirviendo a la vez como canal de venta, que permita aumentar la cuota de mercado y, al tiempo, mejorar el conocimiento sobre los hábitos y consumo de los visitantes. *Inbound marketing.*
    - Realidad Aumentada / Realidad Virtual

INN.7. Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing.

  - Escaparates Virtuales (+ tours virtuales, 360º)
- Incorporar el *geomarketing*, técnicas como el *geofencing* o geocercado

INN.8. Fomentar la formación en innovación dentro del sector turístico del Destino

Desde el destino se fomentará la formación en innovación en el DTI Costa del Sol orientada a los entes públicos que están en el destino como (TyPCdS, Diputación, Municipios de la Costa del Sol) y al sector privado.

- Se continuará impulsando la formación en innovación en el emprendimiento.
- Fomentar cursos para la gestión innovadora de empresas turísticas, orientada a hoteleros, hosteleros, restauradores y otros gremios.
- Formación en herramientas que ayuden a la transformación digital de la Administración y negocios, principalmente orientada a gestores y a nivel usuario, con el fin de dotar del conocimiento oportuno para aprovechar los desarrollos y aplicaciones que existen actualmente para facilitar procesos y mejorar la gestión.
- Diseñar programas formativos con un enfoque dirigido a la mejora de la creatividad o que ayuden a implantar métodos innovadores. Se debe priorizar el uso de metodologías de aprendizaje que apuesten por la aportación de nuevas ideas, la reflexión conjunta, el trabajo de esta creatividad y el trabajo colaborativo.
- Definir un programa formativo de co-creación o creación colaborativa para desempeñar acciones posteriormente en este sentido en el destino.

INN.9. Fomentar la innovación colaborativa, mediante colaboración público-privada y público-público con el foco puesto en Turismo

El Destino DTI Costa del Sol:

- Impulsará un programa de innovación colaborativa en las entidades en el destino que dé a conocer las posibilidades que ofrece la innovación colaborativa en la gestión empresarial y, por ende, en Costa del Sol. Con esto, se dotará a los trabajadores de las competencias necesarias para introducir la innovación en las organizaciones o empresas turísticas.
- Captar a agentes públicos y privados en la gestión innovadora del destino, que les permita usar esa innovación en la búsqueda de soluciones y el aprovechamiento de oportunidades, haciendo posible el arranque de procedimientos de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, fomentando las nuevas ideas y la creatividad.

INN.9. Fomentar la innovación colaborativa, mediante colaboración público-privada y público-público con el foco puesto en Turismo

- Creación de una red innovadora, plataforma, asociación o instrumento similar común a todos los municipios en el que estén representados tanto las empresas turísticas, como los proveedores de tecnología y administración local para llevar a cabo la identificación de necesidades, puesta en marcha de herramientas colaborativas y el desarrollo de proyectos innovadores que den respuesta a esas necesidades.

INN.10. Apostar por el desarrollo de productos y empresas turísticas innovadoras que diversifiquen la oferta motivacional y orientado a nuevos mercados

El emprendimiento es uno de los puntos fuertes del destino, pero además la actividad emprendedora turística. Mantener el nivel y no dejar escapar la oportunidad de seguir posicionado como referente nacional en materia de innovación y emprendimiento en turismo es una obligación.

- Seguir fomentando el emprendimiento mediante diversas actividades, además de formaciones transversales y otras específicas, entre otros, por medio de concursos o premios de emprendimiento (e ideas), pudiendo pasar a escala internacional en el que se inviten, tanto a empresas locales -y nacionales- como aquellas de países extranjeros, atrayendo potencial y talento internacional.
- Continuar potenciando el trabajo desarrollado en Productos y Empresas Turísticas, como, por ejemplo:
  - Senda Azul
  - Ruta del vino de Ronda y Málaga
  - Programa de aceleradora de Empresas "Costa del sol Tourism Hub
  - Premio a la iniciativa turística emprendedora
  - Programa de impulso de experiencias turísticas innovadoras
- Potenciar la colaboración con "Andalucía Lab" (Marbella) y otros organismos existentes en los municipios del destino.
- Impulsar la búsqueda de nuevos productos y/o servicios que amplíen la oferta motivacional del destino, así como captar nuevos mercados estratégicos.

INN.11. Impulsar la búsqueda de planes y programas para captar fondos europeos para la propuesta de proyectos de innovación para el destino

En la Costa del Sol ya se utilizan fondos europeos para la realización de proyectos, pero muchos de ellos no están centrados en innovación. Resulta clave la realización de una búsqueda de planes y programas a los que acogerse como destino para captarlos.

Por ello, se ha de impulsar la búsqueda de programas y/o planes para captar fondos en innovación del destino por lo que:

- Se concienciará a los técnicos de las posibilidades de planes
- Se pondrá en marcha un trabajo para la observación, identificación y seguimiento de fondos relacionados con la innovación a todas las escalas (europea, nacional, regional) y tanto para organismos públicos y privados, Y los programas Europeos sobre los que se seguirá serán
    - LIFE y otros programas centrados en la mejora y conservación del entorno y la biodiversidad (terrestre y marítima)
    - INTERREG (SUDOE, MED, POCTEFEX, EUROPE)
    - H2020 (en extinción, ahora "HORIZONTE EUROPA")
    - Otros: FEDER (EDUSI, ya en desarrollo, y otras).

10.3 OBJETIVOS DEL EJE DE TECNOLOGÍA

La complejidad del escenario tecnológico está marcada por la diversidad y la rápida evolución de las tecnologías. Éstas tienen un papel destacado en el sector turístico, tanto desde el punto de vista de la gestión del destino, como desde el punto de vista del consumidor y usuario de servicios y productos turísticos.

El impacto de las nuevas tecnologías en los hábitos turísticos tiene que ver con variables de distinto tipo, por un lado, las que hacen referencia a las pautas de su uso con carácter general y, por otro, a las que afectan al grado de utilidad y su capacidad de respuesta a los requerimientos del turista.

Los objetivos de este eje se planifican en los siguientes ámbitos:

- Tecnologías aplicadas a la gobernanza
- Tecnologías aplicadas al marketing turístico
- Infraestructuras tecnológicas
- Sistema de conocimiento turístico

Teniendo estos puntos en cuenta, se plantean los siguientes objetivos a cumplir en los próximos años dentro de este eje:

TECNOLOGÍA	
Objetivos	**Descripción**
TEC.1	Dotar de herramientas de comunicación al turista antes, durante y después del viaje, incluyendo herramientas de denuncias, quejas y sugerencias común al destino y de comunicación con las partes interesadas del DTI
TEC.2	Impulsar la homogeneización del ecosistema de marcas turísticas, páginas web y aplicaciones turísticas del destino
TEC.3	Impulsar el marketing on line del destino
TEC.4	Impulsar una estrategia de comercialización de los recursos
TEC.5	Promover las infraestructuras de información turística en destino en especial el impulso y la homogeneización de las oficinas de turismo de Costa del Sol
TEC.6	Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas (en especial, señalética Smart en los recursos del destino)
TEC.7	Promover el impulso de infraestructuras de telecomunicaciones, en especial, red Wi-Fi-pública
TEC.8	Promover soluciones tecnológicas sensóricas para una mayor sostenibilidad ambiental
TEC.9	Promover la implantación de soluciones tecnológicas en los sistemas de seguridad tanto de datos personales como de vigilancia urbana
TEC.10	Potenciar la implementación de innovaciones tecnológicas en PYMES turísticas (Inteligencia artificial, realidad aumentada, chatbot, reserva on line, etc.)
TEC.11	Normalizar y consolidar los sistemas de información turísticas actuales

A continuación, se expone el detalle de cada uno de los objetivos anteriores.

TEC.1. Dotar de herramientas de comunicación al turista antes, durante y después del viaje, incluyendo herramientas de denuncias, quejas y sugerencias común al destino y de comunicación con las partes interesadas del DTI

Promover y planificar, con las partes interesadas, la implantación de nuevas herramientas o soluciones tecnológicas en el destino para facilitar el acceso a la información y la comunicación con el turista antes, durante y después de la visita al destino.

- Impulsar herramientas de comunicación con las partes interesadas.
- Impulsar la incorporación de una herramienta que permita trasladar quejas y sugerencias a todas las instituciones involucradas en el destino, estableciendo un protocolo común que permita establecer tiempos máximos de respuesta a estas peticiones.

TEC.1. Dotar de herramientas de comunicación al turista antes, durante y después del viaje, incluyendo herramientas de denuncias, quejas y sugerencias común al destino y de comunicación con las partes interesadas del DTI

- Impulsar la incorporación de un sistema de gestión de denuncias on-line, o alertCops, en el Sistema de gestión de Destino.

TEC.2. Impulsar la homogeneización del ecosistema de marcas turísticas, páginas web y aplicaciones turísticas del destino

El portal de referencia de la promoción turística de la Costa del Sol es Sistema de Gestión de Destino www.visitacostadelsol.com, del cual Turismo y Planificación Costa del Sol es responsable de su desarrollo, mantenimiento y alojamiento.

Por otro lado, la Diputación de Málaga cuenta con una sección de turismo en su portal institucional, así como varios portales dedicados a productos turísticos de la provincia, al que en breve se sumará el que se desarrolla dentro del proyecto Smart Costa del Sol.

Por otro lado, casi todos los ayuntamientos cuentan con su propia página web que utilizan su propia marca local con idea de promocionar cada municipio como destino turístico.

Esta situación genera un ecosistema poco homogéneo ya que, aunque cada destino apueste por la diferenciación y tenga su propia estrategia de comunicación, debería existir un nexo común que se refleje en los diferentes portales la pertenencia a un destino supramunicipal, la Costa del Sol, que en muchos casos va a contribuir a mejorar su posicionamiento y a unificar la imagen del destino.

TEC.3. Impulsar el marketing on line del destino

Es necesario seguir trabajando en el *marketing online* del destino para conseguir generar más tráfico web y, por lo tanto, más potenciales turistas, lo que conlleva la mejora de la autoridad SEO. Una línea de trabajo debe ser la mejora de la reputación online en todos sus ámbitos y de forma coordinada con los municipios que integran el destino.

Asimismo, se debe continuar con la labor desarrollada, iniciada hace unos años, y seguir impulsando su transformación digital, que van en esta línea de apuesta por marketing on line y por contenidos digitales, así como la implantación de herramientas que aporten y mejoren la información sobre el turista, sus gustos, o la mejora de los CRM implantados… a través de los proyectos ya puestos en marcha como son, entre otros:

- Social Media Marketing
- ADARA
- Continuar potenciando técnicas de Inbound Marketing
- Continuar con Campañas de comunicación on line

TEC.3. Impulsar el marketing on line del destino

- Potenciar las herramientas de marketing digital
- Creación de una APP que mejore la comunicación con los socios (Digitalización de socios)
- Descongestión
- Decision Making

TEC.4. Impulsar una estrategia de comercialización de los recursos

Es importante mejorar la comercialización de los recursos disponible del destino Costa del Sol. Hoy en día el turista es más independiente y por sí mismo planifica sus viajes, por lo que desde el destino se debe facilitar esa labor al potencial turista.

Por ello, se impulsará una estrategia de comercialización de los recursos del destino. Se plantea estudiar sus costes, contenido, mecanismo de aplicación, así como las fases en las cuales podría desarrollarse.

TEC.5 Promover las infraestructuras de información turística en destino en especial el impulso y la homogeneización de las oficinas de turismo de Costa del Sol

El objetivo es promover el desarrollo de una serie de recursos y herramientas mínimas disponibles para el turista en las oficinas de turismo, independientemente que en cada una de ellas se primen los contenidos de carácter local o específico, como pueden ser:

- Escaparate multimedia con información al visitante las 24 horas los 365 días al año.
- Implantación de red Wi-Fi de acceso gratuito que permita el acceso a información y la descarga de contenidos digitales de forma ágil.
- Pantallas táctiles o tótems en el exterior que permita al visitante consultar información seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina.

TEC.6. Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas (en especial, señalética Smart en los recursos del destino)

El objetivo es aplicar la tecnología necesaria en los destinos con idea de facilitar el acceso a la información de los recursos turísticos de cada destino, como puede ser:

- Digitalizar los recursos turísticos, comenzando por los recursos propios de gestionados por la Diputación de Málaga (como por ejemplo la Senda Litoral) con tecnología de señalética smart que a través de tecnología NFC, beacons, QR o similar,

TEC.6. Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas (en especial, señalética Smart en los recursos del destino)

permita el acceso a la información de los recursos turístico actualmente disponible en las aplicaciones y portales turísticos actuales.

- Incorporar, en una segunda fase, elementos de trazabilidad digital e imagen de marca homogénea en los recursos de los destinos integrantes de la Costa del Sol, con idea de monitorizar y analizar el uso de esta tecnología por la ciudadanía.

TEC.7 Promover el impulso de infraestructuras de telecomunicaciones, en especial, red Wi-Fi pública

Actualmente el proyecto Smart Costa del Sol incluye la puesta en marcha de puntos de acceso a internet, denominado "Wi-Fi social", teniendo como alcance casi todos los municipios del destino Costa del Sol.

El objetivo sería ampliar su extensión a todos los municipios que conforman la Costa del Sol Occidental (incluyendo en especial a sus oficinas de turismo) de forma que no solo se facilite el acceso a las comunicaciones en todos los destinos, sino que además de forme una gran red de puntos de acceso que permita obtener información sobre el movimiento de los turistas en el destino.

TEC.8. Promover soluciones tecnológicas sensóricas para una mayor sostenibilidad ambiental

Para que una región turística, como es el caso de Costa del Sol, sea plenamente inteligente, se necesita implantar una gran red de sensores que favorezcan la calidad de vida de los ciudadanos y mejore la experiencia turística de los visitantes.

El proyecto Smart Costa del Sol está actualmente implantando parte de esa red sensórica de diversa tipología en algunos de los municipios del destino, que puede servir de referencia y punto de origen para definir un destino inteligente.

El objetivo sería implantar esta tecnología a todos los municipios del destino mediante la instalación de los siguientes tipos de sensores:

- Gestión Inteligente del riego
- Sensorización de espacios medioambientales
- Aparcamiento inteligente
- Alumbrado inteligente
- Eficiencia energética en edificios
- Control de afluencia turística

TEC.8. Promover soluciones tecnológicas sensóricas para una mayor sostenibilidad ambiental

La instalación de estos sensores se debería integrar en la plataforma tecnológica del proyecto Smart Costa del Sol con idea de utilizar la inteligencia de negocio y visualizar la información generada en el cuadro de mando de este proyecto.

TEC.9. Promover la implantación de soluciones tecnológicas en los sistemas de seguridad tanto de datos personales como de vigilancia urbana

Los principales puntos que tiene este objetivo en el destino son:

- Diagnosticar el nivel de implantación de los sistemas de vigilancia urbana
- Impulsar y promover la implantación en los municipios que no cuenten con ello
- Impulsar la implantación de un sistema de notificaciones que proporcione alertas a vecinos y turistas en tiempo real ante un eventual riesgo natural, incidencias de tráfico, movilidad o seguridad ciudadana.

En cuanto a la recogida de datos personales de los turistas, se difundirá, dará conocimiento y promoverá las soluciones tecnológicas que existen en el mercado para garantizar la seguridad de los datos personales que sean captados en los distintos dispositivos, instrumentos o plataformas.

TEC.10. Potenciar la implementación de innovaciones tecnológicas en PYMES turísticas (Inteligencia artificial, realidad aumentada, chatbot, reserva on line, etc.)

En el sector turístico, se evidencian cambios cada vez mayores, debido al comportamiento y preferencias de los viajeros, ya que hoy se encuentran más informados y conocen más de los diferentes destinos. Por ello es importante impulsar el uso de las últimas tecnologías aplicadas a las empresas del sector turístico, como pueden ser

- Promover la implantación de nuevas tecnologías aplicadas a las empresas turísticas
- Promover el conocimiento sobre las innovaciones tecnológicas aplicadas al turismo
- Promover la creación de experiencias 360
- Promover que las empresas turísticas incorporen la tecnología y aplicaciones de Internet de las Cosas
- Promover la implantación de chatbot que faciliten el acceso y consulta de la información turística disponible

TEC.11. Normalizar y consolidar los sistemas de información turísticos
La diversidad de portales y aplicaciones destinadas a la promoción del destino Costa del Sol en diferentes plataformas basadas a su vez en diferentes tecnologías, crea un escenario complejo en el que los datos se encuentran dispersos y hay una falta de homogeneización que limita el potencial que esta información podría tener. El objetivo es poder unificar todos los sistemas de información utilizados en estas aplicaciones, realizando las siguientes acciones: - Migración de las aplicaciones a una tecnología unificada - Normalización de la información a un mismo sistema de datos - Consolidación de los datos en un sistema único - Desarrollo de un API que permita modificar estos datos a través de un lenguaje de consulta estándar - Desarrollo de un gestor de contenidos para administrar la información - Migración gradual de los portales actuales a esta nueva plataforma para consolidar y unificar los desarrollos

10.4 OBJETIVOS DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad turística hay que considerarla como una herramienta transversal para la continuidad de la actividad turística a futuro, con todos los estándares de calidad y bienestar tanto para el turista como para el residente.

El Ente gestor a través de los distintos instrumentos que ha tenido a su disposición ha impulsado la gestión turística sostenible y responsable, a través de sus Planes de Marketing y competitividad, así como a través de sus planes anuales. La estrategia turística desarrollada se ha articulado con acciones relacionadas con el marketing y la planificación turística, acciones de apoyo al emprendimiento, al desarrollo económico y empleo, etc. que han favorecido el desarrollo económico del destino, en definitiva, impulsando la actividad local del destino

No obstante, ahora se debe dar un paso más allá y configurar una estrategia territorial de gestión integral de la sostenibilidad turística que incorpore la estrategia y retos ambientales, de sostenibilidad cultural y de sostenibilidad socioeconómica del destino.

Así, el DTI Costa del Sol tiene la sostenibilidad como un compromiso trasversal que debe:

- Ser capaz de contribuir a asegurar la existencia de actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos (oportunidades de empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para los residentes, reducción de la pobreza...).

- Respetar la autenticidad sociocultural, poniendo adecuadamente en valor como recurso y atractivo turístico los activos culturales.
- Realizar un uso óptimo de los recursos ambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica del destino.
- Y conseguir un elevado grado de bienestar social y económico para la población local, sin que repercuta la presión de los flujos turísticos negativamente en el uso de los servicios públicos.
- Favorecer la cohesión territorial del destino

Por ello, planteamos a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Sostenibilidad para los próximos años:

SOSTENIBILIDAD	
Objetivos	**Descripción**
SOS.1	Potenciar la gestión turística basada el impulso la actividad económica local del destino
SOS.2	Difundir y concienciar los logros en sostenibilidad del destino
SOS.3	Crear el Observatorio de Sostenibilidad de la Costa del Sol
SOS.4	Reducir la estacionalidad turística
SOS.5	Mejorar la coordinación y gestión de los atractivos turísticos en el destino
SOS.6	Impulso de la conservación del patrimonio cultural y natural
SOS.7	Fomento del binomio Cultura y turismo
SOS.8	Fomentar de la participación ciudadana en sostenibilidad sociocultural
SOS.9	Impulsar la sostenibilidad medioambiental del destino
SOS.10	Impulsar la Gestión ambiental en las empresas turísticas
SOS.11	Impulsar los sistemas de calidad turística en las empresas del destino
SOS.12	Impulsar la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa en el destino
SOS.13	Potenciar mecanismos de respuesta ante acontecimientos "extraordinarios" (COVID, atentados, desastres naturales)

A continuación, se exponen unas fichas de cada uno de ellos con más detalle

SOS.1. Potenciar la gestión turística basada el impulso la actividad económica local del destino

Se impulsará una gestión que proteja la actividad presente y futura del Destino Turístico Inteligente Costa del Sol, por lo cual se:

- Promoverá actuaciones que permitan mayor empleo y de más calidad, así como impulsará el desarrollo de planes formativos en el destino
- Impulsará la coordinación en materia de seguridad del destino, ya que carece de competencias en este sentido y favorecerá la comunicación entre los distintos entes integrantes del destino
- Impulsará la adaptabilidad de los servicios turísticos a las necesidades y requisitos de los turistas, gracias al conocimiento turístico generado por el smart office del destino
- Impulsará la protección del tejido productivo local, del comercio tradicional y el fomento del uso de productos locales

En este sentido se seguirá apostando por programas que potencien la actividad económica, como por ejemplo los programas de promoción empresarial, o el programa Sabor a Málaga, de producción y consumo de productos locales en la restauración, comercio y hoteles del destino.

SOS.2 Difundir y concienciar los logros en sostenibilidad del destino

La Costa del Sol debe seguir apostando por la supervisión y monitorización de su política de turismo sostenible y responsable. Los logros obtenidos en materia de sostenibilidad se deben dar a conocer a los ciudadanos y a los turistas.

Se realizarán campañas de difusión de los compromisos adquiridos por el destino en materia de sostenibilidad. De esta forma se mejorará su posicionamiento como destino sostenible y responsable. Sería una forma pública de control de información y ayudaría a dar respuestas a cuestiones ambientales, socioculturales y de turismo sostenible a nivel del destino.

Se impulsarán campañas de concienciación en sostenibilidad (ahorro energético, ahorro de agua, utilización de papeleras, respeto con los espacios naturales, civismo en playas y zonas urbanas, tenencia responsable de mascotas, etc.) dirigidas al visitante, sobre todo en meses de verano.

Otra línea que desarrollar, es la creación códigos de conducta para los visitantes en prácticas sostenibles, para minimizar el impacto de la actividad turística y maximizar el disfrute, y también incluir información de utilidad sobre la interpretación de los espacios turísticos.

Potenciar la filantropía del turista para hacerle partícipe de las actuaciones en conservación de la biodiversidad medioambientales llevadas a cabo por el destino y para hacer concienciación medioambiental.

SOS.3. Crear el Observatorio de Sostenibilidad de la Costa del Sol

Crear un **Observatorio de Sostenibilidad** del DTI que recoja los principales indicadores de sostenibilidad (ambientales, económicos y sociales) del destino y haga un seguimiento de su evolución.

Se deben incluir en el observatorio de sostenibilidad:

- **Indicadores de la gestión medioambiental** de la región: calidad del aire, ruidos, eficiencia energética, gestión de los residuos, ciclo y calidad del agua, etc.
- **Indicadores de seguimiento de los avances registrados en gestión medioambiental**. Se deben dar a conocer a todo el entramado turístico de la región, a la ciudadanía y a los turistas.
- Estudios de **evaluación del impacto ambiental** en términos de territorialidad de uso turístico y medición de la **capacidad de carga del turismo** de forma continua. Estos estudios se deben recoger en la planificación estratégica en vigor para después evaluar el cumplimento de los objetivos, comparando con posteriores evaluaciones. Los resultados obtenidos se deben difundir.
- **Indicadores de sostenibilidad socioeconómica**, que pasa porque los beneficios del turismo en el territorio influyan en el bienestar de los residentes del destino, en creación de empleo digno en sus condiciones laborales y salariales, en protección de su patrimonio cultural y tradiciones y en su desarrollo sostenible.

Los indicadores recogidos en este Observatorio de Sostenibilidad se aprovecharán para la toma de decisiones.

SOS.4. Reducir la estacionalidad turística

- La estacionalidad turística influye en la gestión pública en temas fundamentales como la prestación de servicios públicos (recogida de residuos, abastecimiento de agua, seguridad, servicios de salud…), en la movilidad municipal, el aparcamiento, la actividad económica y comercial, etc.
- Dada la marcada estacionalidad que caracteriza al territorio de la Costa del Sol se impulsará su gestión, diversificando los productos turísticos, redistribuyendo los flujos en el espacio y en el tiempo, entre otros:
- Acciones sostenibles e innovadoras de marketing por segmentos

SOS.5. Mejorar la coordinación y gestión de los atractivos turísticos en el destino

La Costa del Sol cuenta con inventarios de recursos turísticos y con estudios puntuales de capacidad de carga e impacto medioambiental. Dada la importancia que la sostenibilidad tiene en un destino de estas características y la concienciación que hay sobre la necesidad de un desarrollo turístico sostenible, para mantener el liderazgo del destino, sin comprometer sus recursos:

- Se promoverá la gestión y protección de los atractivos turísticos del destino, de los monumentos, de los lugares iconos del patrimonio local, como puede ser espacios naturales, cascos antiguos de los pueblos, los museos, etc.
- Se incluirá la gestión de los visitantes a los principales lugares de atracción turística, incluyendo medidas de preservación y protección de los principales valores culturales.

SOS.6 Impulso de la conservación del patrimonio cultural y natural

El destino debe seguir impulsando más si cabe la adecuada conservación del patrimonio natural, cultural, arquitectónico e histórico artístico apoyado en la legislación y en las figuras de protección existentes. Para ello se debe contar con el compromiso y con el consenso público y privado:

- Se promoverá la toma de conciencia por parte del visitante y residente, de la importancia del patrimonio natural, histórico artístico y cultural entre los municipios que integran el Destino Turístico Inteligente DTI Costa del Sol.
- Se velará por el cumplimiento de la normativa en materia de conservación del patrimonio haciendo hincapié en las figuras de protección más elevadas.

SOS.7. Fomento del binomio cultura y turismo

Existe un importante segmento de oferta y demanda turística relacionada con el turismo cultural (eventos culturales, festivales, etc). En este Plan Director apuesta por:

- Seguir impulsando la relación "Cultura y Turismo" para crear sinergias, especialmente protegiendo la sostenibilidad sociocultural.
- Seguir ofreciendo actividades relacionadas con los recursos culturales locales e impulsar el segmento de turismo cultural.

SOS.8. Fomentar de la participación ciudadana en sostenibilidad sociocultural

- Impulsar la participación ciudadana en la sostenibilidad sociocultural.
- Concienciar a la población de la importancia del patrimonio cultural, tangible e intangible, para promover su conservación y su divulgación.

SOS.9. Impulsar la sostenibilidad medioambiental del destino

La Costa del Sol ya ha puesto en marcha medidas que se engloban dentro de la protección ambiental, si bien, se debe impulsar una estrategia medioambiental conjunta.

Para ello se fomentará la economía circular, la eficiencia energética, la lucha contra el cambio climático, el uso de energías renovables, reducción de gases de efecto invernadero, gestión de la movilidad, entre otros:

- Reforzar las medidas de Eficiencia energética para fomentar el consumo responsable y sostenible de energía que contribuya a una disminución de la intensidad energética, a un menor impacto sobre el medio ambiente, contribuyendo a la lucha contra el cambio climático y al desarrollo sostenible.
- Promover mejoras en la gestión del ciclo integral del agua, entre otras.
- Mantenimiento de instalaciones para evitar fugas.
- Concienciación acerca de la importancia de un consumo responsable y puesta en marcha de medidas efectivas de ahorro de agua.
- Uso generalizado de agua depurada para el riego.
- Promover mejoras en el reciclado y/o reutilización de residuos.
- Fomentar de la economía circular en el sector turístico y en el conjunto del municipio: prevenir el desperdicio de alimentos, promover la reutilización de envases, minimizar la generación de residuos.
- Seguir trabajando en la protección del medio físico y la biodiversidad.
- Potenciar el uso del transporte público y nuevas modalidades de transporte para mejorar los problemas de movilidad y reducir la congestión del tráfico.

SOS.10. Impulsar la Gestión ambiental en las empresas turísticas

Se apostará por el impulso de la sostenibilidad ambiental en las empresas turísticas a través de la coordinación de las acciones de la iniciativa pública y privada que fomenten programas de eficiencia energética y energía renovable, en el sector turístico privado y público, empresas turísticas, Oficina de turismo, etc.

Se impulsarán programas para estimular a las empresas:

- A medir y reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y fomentar la participación del sector turístico en iniciativas de remisión y compensación de CO_2, incluyendo la adopción de actividades ambientales, de implantación y uso de tecnologías eficientes, de campañas de sensibilización, etc.
- Medidas de ahorro y eficiencia energética
- Uso de energías renovables
- Gestión de agua
- Contaminación atmosférica
- Reciclaje de residuos
- Uso de envases retornables
- Flora autóctona u otros
- Minimizar el consumo de productos químicos (detergentes, insecticidas, fitosanitarios…).

SOS.11. Impulsar los sistemas de calidad turística en las empresas del destino

La Costa del Sol apuesta firmemente por la calidad turística considerada un elemento fundamental para mantener su liderazgo y mejorar la competitividad.

Se seguirá fomentando la participación de las empresas del destino en sistemas de calidad turística, aglutinando el mayor número de empresas y subsectores dentro de la actividad turística de tal forma que quede cubierta toda la cadena de valor turística. Esta medida ayudará al destino a posicionarse como destino de calidad trasmitiendo una imagen de unidad y estándares comunes de calidad.

Para ello, se seguirá apostando por el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED) que ofrece a las empresas turísticas unos estándares de calidad demostrable ante terceros.

SOS.11. Impulsar los sistemas de calidad turística en las empresas del destino

Crear sinergias entre el sector público y el sector privado y aprovechar el liderazgo en materia de calidad y sostenibilidad mostrado por el tejido empresarial turístico de la Costa Sol Occidental.

SOS.12. Impulsar la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa en el destino

La Costa del Sol carece de importantes iniciativas en temática de innovación social, entendiéndose como las nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfagan simultáneamente necesidades sociales y crean nuevas relaciones de colaboración.

El sector turístico está muy consolidado, pero esa consolidación, muchas veces, se desarrolla a espaldas de la sociedad. Contar con la ciudadanía, pensar en su bienestar, no sólo en el del turista, sino en el de la población local y, en definitiva, hacer el modelo de turismo socialmente sostenible es uno de los requerimientos básicos hoy en día. Fruto de su planteamiento y pensamiento territorial, el Destino DTI Costa del Sol:

- Favorecerá el desarrollo sostenible desde la triple perspectiva: social, ambiental y económica. En esta línea, en línea con otros proyectos para realizados (campaña de concienciación social sobre el turismo en los niños).
- Potenciará la participación de la sociedad en la toma de decisiones del destino, a través de la creación de programas para la mejora de la innovación social
- Impulsará la RSC en las empresas del sector a través de formación y sensibilización en la materia.
- Impulsar la colaboración entre empresas del sector por medio del Foro de Responsabilidad Social Corporativa de Málaga.

SOS.13. Potenciar mecanismos de respuesta ante acontecimientos "extraordinarios" (COVID, atentados, desastres naturales)

Asesorar al destino de protocolos, herramientas y mecanismos de respuesta ante posibles desastres naturales, sanitarios, bélicos, empresariales, …. para minimizar su impacto.

10.5 OBJETIVOS DEL EJE DE ACCESIBILIDAD

La accesibilidad universal del DTI pasa por desarrollar un turismo que permita el acceso, uso y disfrute a todas las personas, sin exclusiones, garantizando el derecho a la igualdad de oportunidades a disfrutar de los entornos, bienes, servicios, productos, tecnologías, etc. de la forma más segura, cómoda, autónoma y natural posible. La aplicación de la accesibilidad universal presupone la aplicación de la estrategia de "diseño universal o diseño para todas las personas", y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

Además de dar respuesta a un derecho fundamental de las personas, la accesibilidad universal constituye un elemento básico en la percepción de la calidad de la oferta de un destino, representa una oportunidad de negocio para todo el sector, favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, al posicionarse como socialmente responsable.

Así, el DTI Costa del Sol tiene la accesibilidad universal como un compromiso para garantizar acceso a todo tipo de productos, servicios y propuestas culturales, de naturaleza o de ocio, independientemente de las características, capacidades o condiciones del potencial visitante.

Por ello, planteamos a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Accesibilidad para los próximos años:

ACCESIBILIDAD	
Objetivos	Descripción
ACC.1	Mejorar la conciencia en materia de accesibilidad universal en el destino
ACC.2	Mejorar el conocimiento de la accesibilidad universal en el destino
ACC.3	Mejorar la accesibilidad universal del Destino

Y, a continuación, se presentan las líneas de actuaciones con más detalle

ACC.1 Mejorar la conciencia en materia de accesibilidad universal en el destino

La Accesibilidad Universal debe aplicarse de forma transversal en todos los ámbitos de gestión, promoción y planificación del destino. Por ello, se van a poner en marcha acciones específicas en materia de accesibilidad:
- Formación y asesoramiento. Abordará entre otros aspectos
  ○ Turismo accesible: concepto, estrategia y hábitos turísticos de las personas con necesidades de accesibilidad.
  ○ Atención al público con necesidades de accesibilidad

ACC.1 Mejorar la conciencia en materia de accesibilidad universal en el destino

  - Normativa de obligado cumplimiento y estándares de accesibilidad
  - Criterios de accesibilidad que deben cumplirse en servicios turísticos
  - Asesorar a las partes interesadas en el ámbito de la accesibilidad

- Sensibilización al sector turístico para que se desarrolle una cadena de servicios turísticos accesibles por medio de, entre otros, premios, campañas de información dirigidas a los municipios y destinos turísticos, nuevos canales de comunicación, etc
- Difusión:
  - Normativa de accesibilidad de obligado cumplimiento. Incluirá, la normativa nacional y autonómica de obligado cumplimiento, las ordenanzas municipales de accesibilidad de los destinos de la Costa del Sol.
  - Manuales y publicaciones útiles para el sector turístico, incorporar guías de referencia para su difusión.

ACC.2 Mejorar el conocimiento de la accesibilidad universal en el destino

Se mejorará el conocimiento sobre las condiciones de accesibilidad de establecimientos y recursos turísticos, del transporte y de otras actividades complementarias (visitas guiadas adaptadas, etc.), así como de la existencia de servicios prestados en el destino de utilidad para personas con necesidades de accesibilidad (intérpretes de lengua de signos, préstamo/alquiler de productos de apoyo, descuentos para personas con discapacidad, etc.). Para ello, se realizarán, entre otras, las siguientes acciones

- Diagnósticos de todos los elementos que conforman la cadena de valor del turismo. El diagnóstico se realizará por fases para identificar los servicios turísticos accesibles existente y aquellos que es necesario adaptar para cubrir la cadena de valor turística. Este diagnóstico permitirá identificar los eslabones de la cadena del valor de turismo que deben mejorar sus condiciones de accesibilidad.
- Integración de la información disponible a través de diferentes canales de comunicación, recursos turísticos, establecimientos turísticos, medios de transportes, herramientas digitales, etc.
- Se incorporará la información en las webs de promoción turísticas, entre otros, https://www.visitacostadelsol.com/, wwww.malaga.es, web de promoción turística de los municipios integrantes del destino, etc.

ACC.3 Mejorar la accesibilidad universal del Destino

Mejorar la accesibilidad universal de forma prioritaria en estas líneas:

- Mejorar la accesibilidad en las oficinas de turismo
  - El acceso sin obstáculos para personas con movilidad reducida.
  - La circulación en el interior para un usuario de silla de ruedas y la orientación para personas con discapacidad visual.
  - Las características del mobiliario de la zona de espera (bancos con reposabrazos, apoyos isquiáticos).
  - Las características del mostrador de atención al público (doble altura, iluminación, bucle de inducción magnética).
  - La comunicación en otros idiomas y en Lengua de Signos.
  - La información escrita disponible en formatos alternativos accesibles (audio, braille y altorrelieve, Lengua de Signos Española, Lectura Fácil).
  - Personal formado en atención al público con necesidades de accesibilidad.
  - Posibilidad de ofrecer visitas guiadas accesibles para todos.
- Mejorar la accesibilidad de los distintos portales de promoción turística, entre otros:
  - Dotar a todas las imágenes de un texto alternativo cuya descripción refleje la información que se desea transmitir.
  - Proporcionar a los iconos que sólo presentan información visual una información textual, que pueda ser leída por un lector de pantalla.
  - Estructurar correctamente todos los encabezados de las páginas, siguiendo una jerarquía con un único nivel superior y sin saltos entre niveles.
  - Proporcionar a todos los enlaces un texto comprensible.
  - Alertar de los enlaces que se abren en nuevas páginas.
  - Diferenciar, con un formato diferente, los textos que son enlaces de los que no lo son.
  - Resaltar el contenido con un contraste adecuado.
  - Debe permitirse la navegación a través del teclado por todos los elementos de las diferentes páginas.
  - Describir cada elemento en el idioma correspondiente.
- Mejorar la accesibilidad en la información turística sobre el destino, entre otros
  - Los aspectos informativos y comunicativos.

ACC.3 Mejorar la accesibilidad universal del Destino

- El material en formato papel, como los folletos turísticos, (información en Braille, audio-descripción de los contenidos en formatos digitales) así como con pictogramas, etc.
- Adaptación de los principales contenidos digitales, material audiovisual de promoción del destino, … que contemple la incorporación de vídeos con explicación en Lengua de Signos Española (L.S.E) o subtítulos y audio-descripción, o pictogramas o textos en Lectura Fácil.

- Incorporar información práctica para la planificación de viajes con necesidades de accesibilidad.
  - Incorporar a los distintos portales de promoción turística un apartado que indique cómo moverse por la Costa del Sol Occidental, donde se indique de accesibilidad de los diferentes medios de transporte. información útil sobre, alquiler de coches accesibles, transporte adaptado puerta a puerta...
  - Impulsar la creación de experiencias turísticas accesibles

11 EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

La ejecución y seguimiento de este Plan Director será coordinada por Turismo y Planificación de la Costa del Sol Occidental, SLU, que actúa como Ente Gestor por medio de **Planes Operativos Anuales** que serán aprobados siguiendo las mismas pautas de aprobación de este Plan Director.

12 CONTROL DE MODIFICACIONES

Versión	Fecha	Páginas afectadas	Observaciones
01	17/08/2020	Todas	Primera Versión

13 APROBACIÓN

	Cargo:	Fecha
Propone:	Smart Office (Área de Análisis e Inteligencia Turística de Turismo y Planificación de la Costa del Sol)	06/08/2020
Consultado:	Comisión Permanente del Foro Turismo de Málaga	13/08/2020
Consultado:	Grupo de trabajo de la Diputación de Málaga	13/08/2020
Consultado:	Grupo de trabajo de los municipios de la Costa del Sol Occidental	13/08/2020
Revisado:	Comisión de Mando Integral de Turismo y Planificación Costa del Sol.	17/08/2020

Aprobado por:

DIAZ LOMEÑA ANTONIO - 25058371D

Firmado digitalmente por DIAZ LOMEÑA ANTONIO - 25058371D
Fecha: 2020.08.18 13:53:15 +02'00'

D. Antonio Díaz Lomeña
Director Gerente Turismo y Planificación Costa del Sol