



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

INFORME FINAL DEL PLAN OPERATIVO DEL DTI COSTA DEL SOL OCCIDENTAL 2021

INFORME FINAL DEL PLAN OPERATIVO DEL DTI COSTA DEL SOL OCCIDENTAL 2021

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	3
2	DESEMPEÑO DEL EJE DE GOBERNANZA	4
2.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	4
2.2	MEDICIÓN DE INDICADORES	12
3	DESEMPEÑO DEL EJE DE INNOVACIÓN.....	16
3.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	16
3.2	MEDICIÓN DE INDICADORES	19
4	DESEMPEÑO DEL EJE DE TECNOLOGÍA	21
4.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	21
4.2	MEDICIÓN DE INDICADORES	24
5	DESEMPEÑO DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD.....	26
5.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	26
5.2	MEDICIÓN DE INDICADORES	43
6	DESEMPEÑO DEL EJE DE ACCESIBILIDAD	52
6.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	52
6.2	MEDICIÓN DE INDICADORES	52
7	RESULTADOS GLOBALES.....	54
8	EQUIPO REDACTOR.....	56

1 INTRODUCCIÓN

Este documento pretende dar una visión global del grado de cumplimiento del **Plan Operativo 2021**. El documento se estructura según los 5 ejes y se evalúan el estado de las acciones del Plan y los indicadores de eficiencia establecidos para ese eje.

El seguimiento y evaluación de las acciones planeadas es la base de la estrategia del Destino Turístico Inteligente ya que es el principal elemento de entrada para la mejora continua.

Los informes de seguimiento se realizan de forma semestral, basándose en un análisis cualitativo de la situación, pero también cuantitativo según la batería de indicadores diseñado por cada uno de los cinco ejes.

De esta forma, el informe pretende dar una visión general de los avances ejecutados sobre las acciones previstas en el Destino Turístico Inteligente Costa del Sol Occidental, a nivel global, como en sus componentes relacionados con la Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Tecnología e Innovación.

Hasta el momento, se ha cumplido con el diseño programado, ya que se han realizado las reuniones planteadas con la Comisión Permanente del Foro de Turismo de Málaga-Costa del Sol, con el Grupo de Trabajo de las Áreas de Turismo de los Ayuntamientos y con el Grupo de Trabajo de las Áreas de Diputación de Málaga, además de realizarse el trabajo técnico de seguimiento de cada una de las acciones planificadas en el Plan Operativo.

En dichas reuniones, se plantearon el diseño programado de estrategias y acciones, reprogramándose distintos proyectos según la opinión consensuada de la administración provincial (Áreas de Diputación), las administraciones locales (Áreas de Turismo de los Ayuntamientos) o de las asociaciones empresariales (Comisión Permanente del Foro de Turismo).

Por otra parte, hay que incidir en que se lleva menos de un año en el desarrollo de esta iniciativa y que, sobre todo y debido al Covid-19, se ha pasado por una de las etapas sociales, económicas y turísticas de mayor incertidumbre a nivel internacional, que incluso se está manteniendo a fecha de redacción de este informe y proseguirá en los próximos meses, cuestión que ha hecho mucho más complejo el desarrollo de la presente iniciativa.

En los próximos informes, una vez que los flujos turísticos y técnicos vuelvan a la “normalidad” y se gane experiencia en el desarrollo de los indicadores por ejes, se podrá llegar a indicadores sintéticos del proyecto en general. Adicionalmente, los datos serán cada vez más precisos, extensos y se ofrecerá en un Sistema Integral de Indicadores, integrados en un Cuadro de Mando, la radiografía del proyecto, la evaluación de forma unificada el estado del Costa del Sol Occidental Destino Turístico Inteligente a nivel global y en cada uno de sus ejes.

A continuación, se señalan el estado de las acciones programadas por ejes.

2 DESEMPEÑO DEL EJE DE GOBERNANZA

2.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

GOB.PO21.01 ACCIONES DE COMUNICACIÓN COSTA DEL SOL: SEGMENTOS TURÍSTICOS

Descripción El departamento de Comunicación y Marca y Eventos está convencido de la necesidad de reforzar el intenso trabajo de promoción y comercialización de las diferentes direcciones de negocio de Turismo Costa del Sol con el respaldo de una eficiente Acción de Comunicación, que se une de este modo a las estrategias del ente promocional. Es vital lograr una amplia presencia en los medios nacionales e internacionales, tratando que la misma sea positiva y logrando respuesta de los líderes de opinión más importantes del mundo con el objetivo de incidir en el fortalecimiento de la marca.

Estado 100%

GOB.PO21.02 ACCIONES DE COMUNICACIÓN PRENSA ESPECIALIZADA BLOGUEROS- ENCUENTROS CON LA PRENSA

Descripción El departamento de Comunicación y Marca y Eventos está convencido de la necesidad de reforzar el intenso trabajo de promoción y comercialización de los diferentes departamentos y áreas de negocio de Turismo y Planificación Costa del Sol con el respaldo de una eficiente Acción de Comunicación, que se une de este modo a las estrategias del ente promocional. Es vital lograr una amplia presencia en los medios nacionales e internacionales, tratando que la misma sea positiva y logrando respuesta de los líderes de opinión más importantes del mundo con el objetivo de incidir en el fortalecimiento de la marca.

En este sentido, contemplamos como una de las acciones principales la atención a medios de comunicación, tanto en origen, potenciando las relaciones con los medios en apoyo a las acciones organizadas por otros departamentos, pues en prácticamente la totalidad de las acciones de promoción se contempla la presencia de medios especializados, como en destino.

Estado 100%

GOB.PO21.03 ACCIONES DE GOLF

Descripción El segmento de Golf es uno de los más importantes para la entidad. Y más que en 2019 la Costa del Sol ha sido nombrada por IAGTO mejor destino de golf y en 2023 acogerá la Solheim Cup. Por ello, Turismo Costa del Sol quiere hacer una campaña publicitaria en distintos medios especializados en golf como por ejemplo Andalucía Golf, Golf Circus, Golf Hoyo a Hoyo, Golf News o Netgolf.

Estado 100%

GOB.PO21.04 APOYO A LA PROMOCIÓN

Descripción Coordinación y seguimiento del DTI Costa del Sol, que entre otras funciones tendrá:

- Integración de datos, análisis y publicación de informes basados de inteligencia turística;
- Integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos, facilitar su disposición para los municipios integrantes del territorio y facilitar la inclusión de datos propios de los mismos
- Coordinación e impulso de la participación de los municipios del territorio en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes
- Impulsar iniciativas de interés que fomenten la coordinación y la integración de las partes interesadas del DTI

Estado 75%

GOB.PO21.05 CAMPAÑA EN RRSS APOYO PROYECTOS TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL

Descripción Realización de una campaña en redes sociales profesionales (Facebook, Twitter y LinkedIn) que no sirva de apoyo para la promoción de los proyectos de Turismo y Planificación Costa del Sol

Estado 100%

GOB.PO21.06 CAMPAÑA MEDIOS EXTRANJEROS

Descripción El departamento de Comunicación y Marca y Eventos está convencido de la necesidad de reforzar el intenso trabajo de promoción y comercialización de las diferentes direcciones de negocio de Turismo Costa del Sol con el respaldo de una eficiente Acción de Comunicación, que se une de este modo a las estrategias del ente promocional. Es vital lograr una amplia presencia en los medios internacionales, tratando que la misma sea positiva y logrando respuesta de los líderes de opinión más importantes del mundo con el objetivo de incidir en el fortalecimiento de la marca.

Estado 0%

GOB.PO21.07 CAMPAÑA PROMOCIÓN INTERIOR Y GASTRONÓMICO

Descripción El departamento de Comunicación va a seguir apostando en 2021 por el segmento VITA (Verde, Interior y Turismo Activo), y el gastronómico, unos segmentos que cada vez reflejan unos resultados más positivos, que posee grandes atractivos como el Caminito del Rey, la Gran Senda y los dólmenes de Antequera, así como un total de 87 municipios con una amplia oferta turística por descubrir y a la que va ligada la gastronomía.

Estado 100%

GOB.PO21.08 CLUB BALONCESTO UNICAJA

Descripción TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL, S.L.U. tiene entre sus competencias la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas y sociales que contribuyan, directa o indirectamente a impulsar el desarrollo del turismo en el

ámbito de la provincia de Málaga. De esta manera, dentro del Plan de Acción de Comunicación 2020, Turismo Costa del Sol quiere contratar el paquete de patrocinio del Club Unicaja Baloncesto en la Temporada 2020-2021. La celebración de grandes eventos deportivos y competiciones, como el que nos ocupa, se convierten, sin lugar a duda, en las ciudades donde se celebran, en toda una fuente generadora de beneficios directos e inducidos.

Estado 100%

GOB.PO21.09 DISEÑO DE IMAGEN DE MARCA Y MATERIAL PROMOCIONAL PARA EL ENTORNO DEL CAMINITO DEL REY

Descripción Impulsar la imagen de marca del Caminito del Rey y poner en valor la singularidad del entorno que lo rodea.

Estado 100%

GOB.PO21.10 DISEÑO Y DESARROLLO DE MATERIAL PROMOCIONAL DE LA COSTA DEL SOL

Descripción Desarrollo y diseño del material promocional utilizado para las campañas y promoción de la Costa del Sol, así como las creatividades utilizadas en nuestras principales campañas de promoción

Estado 100%

GOB.PO21.11 GRUPO INFLUENCERS/BLOGERS

Descripción Viaje de familiarización para influencers especializados en la generación de contenidos audiovisuales.

Estado 0%

GOB.PO21.12 MÁLAGA C.F.

Descripción TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL, S.L.U. tiene entre sus competencias la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas y sociales que contribuyan, directa o indirectamente a impulsar el desarrollo del turismo en el ámbito de la provincia de Málaga. De esta manera, dentro del Plan de Acción de Comunicación 2020, Turismo Costa del Sol quiere contratar el paquete de patrocinio del Málaga C.F. en la Temporada 2020-2021. La celebración de grandes eventos deportivos y competiciones, como el que nos ocupa, se convierten, sin lugar a duda, en las ciudades donde se celebran, en toda una fuente generadora de beneficios directos e inducidos.

Estado 100%

GOB.PO21.13 OTROS PATROCINIOS

Descripción Dentro de los estatutos de nuestra empresa, se recoge la actividad de patrocinio con la finalidad de promover los intereses turísticos de nuestra provincia. Desde COM consideramos que patrocinar diferentes productos y deportistas implica una

fuerte presencia en de nuestra marca, que sin duda son el mejor escenario para aumentar el posicionamiento y la notoriedad de las marcas, y de esta forma TURISMO COSTA DEL SOL da a conocer su marca y promocionara el destino.

Estado 100%

GOB.PO21.14 SOCIAL SELLING LINKEDIN "CONVIERTETE EN MIEMBRO DE TURISMO COSTA DEL SOL";

Descripción Campaña en LinkedIn "Conviértete en miembro de la Costa del Sol" target empresas turísticas de la provincia.

Estado Desviado a proyecto 360

GOB.PO21.15 SPOT PUBLICITARIO PLATAFORMA TELEVISIÓN ONLINE

Descripción Emisión spot publicitario Vive la Costa del Sol en plataforma de televisión online. Segmentación por buyers.

Estado Desviado a proyecto 360

GOB.PO21.16 COORDINACIÓN TECNOLOGÍA DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Descripción Desde nuestro departamento seguiremos apoyando la transformación de la Costa del Sol como Destino Turístico Inteligente ya que supone la revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología

Estado ---

GOB.PO21.17 FORMACIÓN Y ACCIONES CON MIEMBROS DEL FORO DE TURISMO COSTA DEL SOL

Descripción Cursos formativos exclusivos para miembros del foro, sobre marketing digital, transformación digital posicionamiento SEO, estrategia en RRSS. Acciones de difusión de herramientas de inteligencia de datos.

Estado 100%

GOB.PO21.18 MEMBRESÍA IAGTO

Descripción Suscripción a la Internacional Association of Golf Tour Operators

Estado 100%

GOB.PO21.19 SMARTS DESTINATION COSTA DEL SOL

Descripción Coordinación y seguimiento del DTI Costa del Sol, que entre otras funciones tendrá:

- Integración de datos, análisis y publicación de informes basados de inteligencia turística;

- Integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos, facilitar su disposición para los municipios integrantes del territorio y facilitar la inclusión de datos propios de los mismos
- Coordinación e impulso de la participación de los municipios del territorio en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes
- Impulsar iniciativas de interés que fomenten la coordinación y la integración de las partes interesadas del DTI

Estado 75%

GOB.PO21.20 ANÁLISIS DE TENDENCIAS TURÍSTICAS

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.21 ANÁLISIS PREDICTIVOS DECISION MAKING

Descripción Desarrollo de herramientas para aglutinar las diferentes fuentes de información primarias y secundarias (Decision Making) que permita la consulta online de datos turísticos disponibles a tiempo real , con el fin de agilizar las tomas de decisiones y la mejora de la competitividad del destino.

Estado 100%

GOB.PO21.22 ASISTENCIAS TÉCNICAS

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.23 BALANCES TURÍSTICOS

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.24 BOLETINES DE COYUNTURA

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.25 ESTUDIOS DE MERCADO

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.26 ESTUDIOS DE SEGMENTOS

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 50%

GOB.PO21.27 EVALUACIÓN FERIAS “SABOR A MÁLAGA”

Descripción La marca promocional de productos agroalimentarios de la provincia de Málaga ‘Sabor a Málaga’, impulsada desde la Diputación de Málaga, realiza diferentes acciones promocionales, dirigidas tanto al consumidor final en el mercado local y provincial (Mercados Sabor a Málaga, en diferentes municipios de la provincia), como a profesionales (agentes, operadores e intermediarios, canal HORECA, etc.) en eventos nacionales e internacionales. La evaluación de dichas acciones, se realiza tanto a través de los propios productores (oferta) como de la demanda real (consumidores/visitantes)

Estado 100%

GOB.PO21.28 INFORMES DE COMPETITIVIDAD

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 0%

GOB.PO21.29 JORNADAS TURÍSTICAS

Descripción Coordinación y seguimiento del DTI Costa del Sol, que entre otras funciones tendrá:

- Integración de datos, análisis y publicación de informes basados de inteligencia turística;
- Integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos, facilitar su disposición para los municipios integrantes del territorio y facilitar la inclusión de datos propios de los mismos
- Coordinación e impulso de la participación de los municipios del territorio en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes

- Impulsar iniciativas de interés que fomenten la coordinación y la integración de las partes interesadas del DTI

Estado 95%

GOB.PO21.30 OBSERVATORIO TURÍSTICO

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.31 PLANES Y ESTUDIOS ESTRATÉGICOS

Descripción Coordinación y seguimiento del DTI Costa del Sol, que entre otras funciones tendrá:

- Integración de datos, análisis y publicación de informes basados de inteligencia turística;
- Integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos, facilitar su disposición para los municipios integrantes del territorio y facilitar la inclusión de datos propios de los mismos
- Coordinación e impulso de la participación de los municipios del territorio en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes
- Impulsar iniciativas de interés que fomenten la coordinación y la integración de las partes interesadas del DTI

Estado 100%%

GOB.PO21.32 PREVISIONES TURÍSTICAS

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 100%

GOB.PO21.33 VISOR DE ACCIONES PARA PROMOCIÓN DEL TERRITORIO

Descripción Programación de aplicaciones basadas en mapas para una gestión eficiente de los datos

Estado 100%

GOB.PO21.34 ASISTENCIA Y COOPERACIÓN A ENTIDADES LOCALES

Descripción Además del desarrollo de aplicaciones tecnológicas atendiendo las necesidades específicas de la Diputación, realizamos una importante tarea en Modernización Local, como es la consultoría y realización de auditorías internas en los procesos

que se hayan identificado como esenciales para que la organización pueda ofrecer a sus clientes servicios o productos con una propuesta de valor y obtener una certificación que así lo acredite, como es el caso del Servicio de Asistencia Económica y Cooperación

Estado 100%

GOB.PO21.35 ASISTENCIA TÉCNICA Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA DE CALIDAD DEL SERVICIO DE FORMACIÓN DE LA DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

Descripción Esta consultoría de calidad se realiza también todos los años al Servicio de Formación, en el que se audita todo el proceso y oferta formativa, además de preparar toda la documentación que requiere un sistema de calidad y realizar la formación necesaria para poder conseguir la certificación que asegure la calidad de sus servicios

Estado 100%

GOB.PO21.36 CARTAS DE SERVICIO DE LA DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

Descripción Las cartas de servicio son documentos que explican los servicios que ofrecen las organizaciones o empresas, así como los compromisos de calidad que asumen en su prestación. Se trata de un instrumento ideado para informar sobre todas las cuestiones relativas al servicio. Tienen una clara perspectiva de orientación al cliente y de mejora continua.

Estado 100%

GOB.PO21.37 DESARROLLO WEB Y ASESORÍA TÉCNICA DEL PORTAL DE GOBIERNO ABIERTO

Descripción El portal de Gobierno Abierto de la provincia de Málaga es una plataforma que muestra en un espacio único toda la información de Transparencia y Datos Abiertos de los ayuntamientos y principales instituciones y organismos de la provincia

Estado 100%

GOB.PO21.38 TRANSPARENCIA DEL CONSORCIO DE LA GESTIÓN INTEGRAL DEL AGUA

Descripción Desarrollo y mantenimiento del portal oficial

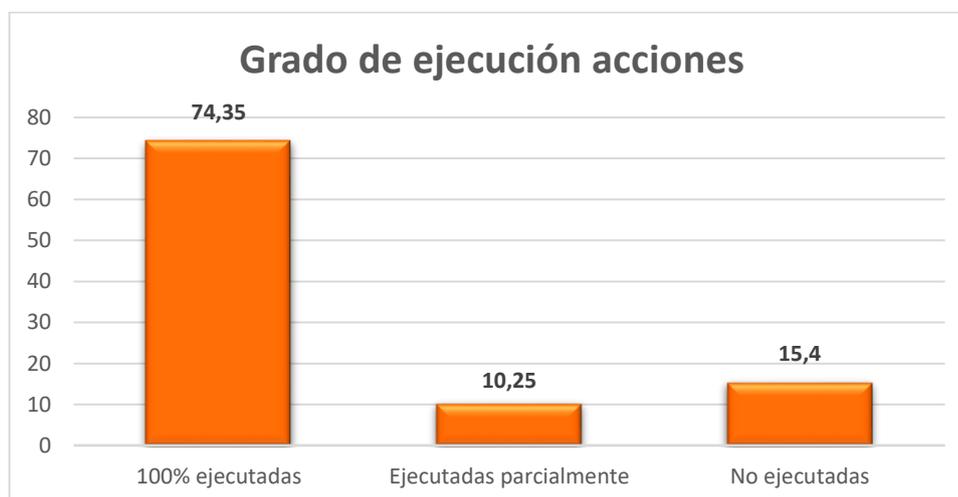
Estado 100%

GOB.PO21.39 TRANSPARENCIA, ASISTENCIAL DEL PORTAL DE CONSORCIO DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS

Descripción Desarrollo y mantenimiento del portal oficial

Estado 100%

Se han ejecutado el 74.35% de las acciones lo que supone un incremento de 38 puntos porcentuales respecto al 1º semestre de 2021. El 15.4% de las acciones no se han ejecutado en su mayor parte por haber sido canceladas.



2.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD. ACCIÓN	DEFINICIÓN DE INDICADOR	RESULTADO
GOB.PO21.01	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	5.337.128
	Nº leads	---
GOB.PO21.02 (*)	Nº grupos	27
	Nº asistentes	165
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
GOB.PO21.03	Nº publicaciones	72
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	244640
	Nº leads	---
GOB.PO21.04	Nº Municipio adheridos a la Red DTI	6
	Nº Iniciativas /actuaciones/Encuentros de coordinación ejecutados	5
	Ratio de participación	73%
GOB.PO21.05	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	656

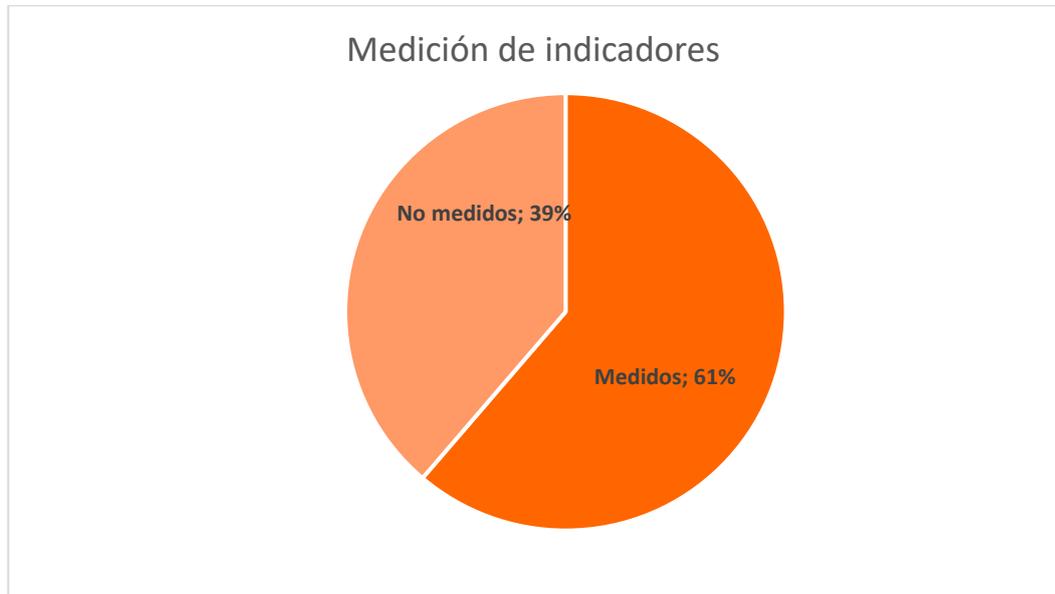
	Alcance de las publicaciones	960.000
	Nº leads	---
GOB.PO21.06	Nº publicacnes	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
GOB.PO21.07	Nº impresiones	299000000
	Nº impresiones vídeos	39000000
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
GOB.PO21.08	Nº de impactos de audiencia por retransmisión partidos	321.301€ ROI
	Nº de participantes	---
GOB.PO21.09	Nº visitas	41
GOB.PO21.10	Nº creatividades	109
GOB.PO21.11	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
GOB.PO21.12	Número de impactos de audiencia por retransmisión partidos	251.000
	Número de participantes	---
GOB.PO21.13 (**)	Número de impactos de audiencia por retransmisión partidos	---
	Número de participantes	---
GOB.PO21.14	Nº miembros nuevos del foro	---
GOB.PO21.15	Número de impactos de audiencia por retransmisión	---
	Número de participantes	-----
GOB.PO21.16	Por definir	---
GOB.PO21.17	Nº formaciones	7
	Nº reuniones	7
	Nº asistentes	1.398
	Grado de satisfacción	100%
GOB.PO21.18	Nº contactos	2.700
	Nº socios participantes	51
	Nº peticiones	-----
GOB.PO21.19	Nº Municipio adheridos a la Red DTI	6
	Nº Iniciativas/actuaciones/Encuentros de coordinación ejecutados	5
	Ratio de participación	73%
GOB.PO21.20	Nº estudios publicados	13
GOB.PO21.21	Nº de fuentes integradas	10
	Nº de dashboard disponibles	12
GOB.PO21.22	Nº estudios publicados	4
GOB.PO21.23	Nº estudios publicados	7
GOB.PO21.24	Nº estudios publicados	63
GOB.PO21.25	Nº estudios publicados	7

GOB.PO21.26	Nº estudios publicados	1
GOB.PO21.27	Nº de informes	4
	Impacto económico de las acciones	----
	Nºde productores/expositores	187
GOB.PO21.28	Nº estudios publicados	0
GOB.PO21.29	Nº Municipio adheridos a la Red DTI	6
	Nº Iniciativas/actuaciones/Encuentros de coordinación ejecutados	2
	Ratio de participación	96%
GOB.PO21.30	Nº estudios publicados	2
GOB.PO21.31	Nº Municipio adheridos a la Red DTI	6
	Nº Iniciativas/actuaciones/Encuentros de coordinación ejecutados	4
	Ratio de participación	85%
GOB.PO21.32	Nº estudios publicados	4
GOB.PO21.33	Nº acciones contempladas en el visor	289
GOB.PO21.34	Nº visitas	---
GOB.PO21.35	Nº visitas	---
GOB.PO21.36	Nº cartas de servicios	39
GOB.PO21.37	Nº visitas	71071
GOB.PO21.38	Nº visitas	182
GOB.PO21.39	Nº visitas	610

(*) Modificar los indicadores de seguimiento. Se han realizado 10 blogs/trips con un total de 65 participantes.

(**) Modificar los indicadores de seguimiento. Se han realizado 28 patrocinios.

En el eje de Gobernanza se han establecido un total de 80 indicadores de seguimiento se han medido el 61% de los mismos.



3 DESEMPEÑO DEL EJE DE INNOVACIÓN

3.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

INN.PO21.01 PROGRAMA 365 TURISMO AZUL

Descripción Tercera edición del Programa de Apoyo e Impulso a Experiencias Turísticas Singulares de la Provincia de Málaga, en este caso basadas en el Turismo Azul, esto es, la actividad turística que se desarrolla en torno al mar como protagonista principal, y donde la Costa del Sol cuenta con una amplia oferta de experiencias y propuestas.

Estado 100%

INN.PO21.02 SENDA AZUL

Descripción La Senda Azul es un proyecto puesto en marcha por Turismo y Planificación Costa del Sol con el objetivo de ampliar todo el catálogo de recursos turísticos de la provincia malagueña, apostando por la creación de nuestros atractivos turísticos ligados al mar pero también la recuperación de ecosistemas en zonas altamente degradadas para la práctica de actividades de ecoturismo marino o actividades de buceo, el aprovechamiento de estaciones náuticas que amplíen las posibilidades de expansión de actividades de ocio o deportivas como vela, padelsurf o kayak, entre otras; así como el impulso a la competitividad de las empresas que ofertan experiencias turísticas relacionadas con el medio marino, acuático o subacuático.

Estado 100%

INN.PO21.03 TARJETA DEL TURISTA DE LA COSTA DEL SOL

Descripción Iniciaremos un nuevo proyecto a largo plazo que tiene el objetivo de centralizar las interacciones de los visitantes con nuestro destino.

Estado ----

INN.PO21.04 APOYO A INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

Descripción El departamento de Desarrollo Turístico y Empresarial ofrece un servicio integral de apoyo a pymes y emprendedores que incluye: sesiones clínicas de diagnóstico inicial para establecer el estado, consultoría estratégica, asistencia para la búsqueda de financiación a través de entidades bancaria o mediante fuentes alternativas (Business Angels, capital riesgo, préstamos participativos, etc.). Además, este servicio ofrece apoyo en la gestión de ayudas o subvenciones públicas para empresas y emprendedores, así como un espacio en la web corporativa para mostrar las diferentes líneas de

apoyo en materia financiera, fiscal o laboral que los distintos organismos han puesto en marcha con el objetivo de apoyar al empresariado frente a las consecuencias derivadas del COVID-19.

Estado 100%

INN.PO21.05 ESTUDIO DE VIABILIDAD DESARROLLO NUEVOS PROYECTOS TURÍSTICOS

Descripción La realidad actual de los destinos turísticos maduros se está dirigiendo hacia su adaptación a las nuevas tendencias observadas en la demanda. Las tecnologías, unido al cambio de patrón en cuanto a los gustos y necesidades a la hora de viajar, está reconduciendo la manera de hacer turismo. De ahí, que el destino Costa del Sol deba explorar, y adaptar sus acciones, hacia nuevos segmentos que están irrumpiendo en el mercado, para seguir siendo un destino altamente competitivo. Ejemplos de ello son el turismo gastronómico y el turismo azul.

Estado 100%

INN.PO21.06 FERIA H&T

Descripción Participación institucional de Turismo y Planificación Costa del Sol en el Salón de Innovación en Hostelería H&T, que se celebra en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. Este evento profesional está dedicado a la promoción de productos y servicios dedicados a la hotelería y hostelería, y cuenta con el apoyo y el respaldo del tejido asociativo del turismo en la provincia de Málaga.

Estado 100%

INN.PO21.07 PREMIO COSTA DEL SOL A LA INICIATIVA TURÍSTICA EMPRENDEDORA

Descripción El Premio Turismo Costa del Sol a la Iniciativa Turística Emprendedora se enmarca dentro del programa de aceleración empresarial Costa del Sol Tourism Hub, puesto en marcha por Turismo y Planificación Costa del Sol con el objetivo de fomentar la creación, atracción e instalación de empresas innovadoras en la provincia de Málaga. Los proyectos que finalizan con éxito el proceso de aceleración, tienen la oportunidad de participar en el Premio, con una dotación total de 10.000€ y dividido en tres categorías, y que supone un reconocimiento a las tres iniciativas o proyectos más innovadores, con las mejores propuestas de valor para el sector y el destino.

Estado 100%

INN.PO21.08 RED MÁLAGA BUSINESS ANGELS 2021

Descripción La Red Málaga Business Angels, coordinada por el departamento de Desarrollo Empresarial y Turístico de Turismo y Planificación Costa del Sol, es la red de inversores pionera en Andalucía y asociada a la red nacional AEBAN. El objeto de la Red facilitar el acceso de capital privado, a través de inversión, a proyectos empresariales de la provincia de Málaga.

Estado 100%

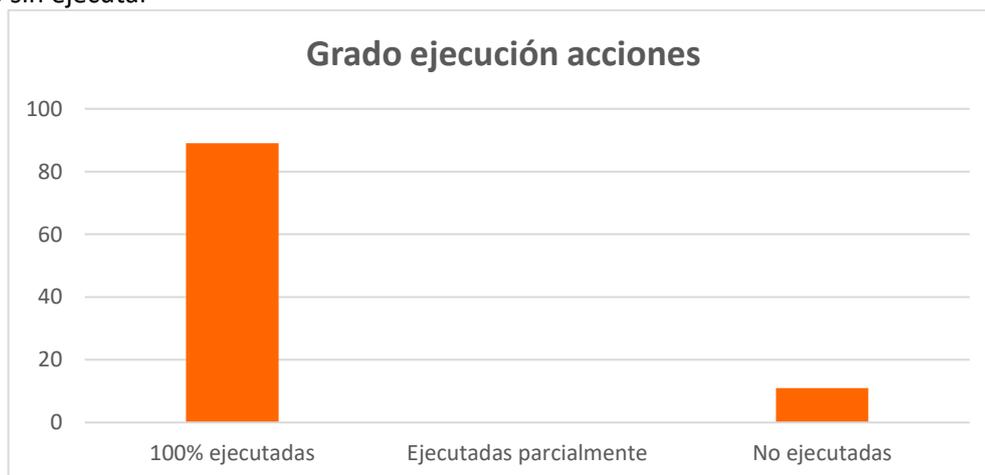
INN.PO21.09

TOURISM HUB 2021

Descripción El programa de aceleración empresarial Costa del Sol Tourism Hub, puesto en marcha desde 2016 por Turismo y Planificación Costa del Sol con el objetivo de fomentar la creación y el impulso del tejido empresarial turístico de la provincia. El Programa supone una oportunidad para emprendedores y startups que desean testear, validar o impulsar sus proyectos aprovechando los recursos y la experiencia de consultores expertos con un reconocido background profesional en el sector que, durante 4 meses, les ayudan a focalizar su mercado potencial, posicionar sus productos o servicios de la manera más eficiente, incorporar contactos de valor o seleccionar la fuente de financiación necesaria para cada fase de desarrollo. Todos los proyectos que finalicen con éxito la fase de aceleración tendrán la oportunidad de participar en los Premios Turismo Costa del Sol a las Iniciativas Turísticas Emprendedoras, con una dotación total de 10.000 € distribuidos en 3 categorías. El programa cuenta también con la colaboración de la Red Málaga Business Angels y el Foro del Turismo de la Costa del Sol. En 2021 se pondrá en marcha la quinta edición de este programa por el que ya han pasado un total de 40 proyectos de los que más del 70% continúan activos.

Estado 100%

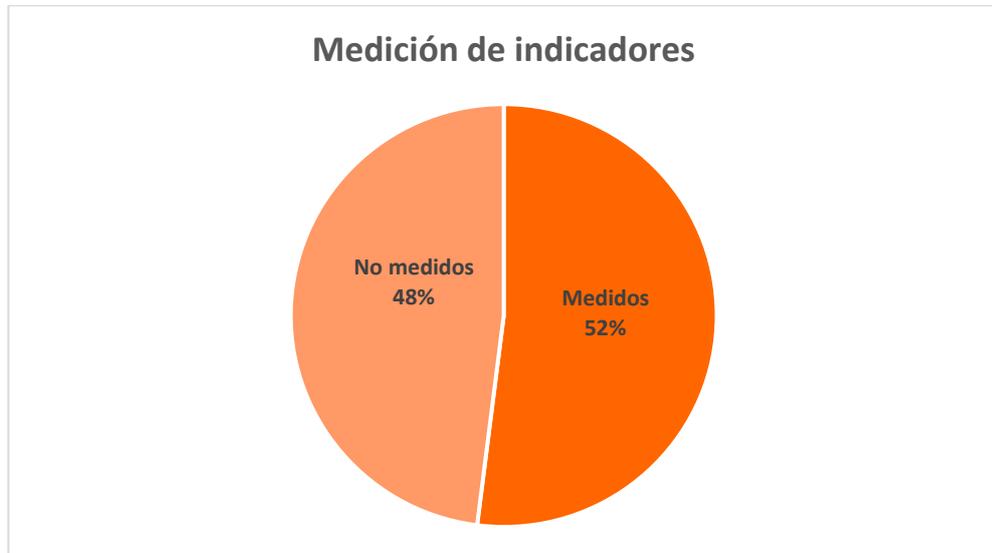
En el eje de innovación de las 9 acciones incluidas se han ejecutado el 89%, por tanto, la totalidad de las acciones que se encontraban en proceso de ejecución en el primer semestre. Solo una acción ha quedado sin ejecutar



3.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE INNOVACIÓN	MEDICIÓN
INN.PO21.01	Nº inscripciones	21
	Nº participantes	21
	Nº campañas	1
	Nº publicaciones	---
	Alcance (impactos)	---
INN.PO21.02	Nº mesas constituidas para el desarrollo del proyecto	34
	Nº de eventos de promoción realizados	1
	Nº empresas o proyectos empresariales asistidos	---
INN.PO21.03	Nº visitas	---
INN.PO21.04	Nº proyectos atendidos	36
	Nº consultas asistidas	35
INN.PO21.05	Nº de estudios	1
	Nº de entrevistas/focus groups	---
INN.PO21.06	Nº de proyectos/startups participantes junto a TyP	4
	Presencia en medios y redes sociales: número de notas de prensa, post en RR.SS.	---
INN.PO21.07	Nº empresas participante en los premios	10
	Impacto de las campañas de promoción	---
	Impactos en medios (radio/tv)	---
INN.PO21.08	Nº empresas presentadas	10
	Nº proyectos emblemáticos presentados	10
	Nº inversores o fondos de inversión captados	---
	Impactos en medios	---
INN.PO21.09	Nº empresas participantes	10
	Impacto de las campañas de promoción	---
	Impactos en medios (radio/tv)	---

Se han establecido 25 indicadores de los que solo ha podido medirse el 52% debido a su mayor parte a la imposibilidad de obtener la información necesaria para su ejecución.



4 DESEMPEÑO DEL EJE DE TECNOLOGÍA

4.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

TEC.PO21.01 SISTEMA DE GESTIÓN DE DESTINO DE LA COSTA DEL SOL

Descripción Sistema de Gestión de Destino de la Costa del Sol que centraliza toda la información y es el lugar de referencia para empresas y turistas que quieran visitar nuestra provincia.

Estado 100%

TEC.PO21.02 DESARROLLO DEL PORTAL DE LA DIPUTACIÓN DE MÁLAGA

Descripción Desde nuestro departamento, desarrollamos y alojamos el portal oficial de la Diputación de Málaga desde hace más de 15 años, un servicio clave para la ciudadanía en el que se ofrece toda la información y actualidad de las delegaciones y servicios que la forman.

Estado 100%

TEC.PO21.03 PORTAL DE ACTIVIDADES CENTRO CULTURAL MVA

Descripción El Centro Cultural María Victoria Atencia es uno de los principales promotores de actividades culturales de la provincia ofreciendo un amplio catálogo de eventos de música, cine, danza teatro y exposiciones.

Estado 100%

TEC.PO21.04 PORTAL DE BIRDING MÁLAGA

Descripción Este portal ofrece una información completa de rutas, puntos de observación, servicios a los ornitólogos, y, por supuesto, fichas sobre aves, hábitats o épocas de avistamiento recomendadas.

Estado 100%

TEC.PO21.05 PORTAL DE BIENAL DE FLAMENCO DE MÁLAGA

Descripción Este evento convoca cada dos años a los mejores artistas del flamenco en España. El festival promociona la cultura del flamenco con la participación de artistas reconocidos. Completa su oferta con actividades paralelas como exposiciones de arte, eventos en las peñas flamencas y asociaciones culturales y un amplio catálogo de actividades en la ciudad y pueblos de toda la provincia.

Estado 100%

TEC.PO21.6 PORTAL DE LA GRAN SENDA DE MALAGA

Descripción La Gran Senda de Málaga es un proyecto de éxito que impulsa la Diputación de Málaga para la creación y consolidación de una gran ruta circular que recorre toda la provincia. Adicionalmente el portal ofrece el catálogo completo de todas las rutas de senderismo de la provincia.

Estado 100%

TEC.PO21.7 PORTAL DE LA SENDA AZUL DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Descripción Desarrollaremos un portal que tendrá como objetivo no solo la promoción del proyecto, sino que incluirá una amplia oferta de experiencias destacadas de turismo azul que se podrán realizar por los visitantes en nuestro litoral.

Estado 100%

TEC.PO21.8 PORTAL DE LA SENDA LITORAL

Descripción La Senda Litoral es un producto de la Diputación de Málaga en el que más de 200 kilómetros que en la actualidad pueden ser recorridos a pie casi en su totalidad a través de 14 municipios de la Costa del Sol.

Estado 100%

TEC.PO21.9 PORTAL DE LAS FIESTAS SINGULARES DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Descripción Este portal está dedicado a dar a conocer las fiestas y tradiciones más destacadas y a poner en valor la singularidad de cada una de ellas.

Estado 100%

TEC.PO21.10 PORTAL DE MÁLAGA VIVA

Descripción Es una iniciativa transversal que impulsa la lucha contra el cambio climático en la provincia de Málaga y promueve la concienciación de la ciudadanía sobre la importancia y el respeto al medio ambiente.

Estado 100%

TEC.PO21.11 PORTAL DEL CAMINITO DEL REY

Descripción Portal Oficial del Caminito del Rey con información avanzada para mejorar la experiencia del visitante.

Estado 100%

TEC.PO21.12 PORTAL EXPERIENCES 365

Descripción Costa del Sol Experiences 365 es un programa para el impulso de experiencias singulares turísticas de la Provincia de Málaga.

Estado 100%

TEC.PO21.13 PORTAL TOURIMS HUB

Descripción Costa del Sol Tourism Hub es un programa de aceleración empresarial específicamente diseñado para impulsar y promover proyectos relacionados con el sector turístico.

Estado 100%

TEC.PO21.14 DESARROLLO DE LA PLATAFORMA DE GESTIÓN DEL PLAN DE ASISTENCIA Y COOPERACIÓN A ENTIDADES LOCALES

Descripción Desde la Delegación de Fomento e Infraestructuras de la Diputación de Málaga se gestiona el Plan Provincial de Asistencia y Cooperación a Entidades Locales que tiene como objetivo reforzar la autonomía local mediante la dotación a los ayuntamientos de la financiación necesaria para que puedan atender las necesidades de sus municipios y apoyen la reactivación atendiendo a las particularidades de cada territorio.

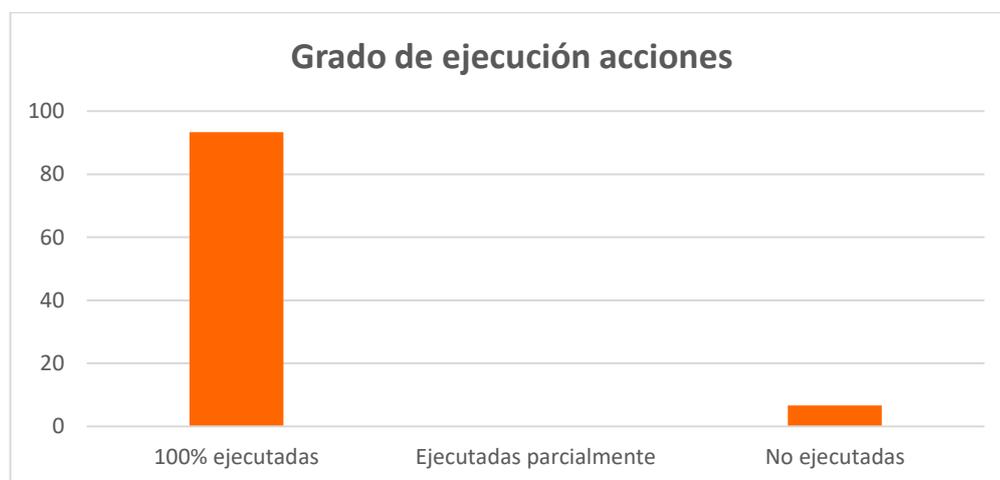
Estado 100%

TEC.PO21.15 DATA CONSOTIUM

Descripción Desarrollo de herramientas para aglutinar las diferentes fuentes de información primarias y secundarias (Decision Making) que permita la consulta online de datos turísticos disponibles a tiempo real , con el fin de agilizar las tomas de decisiones y la mejora de la competitividad del destino.

Estado Cancelado

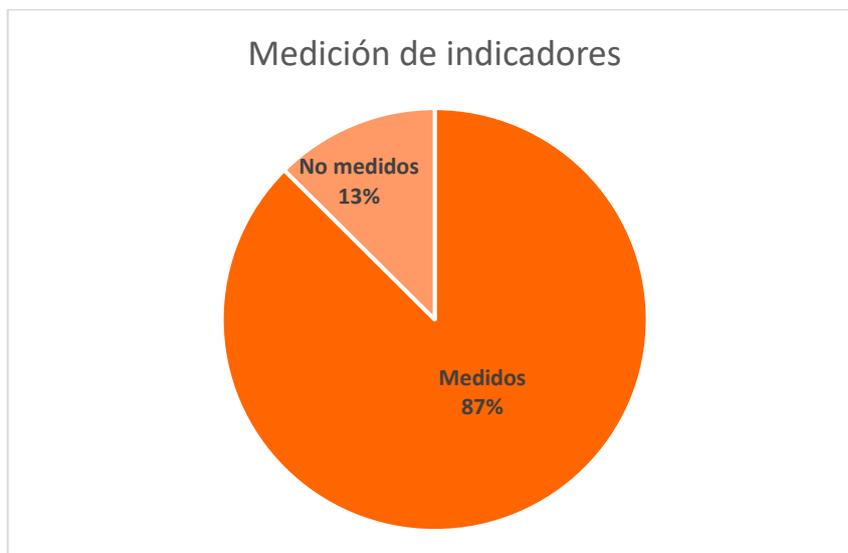
En el eje de tecnología se ha ejecutado el 93% de las acciones. Una de las acciones ha sido cancelada.



4.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE TECNOLOGÍA	MEDICIÓN
TEC.PO21.01	Nº visitas	1781322
TEC.PO21.02	Nº visitas	1596587
TEC.PO21.03	Nº visitas	24724
TEC.PO21.04	Nº visitas	29816
TEC.PO21.05	Nº visitas	28860
TEC.PO21.06	Nº visitas	109796
TEC.PO21.07	Nº visitas	372
TEC.PO21.08	Nº visitas	51776
TEC.PO21.09	Nº visitas	3098
TEC.PO21. 10	Nº visitas	13358
TEC.PO21. 11	Nº visitas	1243994
TEC.PO21. 12	Nº visitas	1155
TEC.PO21. 13	Nº visitas	2895
TEC.PO21. 14	Nº visitas	2100
TEC.PO21. 15	Nº de fuentes integradas	--
	Nº de dashboard disponibles	---

En el eje de Tecnología se han establecido 16 indicadores siendo posible la medición del 87% de los mismos. Los únicos indicadores no medidos son los correspondientes a la acción cancelada.



5 DESEMPEÑO DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD

5.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

SOS.PO21.01 ECONOMÍA Y EMPLEO TURÍSTICO

Descripción Generar conocimiento turístico como base para la toma de decisiones público y privadas a través de informes como: balances, previsiones, coyuntura turística, tendencias, segmentos, mercados, competitividad, planes, Observatorios, ... etc.

Estado 75%

SOS.PO21.02 ACCIÓN ESTADOS UNIDOS CANADÁ

Descripción Campañas en redes sociales segmentadas y dirigidas al segmento premium y a los mercados concretos de EEUU y Canadá

Estado Cancelada

SOS.PO21.03 ACCIONES B2C ESPAÑA

Descripción Acciones directas consumidor final segmento premium mercado nacional a través de canales que impacten en este segmento.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.04 ACCIONES B2C INTERNACIONAL

Descripción Acciones directas consumidor final segmento premium mercado internacional a través de canales que impacten en este segmento.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.05 ALPHE LONDRES

Descripción Acción B2B en una de las ferias con mayor peso a nivel mundial del mundo B2B de la educación, en la que participan miles de agentes especializados en viajes de formación.

Estado No celebrado

SOS.PO21.06 ALPHE MÁLAGA

Descripción Acción B2B en una de las ferias con mayor peso a nivel mundial del mundo B2B de la educación, que además apuesta por el destino.

Estado No celebrado

SOS.PO21.07 APOYO CONECTIVIDAD

Descripción Visitas in house a líneas aéreas internacionales y asistencia al encuentro europeo Routes bajo la coordinación de Aena así como todas las acciones que se contemplen desde esta mesa de trabajo.

Estado 100%

SOS.PO21.08 ASISTENCIA CONGRESO ANUAL PGA ALEMANIA

Descripción Asistencia al Congreso Anual.

Estado Cancelado

SOS.PO21.09 ASISTENCIA SOLHEIM CUP 2021

Descripción Asistencia al torneo de golf como patrocinador principal del mismo.

Estado Cancelado

SOS.PO21.10 AUDITORIA DE REPUTACIÓN ONLINE EN PLATAFORMA CHINA

Descripción Informe de la presencia del destino en las principales herramientas y plataformas que utilizan exclusivamente los turistas chinos: puntos positivos y puntos a mejorar, según los propios turistas.

Estado 100%

SOS.PO21.11 BLOG TRIP COMUNIDAD DE VIAJEROS ONLINE

Descripción Realización de blogtrip con portal de Social Travel. Grabación en video de la experiencia y quedada online entre la comunidad de viajeros y los influencers donde podrán escuchar de primera mano la experiencia en el destino.

Estado Desviado proyecto 360

SOS.PO21.12 BLOG TRIP INFLUENCERS ESPECIALISTAS EN CREACIÓN DE CONTENIDO DE VÍDEO

Descripción Viaje con influencers españoles especialistas en creación de contenido de video. Creación de contenido propio sobre diferentes segmentos: Cultura y gastronomía, turismo activo y experiencias únicas, enoturismo y wellness.

Estado Desviado proyecto 360

SOS.PO21.13 BLOG TRIP INFLUENCERS GASTRONÓMICOS

Descripción Viaje con influencers gastronómicos para la promoción de la gastronomía típica malagueña .

Estado Desviado proyecto 360

SOS.PO21.14 BTL LISBOA

Descripción Es el escaparate más importante del pujante sector turístico portugués, que tiene en España a su principal mercado receptivo. Además de los expositores de centenas de destinos de todo el mundo, el programa BTL incluye talleres temáticos, presentaciones de destino, pruebas gastronómicas o presentaciones culturales.

Estado Cancelada

SOS.PO21.15 B-TRAVEL

Descripción Es una de las ferias multisegmento de referencia en el sur de Europa. La feria cuenta con distintas secciones que incluyen el B-Happy para cruceros y wellness; B-Culture para los viajes enfocados al arte, la historia y la cultura; B-Special para el turismo de compras y B-Adventure para el turismo deportivo y de aventura.

Estado 100%

SOS.PO21.16 CAMPAÑA LLAMADA A ACCIÓN SKY Y RRSS

Descripción Campaña de seguimiento de la potente campaña de publicidad en SKY Sports – Golf Channel realizada durante el mes de diciembre 2020, se plantean acciones concretas para reactivar el mercado británico de golf, dirigidas a los leads generados por la campaña en televisión terrestre, satélite y digital.

Estado ----

SOS.PO21.17 CAMPAÑA MARKETING COSTA DEL GOLF POST COVID B2B2C

Descripción Campaña integral de comunicación y publicidad, con llamada a acción, enfocada en targets definidos de los aficionados de golf con tendencia de viajar.

Estado 100%

SOS.PO21.18 CAMPAÑA MARKETING ONLINE DIFUSIÓN BONO TURÍSTICO ANDALUZ

Descripción Campaña de marketing online "Aprovecha el bono turístico andaluz y visita la Costa del Sol" Campaña en RRSS y banners.

Estado Desviado a Bienal de Flamenco

SOS.PO21.19 CAMPAÑA MARKETING ONLINE GASTRONOMÍA

Descripción Utilización de videos de recetas típicas malagueñas para campaña de marketing sobre gastronomía, creación de landing page, sorteo estancia y clase de cocina.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.20 CAMPAÑA RADIO MARCA BAJO PAR

Descripción Campaña a nivel nacional que incorpora tanto cuñas promocionales como entrevistas a personajes relevantes del mundo del golf vinculados con el destino. A partir de abril y hasta fin de año.

Estado 100%

SOS.PO21.21 CAMPAÑA RFGA Y PRESENCIA FERIAS Y TORNEOS

Descripción Acuerdo de colaboración para cubrir el máximo de ferias y torneos, tanto presenciales como online, entre ambas instituciones, así como trabajar en nuevas líneas de colaboración con respecto a colaboraciones con Federaciones de Golf europeas.

Estado 100%

SOS.PO21.22 CAMPAÑA RRSS PORTUGAL

Descripción Campaña de RRSS en Portugal en colaboración con OET. Premio : estancia en el destino y billetes de avión. .

Estado 0%

SOS.PO21.23 CAMPAÑAS CO-MARKETING TOUOPERADORES NACIONALES

Descripción Campañas de co-marketing con Turoperadores nacionales.

Estado 100%

SOS.PO21.24 CAMPAÑAS COSTA DEL SOL B2C PORTALES ESPECIALIZADOS

Descripción Campañas de comunicación y publicidad en portales especializados en golf, a nivel nacional.

Estado 100%

SOS.PO21.25 CAMPAÑAS SOCIAL MEDIA

Descripción Campañas en redes sociales segmentadas y dirigidas al segmento premium y a los diferentes mercados de interés.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.26 CANAL COCINA EN ORIGEN

Descripción Desarrollo de una serie de videos centrados en la cocina de origen, la cocina más popular de Málaga, y el destino. Conjugando en una serie de temporadas, estos dos elementos, todo bajo la visión de ofrecer experiencias singulares, únicas, dicho de otra manera, aportando valor al destino Costa del Sol Málaga.

Estado Cancelada

SOS.PO21.27 CATÁLOGO DIGITAL DE LUJO

Descripción Desarrollo de un catálogo digital específico para este segmento dirigido a los mercados de interés.

Estado Cancelada

- SOS.PO21.28** **CO-MARKETING AGENCIAS DE VIAJE ONLINE PORTUGAL
MULTISEGMENTO**
Descripción Campaña de Co-marketing digital: Banners, creación de microsite con oferta turística y alojamientos en la Costa del Sol.
Estado 100%
- SOS.PO21.29** **CO-MARKETING AGENCIAS DE VIAJE ONLINE PORTUGAL TURISMO DE
INTERIOR Y WELLNESS**
Descripción Campaña de co-marketing con OTA en Portugal para promoción de turismo interior y wellness.
Estado 100%
- SOS.PO21.30** **COMUNICACIÓN SOLHEIM CUP**
Descripción Acciones de comunicación destinadas a dar a conocer el destino aprovechando la repercusión de la Solheim Cup
Estado 100%
- SOS.PO21.31** **CONGRESOS/COLABORACIONES ASOCIACIONES AGENTES DE VIAJE**
Descripción Colaboraciones en eventos de asociaciones de agencias de viaje a través de difusión de imagen de marca.
Estado 0%
- SOS.PO21.32** **COSTA DEL SOL AMBASSADOR CUP**
Descripción Viaje de familiarización de altos directivos y responsables de golf de los principales turoperadores, sobre todo de los mercados americanos y asiáticos.
Estado Cancelado
- SOS.PO21.33** **DIFUSIÓN DE LA MARCA A TRAVÉS DE EVENTOS NÁUTICOS**
Descripción Acciones, eventos de diferente índole con el fin de apoyar la promoción del segmento náutico.
Estado Desviado a proyecto 360
- SOS.PO21.34** **DOÑANA BIRD FAIR**
Descripción Feria de referencia en turismo ornitológico. Durante tres días tienen lugar una serie de actividades alrededor del mundo de las aves silvestres, su conservación, su estudio y su observación. Durante la feria se pueden adquirir productos relacionados con la observación de aves y, fundamentalmente, ofertas de viajes especializados por toda Andalucía, España, Europa y otras partes del mundo para ver aves en estado salvaje.
Estado Cancelada

SOS.PO21.35 EXPOVACACIONES

Descripción Feria internacional de Turismo y tiempo libre, este certamen reúne todas las novedades del sector, las últimas propuestas en rutas y destinos, y las más innovadoras alternativas de ocio y tiempo libre.

Estado 100%

SOS.PO21.36 FAM POST IAGTO ANDALUCÍA GOLF TROPHY EN CÁDIZ

Descripción Tras la celebración del IAGTO Golf Trophy, se hace una selección de turoperadores asistentes al mismo, en base a los objetivos y se realiza un viaje de familiarización.

Estado Cancelado

SOS.PO21.37 FAM TRIP VARIOS

Descripción Realización de fam trips en colaboración con agencias de viaje y/o mayoristas.

Estado 50%

SOS.PO21.38 FAM TRIP YOUR GOLF TRAVEL - GREEN JACKET EVENT

Descripción Viaje de familiarización destinado a agentes británicos de golf, que forman parte de la plantilla comercial de Your Golf Travel, con el fin de mejorar su conocimiento del destino y como incentivo por las ventas realizadas a lo largo de 2020, y que han sido aplazadas para 2021.

Estado Cancelado

SOS.PO21.39 FAM TRIPS VARIOS

Descripción Por definir.

Estado Cancelado

SOS.PO21.40 FAM TRIPS VARIOS

Descripción Previsión de posibles FamTrips, encuentros y misiones comerciales a nivel local organizados por Turismo Andaluz / Turespaña / Ayto Málaga en las que participaríamos, teniendo también en cuenta el posible apoyo de FEDELE / Institutos Cervantes /UMA etc. invitando conectar agentes y escuelas, con una presentación del destino y reuniones técnicas, así como visitas a escuelas, museos, municipios, etc.

Estado 50%

SOS.PO21.41 FAM TRIPS VARIOS ESPAÑA

Descripción Viajes de familiarización en el destino

Estado 100%

SOS.PO21.42 FERIA CICLOTURISMO

Descripción Asistencia a ferias de cicloturismo a nivel nacional.

Estado 0%

SOS.PO21.43 FERIA VIRTUAL COSTA DEL SOL

Descripción Feria virtual propia para encuentros entre empresas turísticas de la provincia con agencias de viaje y turoperadores a nivel nacional.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.44 FERIAS INTERNACIONALES

Descripción Asistencia a ferias en mercados emergentes y ferias asociadas al segmento premium y conectividad.

Estado 100%

SOS.PO21.45 FESTIVAL WELCOME BACK (MUSLIM FRIENDLY)

Descripción Evento en el destino Costa del Sol dirigido al mercado árabe.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.46 FIT

Descripción Se trata de la feria de turismo más importante de Latinoamérica, con más de 90 mil visitantes entre profesionales de sector y público, se trata de una gran oportunidad para establecer socios estratégicos en América Latina, potenciar servicios y expandir áreas de negocios.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.47 FITUR

Descripción FITUR es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y una de las tres ferias de turismo más importantes del mundo.

Estado 100%

SOS.PO21.48 FLYER CHINO

Descripción Desarrollo de un catálogo digital específico para este segmento dirigido al mercado chino premium.

Estado 100%

SOS.PO21.49 FOROS VIRTUALES (FEDELE)

Descripción Previsión de posibles foros y encuentros virtuales en las que participaríamos, además de valorar la posibilidad de organizar un foro virtual propio, con el apoyo por ejemplo de FEDELE / Institutos Cervantes /UMA etc. invitando conectar agentes y escuelas, con una presentación del destino.

Estado cancelado

SOS.PO21.50 IAGTO ANDALUCÍA GOLF TROPHY EN CÁDIZ

Descripción Jornadas profesionales entre turoperadores de IAGTO y empresas andaluzas del segmento del golf.

Estado Cancelado

SOS.PO21.51 IAGTO NAC NORTH AMERICAN GOLF TOURISM CONVENTION

Descripción La única exposición mundial de golf para profesionales de viajes de golf, que muestra destinos de golf, complejos turísticos y campos a operadores turísticos que buscan aumentar su oferta y conocimiento de productos.

Estado Cancelado

SOS.PO21.52 IBTM WORLD

Descripción IBTM World es una de las ferias más importantes para el segmento de reuniones, convenciones e incentivos a nivel internacional. Imex está enfocada únicamente al turismo de reuniones e incentivos y va dirigida a todos los mercados internacionales contando con la presencia de compradores de todo el mundo. Se trata de la feria de turismo de reuniones más grande e importante junto con Imex Frankfurt

Estado 100%

SOS.PO21.53 ICEF

Descripción Acción B2B en una de las ferias con mayor peso a nivel mundial del mundo B2B de la educación, en la que participan miles de agentes especializados en viajes de formación. Se acompaña con cobertura online en ICEF Monitor, revista y plataforma online para agentes

Estado 100%

SOS.PO21.54 IFTM TOP RESA

Descripción La primera feria turística de Francia (mercado estratégico para la Costa del Sol, tradicional y mercado donde hay que seguir mostrando una imagen de destino renovada). Se prevé tener mostradores y mesas de trabajo para CDS y miembros del foro asistentes, una agenda de citas, atender el mostrador y hacer presentaciones y reuniones técnicas tanto a nivel de agentes como a la OET. Posibilidad de organizar un evento en una sala de la feria para AAVV / TTOO y MMCC, con degustación u otro.

Estado 100%

SOS.PO21.55 IGTM

Descripción La única exposición mundial de golf para profesionales de viajes de golf, que muestra destinos de golf, complejos turísticos y campos a operadores turísticos que buscan aumentar su oferta y conocimiento de productos.

Estado 100%

SOS.PO21.56 IMEX

Descripción IMEX Frankfurt es una de las ferias más importantes para el segmento de reuniones, convenciones e incentivos a nivel internacional. Imex está

enfocada únicamente al turismo de reuniones e incentivos y va dirigida a todos los mercados internacionales contando con la presencia de compradores de todo el mundo. Se trata de la feria de turismo de reuniones más grande e importante junto con la IBTM de Barcelona.

Estado cancelado

SOS.PO21.57 IMEX AMÉRICA

Descripción IMEX America es la feria de turismo de reuniones más grande e importante del continente americano junto con IBTM America. Está enfocada únicamente al turismo de reuniones e incentivos y va dirigida a todos los mercados internacionales contando con la presencia de compradores de todo el mundo

Estado 0%

SOS.PO21.58 INTUR

Descripción Feria internacional de turismo interior. Se trata del certamen líder en este segmento turístico de cuantos se celebran en España. Con un perfil de público mixto; los dos primeros días se suceden las propuestas profesionales y durante el fin de semana, miles de visitantes acuden en busca de experiencias turísticas

Estado 100%

SOS.PO21.59 INVESTIGACIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS

Descripción Visitas in house a las agencias más relevantes del segmento para divulgar contenido específico sobre el destino

Estado 100%

SOS.PO21.60 ITB

Descripción La primera feria turística de Alemania (mercado estratégico para la Costa del Sol, tradicional y un mercado donde hay que seguir mostrando una imagen de destino renovada) y una de las mayores a nivel mundial. Se prevé tener una agenda de citas, atender el mostrador (virtual) y hacer presentaciones y reuniones técnicas tanto a nivel de agentes como a la OET.

Estado 100%

SOS.PO21.61 JORNADAS INVERSAS PROPIAS

Descripción JJPP para dar a conocer el destino bajo el paraguas y peso de España, donde participan otros Convention Bureaux españoles, además de empresarios

Estado No celebrad0

JORNADAS PROFESIONALES Y MISIONES COMERCIALES EN

SOS.PO21.62 SUDAMÉRICA

Descripción Encuentros profesionales entre la oferta turística costasoleña y profesionales del sector de Sudamérica

Estado 0%

SOS.PO21.63 JORNADAS PROFESIONALES, MISIONES COMERCIALES Y ACCIONES AL CONSUMIDOR DE ANDALUCÍA EN ESPAÑA Y PORTUGAL

Descripción Encuentros profesionales entre la oferta turística costasoleña y profesionales del sector de España y Portugal.

Estado 100%

SOS.PO21.64 M&I FORUM

Descripción Peticiones recibidas a raíz de la acción, contactos generados.

Estado Cancelado

SOS.PO21.65 MATKA

Descripción La primera feria turística de países Nórdicos (mercados estratégicos para la Costa del Sol, tradicionales y mercados donde hay que seguir mostrando una imagen de destino renovada). Se prevé tener un stand propio, personal para la interpretación para las citas, una agenda de citas, atender el mostrador y hacer presentaciones y reuniones técnicas tanto a nivel de agentes como a la OET.

Estado Suspendido por covid

SOS.PO21.66 MEMBRESÍA ICCA

Descripción Asociación internacional de congresos y convenciones que aglutina a más de 1.100 empresas del sector de 100 países. Ofrece a sus miembros el acceso a una base de datos de congresos y reuniones internacionales, distintos canales de comunicación, formación y oportunidades de negocio entre los miembros. Sus miembros están divididos en sectores: destinos, agencias organizadoras de congresos y eventos, empresas auxiliares, sedes y transporte, siendo líderes en sus respectivos países.

Estado 0%

SOS.PO21.67 MICROSITE MERCADOS EMERGENTES

Descripción Desarrollo de un microsite específico sobre la oferta del segmento premium dirigido a mercados emergentes

Estado 70%

SOS.PO21.68 MISIONES COMERCIALES TURISMO ANDALUZ (INSTITUTO CERVANTES)

Descripción Previsión de posibles foros, encuentros y misiones comerciales organizados por Turismo Andaluz / Turespaña en las que participaríamos, teniendo también en cuenta el posible apoyo de FEDELE / Institutos Cervantes /UMA etc. invitando conectar agentes y escuelas, con una presentación del destino y reuniones técnicas

Estado No celebrado

SOS.PO21.69 MITT

Descripción La primera feria turística de Rusia, mercado de gran importancia para el destino y un mercado a desarrollar. Se prevé participar dentro del espacio de Turespaña / Turismo Andaluz, con mostradores / mesa de trabajo. Se prevé tener una agenda de citas, atender el mostrador y hacer alguna presentación técnica tanto a nivel de agentes como a la OET.

Estado No se ha asistido por COVID

SOS.PO21.70 MPI

Descripción Meetings Professionals International es la asociación del sector más grande del mundo y la más dinámica. Fundada en EEUU en 1972, llegó a España en 2006. Cuenta con 1.300 socios en Europa y casi 18.000 en el mundo

Estado 0%

SOS.PO21.71 MUNDO ABREU

Descripción La Feria Mundial de Viajes Abreu es uno de los principales eventos de venta directa al público en Europa. En esta feria se reúnen más de 250 expositores de más de 150 destinos nacionales e internacionales que presentan su oferta turística en la hostelería, el turismo cultural, naturaleza, ocio y aventura

Estado Cancelada

SOS.PO21.72 NAVARTUR

Descripción Feria que acoge una gran variedad de propuestas relacionadas con el turismo cultural y religioso, de montaña y naturaleza, rural, deportivo, de aventura, ecoturismo, turismo de gastronomía y turismo de congresos.

Estado Cancelada

SOS.PO21.73 PATROCINIO SOLHEIM CUP 2023 - LET RACE TO COSTA DEL SOL - ANDALUCÍA COSTA DEL SOL OPEN DE ESPAÑA 2019-2025

Descripción Acciones de patrocinio de los eventos de golf más importantes de LET (Ladies European Tour) y de la Solheim Cup 2023

Estado 48%

SOS.PO21.74 PGA ALEMANIA PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DE IMAGEN 2020 Y 2021

Descripción La promoción de golf es una de los cometidos de la PGA y, a través de una red de más de 700 clubes de golf, la PGA es considerada como generador de negocio y líder de opinión. La PGA tiene colaboración con los MMCC especializados y puede influir sobre la imagen del destino, además de ofrecer un portal con más de 3 millones de visitas al año, y ofrecen cobertura en estos medios y en los newsletters de la propia PGA

Estado 100%

SOS.PO21.75 PLAN DE ACCIÓN, COMUNICACIÓN Y CONTENIDOS LET

Descripción Campaña a nivel nacional que incorpora tanto cuñas promocionales como entrevistas a personajes relevantes del mundo del golf, vinculados con el destino. A partir de marzo 2020 y hasta marzo 2021

Estado Incorporado a otro proyecto

SOS.PO21.76 PRESENTACIÓN DESTINO

Descripción Eventos-presentaciones dirigidas a agentes de viajes en Marruecos.

Estado 100%

SOS.PO21.77 PRESENTACIÓN DESTINO ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ

Descripción Eventos-presentaciones dirigidas a agentes de viajes en USA y Canadá

Estado 100%

SOS.PO21.78 PRESENTACIÓN PARA AGENTES DE VIAJE MICE SPAIN DMC

Descripción Presentación de destino a los miembros de la Asociación Española de DMCs, donde nuestros empresarios (hoteles y empresas de servicios) tengan también la oportunidad de presentar su producto/servicios

Estado 100%

SOS.PO21.79 PRESENTACIÓN PARA AGENTES DE VIAJES MICE

Descripción Presentación de destino a casas de incentivo, corporates y agencias de comunicación y eventos internacionales, donde nuestros empresarios tendrán también la oportunidad de presentar su producto/servicios

Estado 100%

SOS.PO21.80 PUERTA A PUERTA INTERNACIONAL

Descripción Visitas in house a las principales agencias outgoing del segmento premium en mercados emergentes, incluyendo Rusia.

Estado 100%

SOS.PO21.81 RENOVACIÓN BANCO DE IMÁGENES

Descripción Renovar el banco de imágenes designadas segmento lujo

Estado 100%

SOS.PO21.82 RENOVACIÓN WEB PREMIUM/EBOOK

Descripción Renovación de imagen, diseño y contenido de la web de Elite (premium ahora) para orientarla a las nuevas necesidades, así como el desarrollo de un Ebook sobre el segmento premium

Estado En proceso

SOS.PO21.83 SITE

Descripción SITE es una organización mundial sin ánimo de lucro, creada por personas profesionales de la industria turística especializadas en eventos e incentivos. El objetivo que les impulsa consiste en generar un espacio de encuentro donde compartir e intercambiar experiencias y conocimientos.

SITE SPAIN acoge actualmente a un centenar de expertos de la península ibérica, entre los que se encuentran hoteles, DMCs, Convention Bureaux, empresas de servicio, etc. Comparten conocimiento a través de la organización de actividades formativas, networking, etc.

Estado 0%

SOS.PO21.84 TIERRA ADENTRO

Descripción Tierra Adentro, Feria de Turismo, Deporte y Aventura, es una feria dedicada a todos aquellos sectores que engloban el turismo de interior, el deporte activo y la naturaleza.

La zona expositiva se complementa con una zona de actividades, además de talleres, jornadas técnicas y un workshop en el que participan por un lado, empresas del deporte y turismo de aventura; y por otro lado, agencias de viajes especializadas en este sector

Estado 100%

SOS.PO21.85 TOP CELEBRITIES

Descripción Viajes de familiarización en destino con celebrities destacados de los mercados segmento premium

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.86 VÍDEO ESTRELLA MICHELÍN

Descripción Desarrollo de un video específico sobre la oferta y la experiencia gastronómica de las estrellas Michelin de la provincia dirigido a todos los mercados.

Estado En proceso

SOS.PO21.87 VÍDEO SEGMENTO PREMIUM

Descripción Desarrollo de un video específico sobre la oferta del segmento premium dirigido a todos los mercados.

Estado 100%

SOS.PO21.88 VIDEOMAPPING

Descripción Proyección video Costa del Sol en edificios emblemáticos de ciudades relevantes.

Estado Desviado a proyecto 360

SOS.PO21.89 VISITAS INHOUSE/PRESENTACIÓN

Descripción Visitas in house a líneas aéreas en los mercados GCC + presentaciones a sus redes de distribución

Estado Se incorpora a **SOS.PO21.76**

SOS.PO21.90 WEBINAR VIRTUAL LIVE CHINA

Descripción Presentaciones virtuales dirigidas a agentes de viajes en China

Estado cancelado

SOS.PO21.91 WEBINAR VIRTUAL LIVE DUBAI/KUWAIT/QATAR

Descripción Presentaciones virtuales dirigidas a agentes de viajes en los países GCC: Qatar, Kuwait, Bahrein, EAU, Arabia Saudí y Omán.

Estado cancelado

SOS.PO21.92 WEBINAR VIRTUAL LIVE INDIA/SRI LANKA

Descripción Presentaciones virtuales dirigidas a agentes de viajes en India y Sri Lanka, centradas en las ciudades de Mumbai, New Delhi y Colombo.

Estado 100%

SOS.PO21.93 WEBINAR VIRTUAL LIVE JAPÓN/COREA/TAIWAN

Descripción Presentaciones virtuales dirigidas a agentes de viajes en Japón, Korea y Taiwan

Estado 100%

SOS.PO21.94 WEBINAR VIRTUAL LIVE SINGAPUR/FILIPINAS/INDONESIA

Descripción Presentaciones virtuales dirigidas a agentes de viajes en Singapur e Indonesia

Estado 33%

SOS.PO21.95 WTM

Descripción La primera feria turística de Reino Unido (mercado estratégico para la Costa del Sol, tradicional y mercado donde hay que seguir mostrando una imagen de destino renovada) y una de las más importantes del mundo. Se prevé tener stand propio, y mostrador (de Turismo Andaluz), una agenda de citas, atender el mostrador, stand, etc. y hacer presentaciones y reuniones técnicas tanto a nivel de agentes como a la OET. Posibilidad de acompañar la feria con una acción off- y online de branding.

Estado 100%

SOS.PO21.96 XXII O XXIII PRO AM COSTA DEL GOLF TURISMO

Descripción Evento social con la finalidad de unir a los campos de golf para fortalecer las relaciones y el sentimiento de pertinencia con el destino; fomentando las sinergias comerciales entre todos.

Estado 100%

SUPERVISIÓN GENERACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PARQUES

SOS.PO21.97 Y PARAJES NATURALES DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Descripción Se identificarán los recursos más importantes de cada uno de los espacios naturales seleccionados de modo que el material que se genere sea representativo de cada uno de estos espacios. Se acompañará a la empresa encargada de la generación de este material para mostrarle los recursos seleccionados, así como las actividades que se pueden llevar a cabo en cada uno de ellos. También se dará apoyo al departamento de promoción en la revisión del material promocional que se vaya generando para sus campañas a partir de este material audiovisual.

Estado Cancelado

SOS.PO21.98 CAMPOS DE GOLF DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Descripción Se trata de un visor web en el que se mostrarán todos los campos de golf de la provincia de Málaga y en el que se podrán consultar sus características técnicas más importantes y de interés para el potencial visitante de la Costa del Sol.

Estado 100%

SOS.PO21.99 CORREDOR VERDE DEL GUADALHORECE

Descripción Espacio natural que une los parajes de la desembocadura del Guadalhorce con el Desfiladero de los Gaitanes:
Restauración ambiental de Bosques de Ribera y zonas con potencialidad natural
Apoyo e incentivo a la transición a prácticas sostenibles de la Agricultura Ecológica, Turismo Rural y de Ocio.
Ecologización de los núcleos de población mediante Parque fluviales periurbanos como lugar de transición de la ciudad a la naturaleza.
Registro el territorio mediante Rutas o Senderos interconectadas;
Recuperación de Vías Pecuarias para su conversión en Vías Verdes y acondicionamiento de toda una red de caminos.
Registro e interpretación de los valores culturales, arqueológicos, ornitológicos, gastronómicos, costumbres, etc.

Estado Se incluye en SOS.PO21.107

ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA Y ANÁLISIS DE SOLUCIONES DE

SOS.PO21.100 CONTROL DE AFORO DE 3 ESPACIOS NATURALES

Descripción Se calculará el número máximo de visitantes que cada uno de estos espacios puede albergar de modo que quede garantizado el menor impacto ecológico y el mayor nivel de satisfacción por parte de los visitantes. Con la aplicación de estas medidas de control también se pretende dar las máximas garantías de seguridad para sus usuarios y el cumplimiento de las posibles restricciones que se impongan para su uso.

Estado Cancelado

SOS.PO21.101 NUEVOS MODELOS DE OCUPACIÓN DEL TERRITORIO FASE 2

Descripción Lo ocurrido con la crisis sanitaria hace pensar en un cambio de modelo de ocupación del territorio mediante una reactivación económica y diversificación de la ocupación, que, a su vez, permita una redistribución de la población y sus formas de vida y sectores de trabajo. El objetivo que debemos perseguir en un trasvase de población de las zonas más masificadas de la Costa hacia el interior, de manera que se consiga una nueva distribución de esta de forma más sostenible y equitativa. Al mismo tiempo, este cambio en el modelo de ocupación del territorio repercutirá en una reactivación económica como consecuencia de la diversificación de los sectores repercutiendo directamente en el desempleo generado por la debilidad del modelo actual de concentración de actividades. Esto se podrá conseguir dotando de todos los servicios de infraestructuras necesarias para que la población pueda fijar en estas zonas de interior sus residencias, al tiempo que compagina trabajo (Teletrabajo con las empresas, empleo en el sector primario o manufactura) todo ello en un entorno saludable. Una consecuencia inmediata será también la mejora medioambiental de las ciudades más masificadas y por consiguiente la mejora del modelo turístico.

Estado Cancelado

SOS.PO21.102 SENDA LITORAL

Descripción Recuperación de Espacios Naturales. Se continuará con los tramos de Senda Litoral. Este proyecto permitirá recuperar zonas de playas, así como recorrer a pie los 165 km de costa para ver de cerca espacios de gran valor natural que añaden un atractivo enorme a este gran recurso turístico de la provincia

Estado 100%

SOS.PO21.103 SENDEROS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Descripción Se trata de un visor web en el que se podrán visualizar todos los senderos homologados de la provincia de Málaga y en el que se podrán consultar sus características técnicas más importantes y de interés para el turista.

Estado 100%

SOS.PO21.104 CERTIFICACIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA DE LAS EMPRESAS DEL ENTORNO DEL CAMINITO DEL REY

Descripción Consultoría para la Certificación de Calidad Turística a las principales empresas ubicadas en el entorno del Caminito del Rey

Estado 100%

SOS.PO21.105 CONSULTORÍA DE CERTIFICACIÓN DE TURISMO SOSTENIBILIDAD

Descripción Asistencia técnica para la implantación de medidas y procedimientos orientados a la mejora de la calidad y competitividad turística de municipios y alinear estos objetivos con la certificación de Destino Turístico Inteligente de la Costa del Sol

Estado ----

SOS.PO21.106 CREACIÓN DE DISTINTIVO DE TURISMO RESPONSABLE

Descripción En esta nueva línea de trabajo abordaremos acciones de turismo sostenible siguiendo los principios de sostenibilidad, minimización del impacto sobre el medio ambiente y la puesta en valor de la cultura local, con el objetivo de contribuir a generar ingresos y empleo para la población de la provincia.

Estado -----

SOS.PO21.107 PLAN ESTRAGÉGICO DEL CORREDOR VERDE DEL GUADALHORCE

Descripción Elaboración del documento marco de actuaciones que tienen como objetivo la puesta en valor de este espacio natural que une los Parajes Naturales de la desembocadura del Guadalhorce con el Desfiladero de los Gaitanes, con los siguientes contenidos específicos alineados con las Estrategias de la Unión Europea sobre la Biodiversidad hasta 2030 (enmarcada en el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático) y la Estrategia Nacional de Infraestructura Verde y de la Conectividad y Restauración Ecológicas (forma parte del Pacto Verde (Green Deal) y que se financiará con Fondos Estructurales en el próximo Marco financiero); Todas las actuaciones repercutirán en una reactivación económica, así como en una mejora medioambiental y disminución de la contaminación mediante la creación de sumideros de CO2.

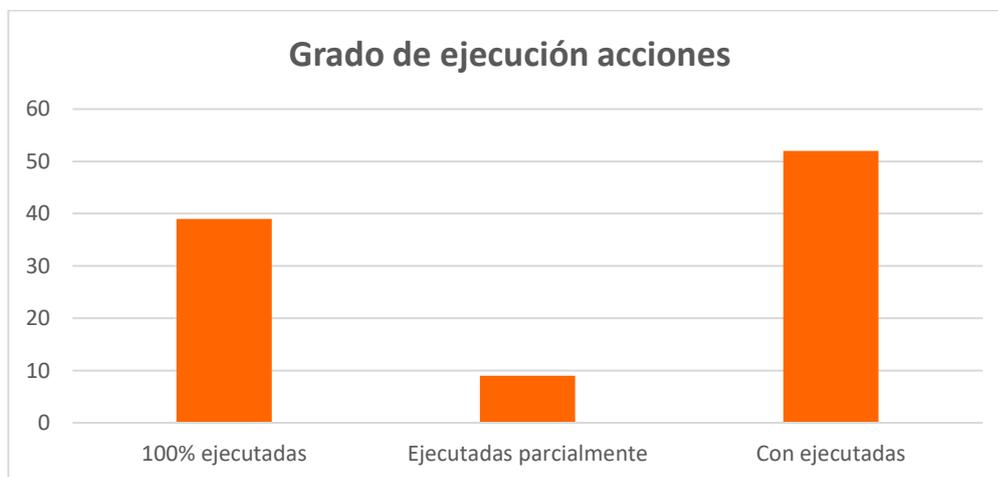
Estado 90%

SOS.PO21.108 SERVICIOS DE APOYO A CERTIFICACIÓN DE TURISMO SEGURO

Descripción Servicio de apoyo para ayudar a las empresas a obtener una certificación de turismo seguro

Estado 100%

En el eje de sostenibilidad se han ejecutado completamente el 39% de las acciones, lo que supone un incremento de 19 puntos porcentuales respecto al 1º semestre.



5.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD	MEDICIÓN
SOS.PO21.01	Nº estudios publicados	0
SOS.PO21.02	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.03	Alcance campañas	---
	Nº publicaciones	---
	Aumento comunidad de rrs (IG)	---
	Nº visitas portal	---
SOS.PO21.04	Alcance campañas	---
	Nº publicaciones	---
	Aumento comunidad de rrs (IG)	---
	Nº visitas portal	---
SOS.PO21.05	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos realizados	---
	Nº citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.06	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos realizados	---
	Nº citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.07	Nº nuevos partnerships	---
	Campañas con aerolíneas	2
SOS.PO21.08	Nº contactos	---
	Nº socios participantes	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.09	Nº de impactos por retransmisión /participación en evento	---
SOS.PO21.10	Realización de informe	Si
SOS.PO21.11	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.12	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
SOS.PO21.13	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---

	Nº visitas landing page	---
SOS.PO21.14	Nº socios participantes	---
	Nº contactos realizados	---
	Nº citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.15	Nº socios participantes	5
	Nº contactos realizados	200
	Nº citas	3
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	100%
	Nº peticiones	100%
SOS.PO21.16	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.17	Nº publicaciones	550
	Nº seguidores	750.000
	Alcance de las publicaciones	18.133.255
	Nº leads	6037477
SOS.PO21.18	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.19	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.20	Nº publicaciones	572
	Nº seguidores	1.100.000
	Alcance de las publicaciones	1.100.000
	Nº leads	---
SOS.PO21.21	Nº publicaciones	17
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	1.454.267
	Nº leads	6.271
SOS.PO21.22	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.23	Potencial turistas atraídos:(Nº de reservas * Grupo medio)	1.019
	Precio medio reserva	---
SOS.PO21.24	Nº publicaciones	4
	Nº seguidores	35.000
	Alcance de las publicaciones	217.000
	Nº leads	---

SOS.PO21.25	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.26	Nº vídeos	12
SOS.PO21.27	Nº catálogos	---
SOS.PO21.28	Potencial turistas atraídos:(Nº de reservas * Grupo medio)	85
	Precio medio reserva	---
SOS.PO21.29	Potencial turistas atraídos:(Nº de reservas * Grupo medio)	16
	Precio medio reserva	---
SOS.PO21.30	Nº publicaciones	23
	Nº seguidores	+664%
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	45.103
SOS.PO21.31	Nº contactos	---
	Nº socios participantes	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.32	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.33	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.34	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.35	Nº de socios participantes	7
	Nº de contactos realizados	27681
	Nº de citas	0
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	100%
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.36	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.37	Nº seguidores en redes sociales	40
	Nº publicaciones en redes sociales	3
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---

	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.38	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.39	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.40	Nº seguidores en redes sociales	40
	Nº publicaciones en redes sociales	3
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.41	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
	Nº de preguntas	---
SOS.PO21.42	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.43	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.44	Nº de socios participantes	Los previstos
	Nº de contactos realizados	200
	Nº de citas	80
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.45	Nº asistentes confirmados	---
	Nº cancelaciones	---
	Nº socios implicados	---
	Nº peticiones de negocio tras el evento	---
SOS.PO21.46	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---

	Nº peticiones	---
SOS.PO21.47	Nº de socios participantes	70
	NBº de contactos realizados	429
	Nº de citas	150
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	100%
	Nº peticiones	100%
SOS.PO21.48	Nº de folletos distribuidos	---
SOS.PO21.49	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos	---
	Nº de peticiones	---
SOS.PO21.50	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos	---
	Nº de peticiones	---
SOS.PO21.51	Nº de socios participantes	---
	NBº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.52	Nº de socios participantes	4
	NBº de contactos realizados	34
	Nº de citas	34
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	bueno
	Nº peticiones	10
SOS.PO21.53	Nº de socios participantes	7
	NBº de contactos realizados	20
	Nº de citas	10
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	bueno
	Nº peticiones	1
SOS.PO21.54	Nº de socios participantes	20
	NBº de contactos realizados	50
	Nº de citas	42
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.55	Nº de socios participantes	41
	NBº de contactos realizados	103
	Nº de citas	103
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	70%
	Nº peticiones	600
SOS.PO21.56	Nº de socios participantes	---
	NBº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.57	Nº de socios participantes	---
	NBº de contactos realizados	---

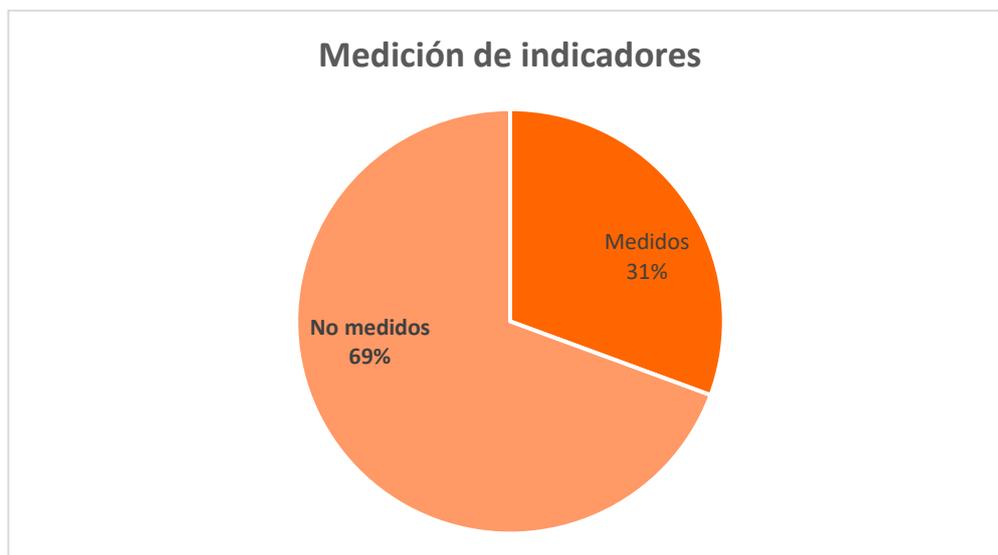
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.58	Nº de socios participantes	4
	NBº de contactos realizados	24000
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
SOS.PO21.59	Nº peticiones	---
	Nº visitas confirmadas	---
	Nº de cancelaciones	---
SOS.PO21.60	Nº socios implicados	---
	Nº de socios participantes	50
	NBº de contactos realizados	25
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
SOS.PO21.61	Nº peticiones	---
	Nº seguidores en redes sociales	---
	Nº publicaciones en redes sociales	---
	Tasa de engagement videos y publicaciones	---
	Asistentes eventos virtual	---
SOS.PO21.62	Número de preguntas	---
	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos	---
	Nº de peticiones	---
	Grado de satisfacción de socios	---
SOS.PO21.63	Nº de socios participantes	28
	Nº de contactos	310
	Nº de peticiones	---
	Grado de satisfacción de socios	100%
SOS.PO21.64	Nº contactos	---
	Nº socios participantes	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.65	Nº de socios participantes	---
	NBº de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.66	Nº contactos	---
	Nº socios participantes	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.67	Nº visitas	---
SOS.PO21.68	Nº de socios participantes	---
	Nº de contactos	---
	Nº de peticiones	---
	Nº citas de interés sin agenda de citas	---

SOS.PO21.69	Nº de socios participantes	---
	NBª de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.70	Nº contactos	---
	Nº socios participantes	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.71	Nº de socios participantes	---
	NBª de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.72	Nº de socios participantes	---
	NBª de contactos realizados	---
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.73	Nº publicaciones	30
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	381 MMCC a nivel mundial
	Nº leads	---
SOS.PO21.74	Nº publicaciones	16
	Nº seguidores	1130000
	Alcance de las publicaciones	2980
	Nº leads	---
SOS.PO21.75	Nº publicaciones	---
	Nº seguidores	---
	Alcance de las publicaciones	---
	Nº leads	---
SOS.PO21.76	Nº asistentes al evento	415
	Nº socios participantes	17
	Nº peticiones de negocio a socios	---
SOS.PO21.77	Nº asistentes al evento	30
	Nº socios participantes	12
	Nº peticiones de negocio a socios	---
SOS.PO21.78	Nº de socios participantes	9
	Nº de contactos	15
	Nº de peticiones	2
SOS.PO21.79	Nº de socios participantes	0
	Nº de contactos	250
	Nº de peticiones	3
SOS.PO21.80	Nº citas conseguidas	110
	Nº peticiones posteriores	---

	Nº Socios que participan	9
SOS.PO21.81	Nº total de imágenes conseguidas	49
SOS.PO21.82	Nº visitas	---
	Nº descargas ebook	---
SOS.PO21.83	Nº contactos	---
	Nº socios participantes	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.84	Nº de socios participantes	8
	NBª de contactos realizados	6500
	Nº de citas	---
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.85	Alcance de las publicaciones	---
	Nº publicaciones	---
	Aumento número de nuestros seguidores en rrss	---
	Aumento tasa de engagement	---
	Aumento número de visitas a nuestra página	---
SOS.PO21.86	Desarrollo de video (si/no)	No
SOS.PO21.87	Desarrollo de video (si/no)	Si
SOS.PO21.88	Número de impactos de audiencia por retrasmisión	---
SOS.PO21.89	Nº nuevos partnerships	---
	Campañas con aerolíneas	---
	Nº peticiones por parte de las redes de distribución.	---
SOS.PO21.90	Nº socios	---
	Nº contactos	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.91	Nº socios	---
	Nº contactos	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.92	Nº socios	2
	Nº contactos	418
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.93	Nº socios	---
	Nº contactos	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.94	Nº socios	---
	Nº contactos	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.95	Nº de socios participantes	28
	NBª de contactos realizados	67
	Nº de citas	65
	Grado de satisfacción del socio (stand, asistencia,etc)	---
	Nº peticiones	---
SOS.PO21.96	Nº socios	120
	Nº contactos	---

	Nº peticiones	---
SOS.PO21.97	Nº propuestas emitidas	---
SOS.PO21.98	Nº visitas al visor	69
SOS.PO21.99	Alcance territorio afectado	----
SOS.PO21.102	Alcance territorio afectado	7
SOS.PO21.103	Nº senderos contemplados	238
SOS.PO21.104	Nº empresas certificadas	50
SOS.PO21.105	Nº instituciones	---
SOS.PO21.106	Por definir	---
SOS.PO21.107	Nº municipios contemplados	8
SOS.PO21.108	Nº visitas	410

En el eje de Sostenibilidad solo ha sido posible medir el 31% de los indicadores.

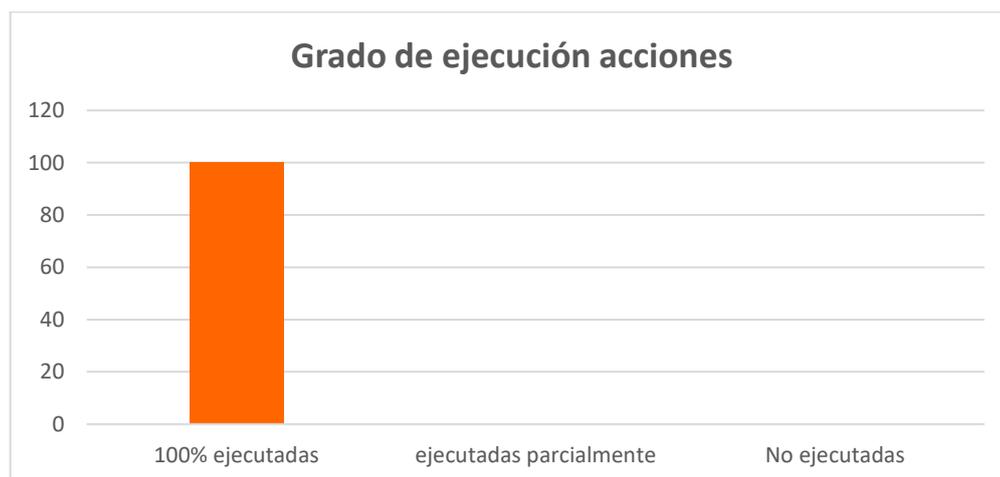


6 DESEMPEÑO DEL EJE DE ACCESIBILIDAD

6.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

ACC.PO21.01	SMARTS DESTINATION COSTA DEL SOL
Descripción	Cursos de formación de accesibilidad universal dirigido al personal de atención directa a los turistas de las oficinas de información que integran el DTI Costa del Sol Occidental
Estado	100%

En el eje de accesibilidad se han ejecutado el 100% de las acciones planificadas.



6.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

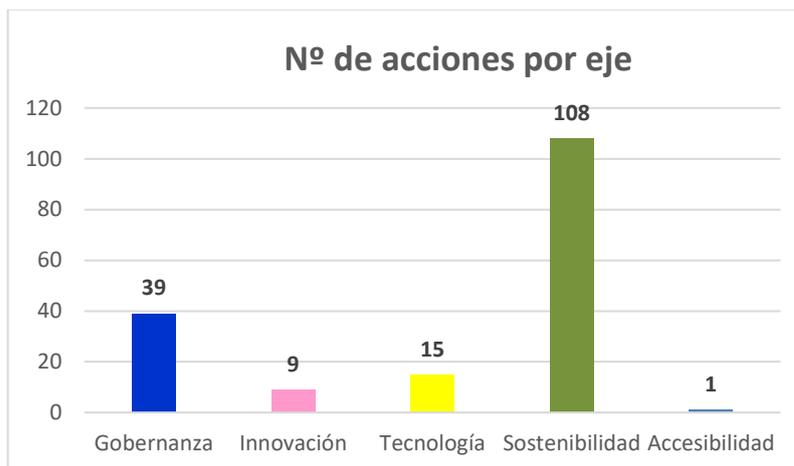
COD	INDICADORES DE ACCESIBILIDAD	MEDICIÓN
ACC.PO21.01	Nº asistentes a la formación	21

Ha sido posible medir el indicador establecido.



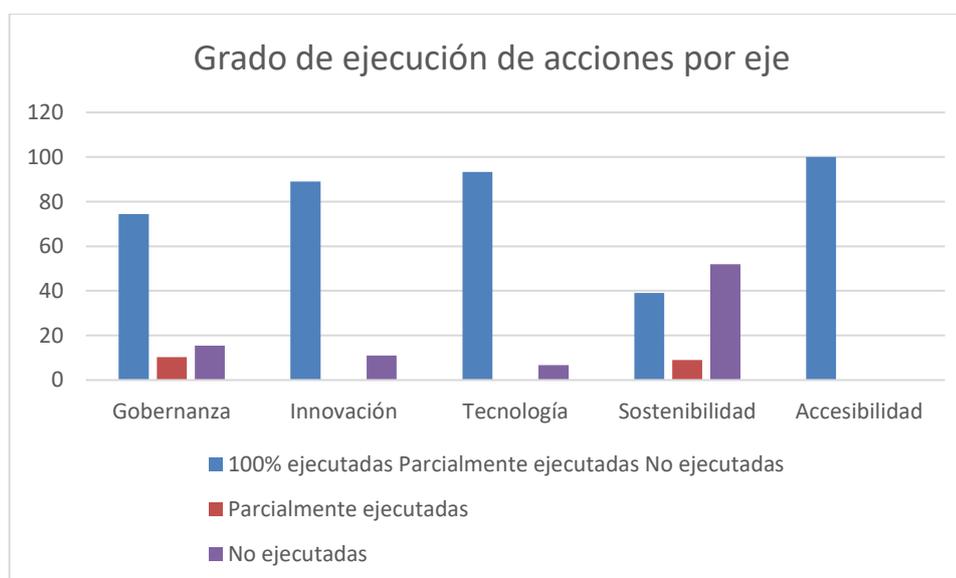
7 RESULTADOS GLOBALES

En el Plan se han establecido un total de 172 acciones repartidas en los 5 ejes que componen el destino turístico inteligente:



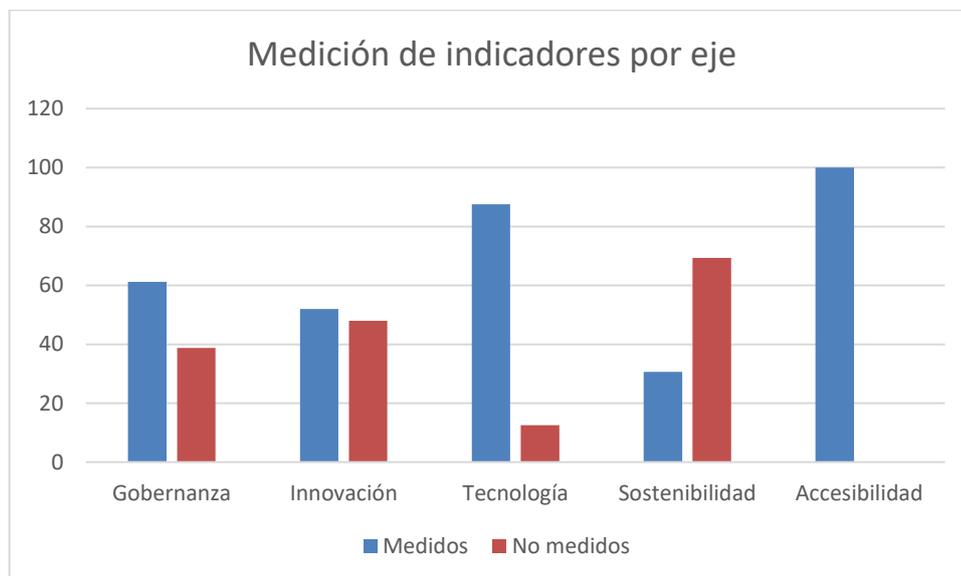
Se concentra en el eje de Sostenibilidad el 62.85 de las acciones previstas.

En cuanto al grado de ejecución de las acciones, se observa que el eje con mayor porcentaje de acciones completadas es el de Accesibilidad (una sola acción) seguido del eje de Tecnología. El eje con mayor porcentaje de acciones canceladas es el de Sostenibilidad.



En cuanto a los indicadores de seguimiento, se han utilizado un total de 466 indicadores la mayor parte de los cuales se concentran en el eje de sostenibilidad.

Respecto a la medición de indicadores, tal y como demuestra el gráfico posterior, el mayor porcentaje de indicadores medidos se encuentran en los ejes de Accesibilidad (una sola acción) y de Tecnología (87.5%). Por el contrario, en el eje de Sostenibilidad es donde menor porcentaje de indicadores se han podido medir.



El mayor porcentaje de indicadores no medidos corresponde a acciones que todavía no han comenzado a ejecutarse o que han sido canceladas, si bien hay una proporción significativa de acciones en las que no se obtienen los datos necesarios para medir los indicadores.

8 EQUIPO REDACTOR

La redacción de este informe ha sido elaborada por el Área de Análisis e Inteligencia Turística de Turismo y Planificación del Costa del Sol, previa consulta de los responsables de cada uno de los ejes que integran el Plan Operativo 2021.

En Málaga a 04 febrero 2022

Rafael Fuentes García
Jefe del Área de Análisis e Inteligencia Turística
Turismo y Planificación de la Costa del Sol