



COSTA DEL SOL  
MÁLAGA

**INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA  
GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL  
OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020**

**INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA  
GESTIÓN DEL DTI  
“COSTA DEL SOL OCCIDENTAL”  
2º SEMESTRE 2020**

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>DESEMPEÑO DEL EJE DE GOBERNANZA .....</b>	<b>4</b>
2.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	4
2.2	MEDICIÓN DE INDICADORES .....	7
<b>3</b>	<b>DESEMPEÑO DEL EJE DE INNOVACIÓN.....</b>	<b>9</b>
3.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	9
3.2	MEDICIÓN DE INDICADORES .....	12
<b>4</b>	<b>DESEMPEÑO DEL EJE DE TECNOLOGÍA .....</b>	<b>14</b>
4.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	14
4.2	MEDICIÓN DE INDICADORES .....	16
<b>5</b>	<b>DESEMPEÑO DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD.....</b>	<b>17</b>
5.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	17
5.2	MEDICIÓN DE INDICADORES .....	20
<b>6</b>	<b>DESEMPEÑO DEL EJE DE ACCESIBILIDAD .....</b>	<b>23</b>
6.1	ESTADO DE LAS ACCIONES.....	23
6.2	MEDICIÓN DE INDICADORES .....	24
<b>7</b>	<b>EQUIPO REDACTOR.....</b>	<b>25</b>

## 1 INTRODUCCIÓN

Este documento pretende dar una visión global del grado de cumplimiento del **Plan Operativo 2020**. 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.

Este es el segundo informe de seguimiento de la gestión de la iniciativa “Costa del Sol Occidental Destino Turístico Inteligente”, siendo conscientes que la verdadera eficacia de un proyecto de planificación estratégica, con sus respectivos planes anuales, es la evaluación y seguimiento de las acciones planteadas.

Esta iniciativa está lejos de ser un documento, más o menos bien estructurado y desarrollado, en el que se plantea un futuro deseable para el destino turístico, y que se termina el trabajo con su presentación y divulgación. Todo lo contrario, el verdadero trabajo de proyecto Costa del Sol Destino Turístico Inteligente, empieza cuando se presentan las acciones a desarrollar, ya que a partir de ese momento es cuando el seguimiento de las mismas se convertirá en la base de esencial de la eficiencia del proyecto.

Por ello, estamos convencidos que metodológicamente tiene tres fases, igualmente de importante cada una de ellas:

- Planificación Estratégica: Plan Director
- Desarrollo anual: Planes Operativos Anuales
- Evaluación de las acciones: Informes de Seguimiento

Estos informes de seguimientos se realizarán 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.PO20.01 Certificación del DTI Costa del Sol Occidental por UNE 178501**

---

**Descripción** Certificación del DTI Costa del Sol Occidental a través de la norma UNE 178501 como proyecto piloto y con objeto de servir de base para su ampliación en una segunda fase a toda la Provincia

**Estado** EJECUTADO

---

#### **GOB.PO20.02 Plan de Comunicación específico de DTI**

---

**Descripción** Elaboración de un plan de Comunicación que de visibilidad del proyecto DTI a todas las partes interesadas del destino, así como a todo el entorno

**Estado** EJECUTADO

---

#### **GOB.PO20.03 Campañas**

---

**Descripción** Campañas de comunicación a nivel nacional e internacional del nuevo destino Costa del Sol, además se incluyen campañas de refuerzo de la imagen de Costa del Sol tras el Covid-19 como destino seguro y un lugar por descubrir (Campaña Málaga Insólita- Vive la Costa del Sol)

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.04 Mejora de posicionamiento de Marca. Nueva Costa del Sol**

**Descripción** Adquisición de un nuevo banco de imágenes del destino, con una imagen renovada, moderna y sostenible. Diseño e impresión de nuevo material promocional y merchandising innovador

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.05 Patrocinios**

**Descripción** Patrocinios de eventos de gran impacto nacional e internacional: Gala de los Goyas, Unicaja baloncesto, Málaga CF, etc.

**Estado** EJECUTADO AL 80%

### **GOB.PO20.06 Acciones diversas con medios de comunicación**

**Descripción** Acciones de comunicación del destino Costa del Sol a nivel nacional e internacional: encuentros con la prensa, press trip, encuentros con blogueros, publicidad en medios, acciones de comunicación en medios locales de las principales ferias (WTM, FITUR, ITB, ...)

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.07 Campaña Concienciación ciudadana**

**Descripción** Campaña de concienciación ciudadana en el destino

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.08 Creación de una Smart Office del Destino Turístico Inteligente**

**Descripción** Oficina para la coordinación y seguimiento del Proyecto Costa del Sol DTI, 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

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.09 Incorporación en la web de promoción del destino del DTI Costa del Sol Occidental**

**Descripción** Difundir en las webs de promoción del destino información sobre el proyecto DTI Costa del Sol Occidental: en qué consiste, objetivos, plan director, plan operativo, ... etc.

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.10 Acciones de familiarización con oficinas de turismo: Red de Oficinas de Turismo**

**Descripción** Realización de encuentros entre el personal de las oficinas de turismo con objeto de conocer en detalle la oferta turística de otros municipios así como y dar una mejor información al turista

**Estado** EJECUTADO AL 33%

### **GOB.PO20.11 Análisis y conocimiento 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** EJECUTADO

### **GOB.PO20.12 Desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística CDS: Decision Making**

**Descripción** Desarrollo de herramientas para aglutinar las diferentes fuentes de información primarias y secundarias (Decision Making) para agilizar las tomas de decisiones y la mejora de la competitividad del destino

**Estado** EJECUTADO

### **GOB.PO20.13 Open data Map**

**Descripción** Herramienta GIS para geolocalizar todas las acciones del Plan de Acción de Turismo y Planificación de la Costa del Sol. Con datos abiertos y privados, para consulta y gestión de las acciones llevadas a cabo por la empresa.

**Estado** CANCELADO POR COVID 19

En el eje de Gobernanza se han ejecutado el 86% de las acciones planificadas.

## 2.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD. ACCIÓN	DEFINICIÓN DE INDICADOR	RESULTADO
<b>GOB.PO20.01</b>	Resultado de la auditoria	conforme
	Número de no conformidades	5
<b>GOB.PO20.02</b>	Media de impresiones por campaña	---
	Nº visualizaciones de vídeo corporativo	2.488
<b>GOB.PO20.03</b>	Nº de impactos sobre el objetivo esperado	70.000.000
	Nº mercados/países a los que se ha llegado.	Nacional e internacional
<b>GOB.PO20.04</b>	Nº de imágenes disponibles en banco de imágenes	2.000
	Nº impresiones de material	12.500
	Likes de las fotos o videos adquiridos y publicadas en RRSS	---
<b>GOB.PO20.05</b>	Nº de patrocinios ejecutados	18
	Impacto estimado de los patrocinios	No se puede medir
<b>GOB.PO20.06</b>	Nº de publicaciones medias generadas por cada press trip	228
	Nº de medios donde se recogen los comunicados	57
<b>GOB.P020.07</b>	Nº de medios en los que se ha desarrollado la campaña	8
	Nº personas beneficiadas	---
<b>GOB.P020.08</b>	Nº municipios adheridos a la red	8
<b>GOB.P020.09</b>	Porcentaje de documentos difundidos	100%
	Nº de descargas/consultas de la documentación publicada	1.015
<b>GOB.P020.10</b>	Nº de encuentros celebrados al año	1
	Nº participante en total de encuentros celebrados	14
<b>GOB.P020.11</b>	Nº de descargas en la web	6.194

	<b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b>	
---	---	--

<b>GOB.P020.12</b>	Nº fuentes primarias o secundarias integradas	5
<b>GOB.P020.13</b>	Nº visitas al Open Data Map	---
<b>GOB.P020.14</b>	Nº acciones integradas en Open Data Map/Nº acciones incluidas en Plan de Acción	---



### 3 DESEMPEÑO DEL EJE DE INNOVACIÓN

#### 3.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

<b>INN.PO20.01</b>	<b>Grupo de trabajo para gestión de la innovación en el destino</b>
<b>Descripción</b>	Creación y puesta en marcha de un grupo de trabajo para la gestión de la innovación en el destino: aspectos a identificar, funcionamiento, ...
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO AL 33%</b>
<b>INN.PO20.02</b>	<b>Gestión de espacios culturales/turísticos</b>
<b>Descripción</b>	Puesta en valor y gestión de la Plaza de Toros de la Malagueta
<b>-Estado</b>	<b>CANCELADO POR COVID 19</b>
<b>INN.PO20.03</b>	<b>Senda Azul</b>
<b>Descripción</b>	La puesta en marcha de una Senda Azul para preservar los fondos submarinos del litoral del destino
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO</b>
<b>INN.PO20.04</b>	<b>Ruta del vino de Ronda y Málaga</b>
<b>Descripción</b>	Tutorización y formación sobre gestión turística de los bodegueros integrados en la ruta
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO</b>
<b>INN.PO20.05</b>	<b>Programa Costa del Sol TOURISM HUB IV EDICIÓN</b>
<b>Descripción</b>	Programa de aceleración para emprendedores y startups tutorizados con expertos con un reconocido background profesional en el sector, que les ayuden a focalizar su mercado potencial, posicionar sus productos o servicios de manera eficiente, proporcionando contactos y/o fuentes de financiación óptimas.
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO</b>

### INN.PO20.06

#### III Edición Premio a la Iniciativa Turística Innovadora

**Descripción** Premio al mejor proyecto presentado en el que se presta especial atención a la innovación que plantea, el modelo de negocio propuesto, su aportación para la gestión eficiente de los recursos y del destino, además de aspectos claves como la profesionalización y solidez del equipo promotor.

**Estado** EJECUTADO

### INN.PO20.07

#### Proyecto Smart Costa del Sol

**Descripción** 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

**Estado** EJECUTADO

### INN.PO20.08

#### Costasoleando, aplicación móvil sobre el estado de las playas utilizando para ello la inteligencia artificial

**Descripción** Desarrollo de una aplicación móvil para conocer el estado de las playas utilizando para ello la inteligencia artificial. La aplicación ofrece el estado del mar de todas las playas de la Costa del Sol con actualizaciones cada hora, así como información deportiva, turística y científica. En ella los usuarios pueden planificar su experiencia en la playa con cinco días de antelación. Está disponible de forma gratuita para móviles Android desde PlayStore y para dispositivos iOS desde Apple Store y también podrá ser visitada en la página web [www.costasoleando.es](http://www.costasoleando.es)

**Estado** EJECUTADO

### INN.PO20.09

#### Inbound Marketing

**Descripción** Monitorización, creación, difusión y análisis de contenidos digitales adaptados a las tendencias de búsqueda de los usuarios. Gestión orgánica de redes sociales. Gestión del CRM de Turismo Costa del Sol y diseño y desarrollo de la estrategia de email marketing.

**Estado** EJECUTADO

### INN.PO20.10

#### Diseño de un sistema colaborativo para identificación de ideas innovadoras

	<b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b>	
---	---	--

**Descripción** Definir el proceso a través del cual se van a identificar las tendencias innovadoras y su aplicación en el destino

**Estado** EJECUTADO AL 66%

---

**INN.PO20.11**      **Herramienta GIS para la gestión inteligente de Senderos de la Provincia**

**Descripción** Herramienta que permitirá tener documentada toda la información sobre el estado de cada sendero y las actuaciones necesarias para adecuarlos a las necesidades de los usuarios

**Estado** EJECUTADO

En el eje de innovación se han ejecutado el 82% de las acciones planificadas.

### 3.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE INNOVACIÓN	MEDICIÓN
<b>INN.PO20.01</b>	Número de reuniones celebradas	0
<b>INN.PO20.02</b>	Nº de eventos realizados	---
<b>INN.PO20.03</b>	Nº actuaciones definidas	3
<b>INN.PO20.04</b>	Nº de bodegas participantes	14
	Nº asistentes a formación	18
	Nº asesoramientos realizados	67
<b>INN.PO20.05</b>	Nº empresas participantes	48
	Nº proyectos seleccionados	10
	Impacto campañas de promoción (impresiones, likes)	192.560
	Impacto en medios (radio/tv): nº de noticias publicadas en prensa o radio por categoría.	42
<b>INN.PO20.06</b>	Nº de empresas participantes en los premios	8
	Impacto de las campañas de promoción	4.931
	Impactos en medios (radio/tv)	9
<b>INN.PO20.07</b>	% de municipios con app activa	---
<b>INN.PO20.08</b>	Nº de descargas de app	5.968
	Nº visitas a la web	148.482
<b>INN.PO20.09</b>	Nº clientes nuevos en el CRM	>5000
	Nº contenidos digitales monitorizados	100%
<b>INN.PO20.10</b>	Nº propuestas presentada en el grupo	---
	Nº propuestas incorporadas a la planificación	---

 <p><b>COSTA DEL SOL</b> MÁLAGA</p>	<b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b>	
--	---	--

<b>INN.PO20.11</b>	Nº senderos en el visor	5GR
--------------------	-------------------------	-----

## 4 DESEMPEÑO DEL EJE DE TECNOLOGÍA

### 4.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

#### TEC.PO20.01 Rediseño del Sistema de Gestión del Destino

- Descripción** Rediseño completo del Portal con el objetivo de:
- Unificar la imagen del destino
  - Ofrecer una imagen más atractiva y actual
  - Mejora de usabilidad en el acceso a la información
  - Simplificar la arquitectura de contenidos del portal
  - Mejora de posicionamiento web
  - Reducción del tiempo de carga del portal

**Estado** EJECUTADO

#### TEC.PO20.02 Mejora de Portales Turísticos

- Descripción** El objetivo de esta acción es mejorar los portales turísticos desarrollados para Diputación de Málaga y ayuntamientos de la provincia mediante las siguientes acciones:
- Personalizar y mejorar el diseño de los portales a las nuevas tendencias
  - Incorporar nuevas herramientas adaptándolos a las necesidades del destino
  - Revisión de accesibilidad y sintaxis web
  - Mejora de tiempos de carga

**Estado** EJECUTADO

#### TEC.PO20.03 Desarrollo de herramientas de comunicación

- Descripción** Desarrollo de una aplicación para agilizar las comunicaciones con los miembros del Foro para su participación en ferias, jornadas profesionales, reuniones, workshops, entre otros. Evaluación de las acciones con propuestas de mejoras

**Estado** EJECUTADO

#### TEC.PO20.04 ADARA Impact

- Descripción** Herramienta para la evaluación y optimización de las campañas digitales del destino

	<b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b>	
---	---	--

Estado EJECUTADO

<b>TEC.PO20.08</b>	<b>Situación y propuestas de mejora de la tecnología en las empresas turísticas de la provincia de Málaga</b>
<b>Descripción</b>	Realización de un estudio para identificar el estado de digitalización en la gestión de las pymes turísticas (marketing, comunicación, compras, gestión interna, clientes, ...)
<b>Estado</b>	EJECUTADO AL 50%
<b>TEC.PO20.10</b>	<b>Monitorización estado de las playas para control de aforo por COVID</b>
<b>Descripción</b>	Estudio de la capacidad de las playas, tecnologías para el conteo de personas y creación de herramienta GIS de monitorización de las playas.
<b>Estado</b>	EJECUTADO
<b>TEC.PO20.11</b>	<b>App de Rutas Turísticas inteligentes</b>
<b>Descripción</b>	Diseño y Desarrollo de una aplicación multidispositivo (web y móviles) relacionada con el turismo en la provincia, para dar valor, promoción al territorio y facilitar a los usuarios información de diverso tipo que mejore su experiencia turística
<b>Estado</b>	

En el eje de tecnología se han ejecutado el 78% de las acciones planificadas.

	<b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b>	
---	---	--

## 4.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE TECNOLOGÍA	MEDICIÓN
<b>TEC.PO20.01</b>	Reducción de tiempos de carga	0.55sg
	Nº nuevas funcionalidades	37
<b>TEC.PO20.02</b>	Nº ayuntamientos atendidos	79
	Nº mejoras realizadas	17
	Nº mejoras realizadas en portales de Diputación	298
<b>TEC.PO20.03</b>	Nº comunicaciones enviadas a los socios	0
	Nº de respuestas recibidas a través de app a encuestas de evaluación	0
<b>TEC.PO20.04</b>	Nº de reservas realizadas	30 (*)
	Impacto económico de reservas realizadas	100.000
	% de acciones incluidas en Adara Impact	100%
<b>TEC.PO20.08</b>	Nº de propuestas emitidas para mejora de digitalización de empresas turísticas malagueñas	0 (**)
<b>TEC.PO20.10</b>	Nº de playas monitorizadas	1
<b>TEC.PO20.11</b>	Nº de descargas de la app	
	Nº de rutas visualizadas	
	Nº de consultas	

(\*) número muy reducido debido a la pandemia.

(\*\*) en espera de la vuelta a la actividad de empresas turísticas



## 5 DESEMPEÑO DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD

### 5.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

<b>SOS.PO20.01</b>	<b>Programas de apoyo a la promoción empresarial en el destino</b>
<b>Descripción</b>	Desarrollo de un programa de apoyo a las empresas del sector turístico que va desde asesoramiento a la búsqueda de financiación con fuentes informales (Business Angels), apoyo a la gestión de ayuda post covid-19, ...
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO</b>
<b>SOS.PO20.02</b>	<b>Potenciación y consolidación de la Marca Sabor a Málaga</b>
<b>Descripción</b>	Marca de promoción de productos locales, tanto en la provincia como fuera de ella, que busca dar un distintivo de calidad de los alimentos y productos producidos en la provincia, además se ha incorporado en los restaurantes u hoteles, que utilizan estos productos locales en sus menús, potenciando la gastronomía local, así como el consumo de productos de proximidad.
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO</b>
<b>SOS.PO20.03</b>	<b>Málaga Viva</b>
<b>Descripción</b>	Proyecto que promueve la lucha por el Medio Ambiente combatiendo el cambio climático, involucrando a los municipios en la responsabilidad local y la sostenibilidad así como haciendo partícipe a la ciudadanía a través de acciones de educación, sensibilización y concienciación ambiental
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO</b>
<b>SOS.PO20.04</b>	<b>Acciones sostenibles e innovadores de marketing multisegmento</b>
<b>Descripción</b>	Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación multimotivacional (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.
<b>Estado</b>	<b>EJECUTADO AL 60%</b>

### **SOS.PO20.05 Acciones sostenibles e innovadores de marketing en el segmento Vacacional Ocio**

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación vacacional (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AI 40%

### **SOS.PO20.06 Acciones sostenibles e innovadores de marketing en el segmento Golf**

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación golf (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AI 45%

### **SOS.PO20.07 Acciones sostenibles e innovadores de marketing en el segmento MICE**

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación MICE (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AI 41%

### **SOS.PO20.08 Acciones sostenibles e innovadores de marketing en el segmento ÉLITE**

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación ELITE (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AI 40%

### **SOS.PO20.09 Acciones sostenibles e innovadores de marketing en el segmento VITA**

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación VITA (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AL 87%

---

### SOS.PO20.10 Acciones innovadoras para la captación de mercados emergentes

---

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación multimotivacional (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AL 70%

---

### SOS.PO20.11 Acciones innovadoras para la recuperación de las conexiones y apertura de nuevas rutas aéreas

---

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas en mercados consolidados y emergentes (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AL 55%

---

### SOS.PO20.12 Acciones de marketing en el posicionamiento de los segmentos Cultural, Cruceros, Health & Wellness, Idiomático, Náutico

---

**Descripción** Diseño y desarrollo de acciones de promoción sostenibles e innovadoras para la captación de turistas con motivación cultural, idiomáticos, ... (ferias, jornadas de puertas abiertas, jornadas profesionales, show street, puerta a puerta, workshop, comarketing, fam trip/press trip) tanto en origen como en destino y desde el COVID se están haciendo virtuales.

**Estado** EJECUTADO AL 78%

---

### SOS.PO20.13 Senda Litoral

---

**Descripción** Iniciativa de la Diputación de Málaga, que cuenta con la implicación y el apoyo de la Junta de Andalucía, el Gobierno de España, las mancomunidades de municipios y los 14 ayuntamientos costeros de la provincia supone un atractivo turístico más para la provincia, puesto que pone en valor la gran biodiversidad del litoral malagueño, caracterizado por diversos paisajes con playas, acantilados, desembocaduras y marismas o sistemas dunares, y con fondos con ecosistemas tan importantes como el coralígeno en los sustratos rocosos, o las praderas de fanerógamas marinas en los arenosos.

**Estado** EJECUTADO

---

### SOS.PO20.16 Plan de Contingencia en el Ente Gestor

---

**Descripción** Elaboración de un Plan de Contingencia ante sucesos extraordinarios para el ente gestor

**Estado** EJECUTADO AL 10%

---

### SOS.PO20.17 Estudio sobre nuevos modelos de ocupación del territorio

---

**Descripción** Análisis de las nuevas posibilidades de ocupación del territorio que plantean el teletrabajo y las comunicaciones, reduciendo los desplazamientos y por tanto las emisiones de CO2.

**Estado** EJECUTADO

---

### SOS.PO20.18 Caracterización vitivinícola de la provincia de Málaga

---

**Descripción** Estudio de las características del territorio de la provincia con el objetivo de explicar por qué los vinos de Málaga son como son

**Estado** EJECUTADO

---

### SOS.PO20.19 Elaboración de itinerarios de la Ruta del Vino y propuesta de nuevos recursos

---

**Descripción** Elaboración de itinerarios y de puntos de interés relacionados con el paisaje vitivinícola de la provincia de Málaga

**Estado** EJECUTADO AL 40%

---

### SOS.PO20.20 Tematización de senderos para niños y niñas

---

**Descripción** Tematización y adecuación de senderos para recorrer con niños y niñas

**Estado** EJECUTADO AL 10%

En el eje de sostenibilidad se han ejecutado el 65% de las acciones planificadas.

	<b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b>	
---	---	--

## 5.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD	MEDICIÓN
<b>SOS.PO20.01</b>	Nº de proyectos asistidos	29
	Nº de atenciones realizadas	138
<b>SOS.PO20.02</b>	Nº de empresas incorporadas a Sabor a Málaga	346
	Impacto campañas de promoción en RRSS	
<b>SOS.PO20.03</b>	Nº municipios beneficiados	77 (*)
	Nº participantes e programas de concienciación	3056 (*)
	Estimación de ahorro energético por gestión eficiente	42064€ (*)
	Nº municipios beneficiados con actuaciones de abastecimiento y mejora de agua	18 (*)
	Nº de arboladas y reforestación realizada	10 (*)
<b>SOS.PO20.04</b>	Nº de contactos realizados en eventos profesionales	2020
	Impactos de las campañas (likes, impresiones,...)	---
	Nº personas que asisten a acciones inversas	---
<b>SOS.PO20.05</b>	Nº visualizaciones de vídeos promocionales	---
	Nº de contactos realizados en eventos profesionales	60
	Nº pasaportes entregados	---
	Nº impactos publicidad en buses	---
<b>SOS.PO20.06</b>	Nº contactos logrados	
	Nº impresiones y likes en las campañas desarrolladas	>24000
	Nº asistentes a torneos	
<b>SOS.PO20.07</b>	Nº de contactos	93
	Nº de asistentes	--
	Nº de impactos en las campañas	---

<b>SOS.PO20.08</b>	Nº de contactos	38
	Nº de asistentes a acciones inversas	---
<b>SOS.PO20.09</b>	Nº de contactos	8
	Nº de impactos o visualizaciones	400000
	Nº de participantes	---
<b>SOS.PO20.10</b>	Nº de contactos	128
	Nº de impactos o visualizaciones	80362
	Nº de participantes	37425
<b>SOS.PO20.11</b>	Nº de contactos	---
	Nº de impactos o visualizaciones	---
	Nº de participantes	---
<b>SOS.PO20.12</b>	Nº de contactos	35
	Nº de impactos o visualizaciones	---
	Nº de participantes	69
<b>SOS.PO20.13</b>	km de senderos puestos en marcha	
	Superficie recuperada o rehabilitada	
<b>SOS.PO20.16</b>	Nº de situaciones extraordinarias contempladas	0
<b>SOS.PO20.17</b>	% de territorio estudiado	
<b>SOS.PO20.18</b>	Nº de consultas o descargas	1458
<b>SOS.PO20.19</b>	Nº itinerarios propuestos	0
<b>SOS.PO20.20</b>	Nº de puntos de interés propuestos	0

(\*) datos de 2019

## 6 DESEMPEÑO DEL EJE DE ACCESIBILIDAD

### 6.1 ESTADO DE LAS ACCIONES

<b>ACC.PO20.01</b>	<b>Incorporación de la legislación sobre accesibilidad y guías de recomendación en la web <a href="http://www.costadelsolmalaga.es">www.costadelsolmalaga.es</a></b>
--------------------	--

**Descripción** Incorporación de la legislación básica y específica sobre accesibilidad, así como información útil para los municipios del destino y empresas privadas

**Estado** EJECUTADO

<b>ACC.PO20.02</b>	<b>Elaboración del Plan Estratégico de Turismo Accesible</b>
--------------------	--

**Descripción** Realización de un plan estratégico participativo sobre las necesidades del sector público y privado para atender a las personas con diversidad funcional en términos de infraestructuras, servicios, productos, atención al cliente, ... etc.

**Estado** EJECUTADO

<b>ACC.PO20.03</b>	<b>E-book sobre accesibilidad en el destino</b>
--------------------	---

**Descripción** Información básica sobre los servicios y equipamientos del destino con accesibilidad, así como información práctica para la planificación del turista con necesidades de accesibilidad

**Estado** EJECUTADO

<b>ACC.PO20.04</b>	<b>Adaptación a la normativa de accesibilidad del Sistema de Gestión del Destino</b>
--------------------	--

**Descripción** Adaptación del Sistema de Gestión de Destino [www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com) a los criterios de accesibilidad universal establecidos por la normativa actual

**Estado** EJECUTADO

## 6.2 MEDICIÓN DE INDICADORES

COD	INDICADORES DE ACCESIBILIDAD	MEDICIÓN
<b>ACC.PO20.01</b>	Nº consultas a información web/año	96
	Nº de descarga de documentos	1182
<b>ACC.PO20.02</b>	Nº puntos interés turístico analizados	32
	Nº de propuestas de actuación recogidas en el Plan	12
<b>ACC.PO20.03</b>	Nº descargas material digital/año	60(*)
<b>ACC.PO20.04</b>	Resultado test accesibilidad	8,5

(\*) sólo en el mes de diciembre

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



 <p>COSTA DEL SOL MÁLAGA</p>	<p><b>INFORME DE SEGUIMIENTO DE LA GESTIÓN DEL DTI “COSTA DEL SOL OCCIDENTAL” 2º SEMESTRE 2020</b></p>	
---	--	--

## **7 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 2020.

En Málaga a 16 de febrero de 2021

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