
**INFORME SEGUIMIENTO AÑO 2021
DEL PLAN DIRECTOR DEL DESTINO
TURÍSTICO INTELIGENTE COSTA DEL
SOL OCCIDENTAL 2021-23**

Índice

1	OBJETO Y ALCANCE	3
2	OBJETIVOS DEL DTI.....	4
2.1	OBJETIVOS DEL EJE DE GOBERNANZA.....	4
2.2	OBJETIVOS DEL EJE DE INNOVACIÓN	8
2.3	OBJETIVOS DEL EJE DE TECNOLOGÍA	10
2.4	OBJETIVOS DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD	13
2.5	OBJETIVOS DEL EJE DE ACCESIBILIDAD	16
3	EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DIRECTOR	18
3.1	EJE DE GOBERNANZA.....	18
3.2	EJE DE INNOVACIÓN.....	20
3.3	EJE DE SOSTENIBILIDAD.....	22
3.4	EJE DE TECNOLOGÍA	25
3.5	EJE DE ACCESIBILIDAD	28
4	EQUIPO REDACTOR	29

1 OBJETO Y ALCANCE

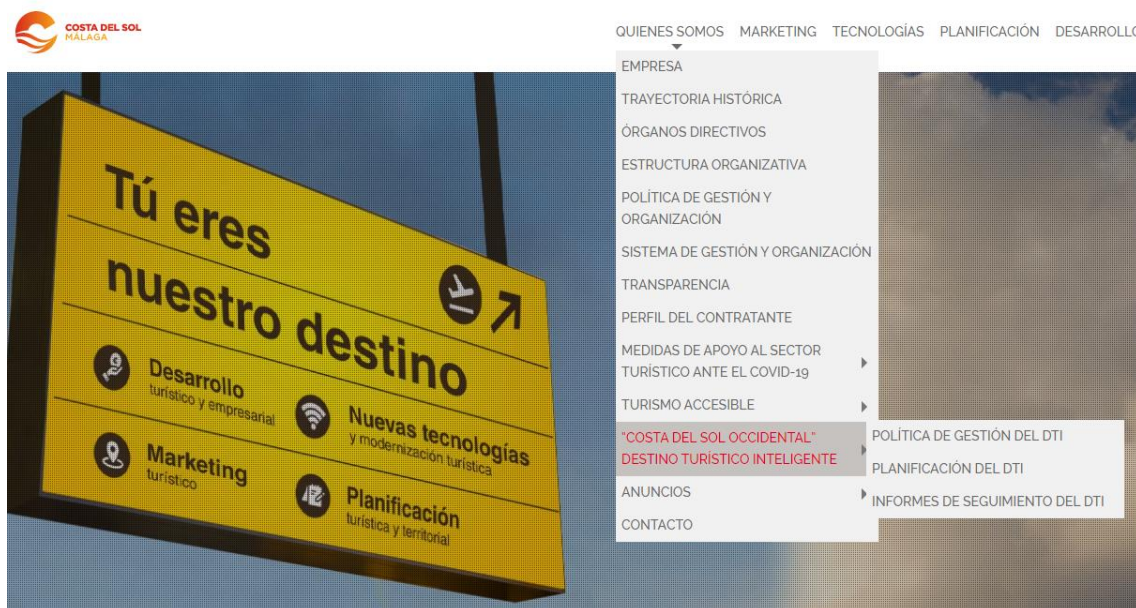
Este informe se realiza con objeto de ofrecer una visión del avance de los objetivos del **Plan Director del Destino Turístico Inteligente Costa del Sol Occidental 2021-23**, aprobado el 16 de abril de 2021 y, con ello, que los Órganos Consultivos y partes interesadas puedan tomar decisiones al respecto.

Para la realización de este informe se han medido los indicadores establecidos en dicho Plan Director con los datos disponibles de la anualidad 2021.

En paralelo a este informe, se ha realizado otro de seguimiento del **Plan Operativo 2022** donde se recoge el estado de las actuaciones y proyectos previstos para esta anualidad.

Todos los informes de seguimiento son publicados en la web de Turismo y Planificación de la Costa del Sol o clicando en el siguiente enlace:

<https://www.costadelsolmalaga.org/es/7868/informes-de-seguimiento-del-dti>



2 OBJETIVOS DEL DTI

Los objetivos estratégicos del Plan Director son los siguientes:

2.1 OBJETIVOS DEL EJE DE GOBERNANZA

La gestión de la gobernanza en un destino turístico inteligente es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos. Los mismos que ponen el foco de la planificación, no sólo en el turista, sino también en el bienestar del residente y la convivencia entre ambos, y en entender la gestión turística en coordinación con el resto de las áreas del destino.

Para el desarrollo de la gobernanza en el DTI Costa del Sol se han considerado los siguientes aspectos:

- **Visión estratégica e implementación:** garantizar el desarrollo futuro de la actividad turística dotando a los gestores de las herramientas de planificación necesarias y de los recursos que garanticen su puesta en marcha.
- **Gestión eficiente:** alcanzar los objetivos planteados optimizando los recursos disponibles y sistematizando los procesos.
- **Gestión transparente, abierta y participativa:** garantizar la participación de la ciudadanía y del sector en las decisiones turísticas, así como coordinarse con otros departamentos, organismos y administraciones y hacerlo con la debida transparencia.
- **Gestión responsable y controlada:** garantizar el conocimiento necesario para la planificación y la gestión de riesgos en el destino, así como la medición de los resultados en las acciones realizadas y su concordancia con los objetivos planteados.

Por ello, planteamos a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Gobernanza para los próximos años:

Código	Objetivo
GOB.1	Reforzar de la imagen de marca Costa del Sol
GOB.2	Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas
GOB.3	Dar visibilidad del Proyecto Costa del Sol DTI y sus componentes
GOB.4	Optimizar y coordinar la información turística
GOB.5	Potenciar el análisis y conocimiento de la realidad del Destino
GOB.6	Mejorar la satisfacción del turista y de los residentes del destino
GOB.7	Mejorar la transparencia de la gestión

Y, a continuación, se detallan estos objetivos:

GOB.1 Reforzar de la imagen de marca Costa del Sol

El posicionamiento de la marca Costa del Sol y su tratamiento gráfico son excelentes, sin embargo, se ha de potenciar el posicionamiento de la Marca a través de Campañas de comunicación, Acciones diversas con medios de comunicación, Patrocinios, Press Trips, ...

GOB.2 Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas

Aunque la coordinación público-privada y público-público en materia de turismo está bien estructurada en el Destino, se debe reforzar y ampliar lo más posible la coordinación que brinde la oportunidad de compartir iniciativas y proyectos puestos en marcha entre las distintas partes interesadas del destino y se pueda realizar una revisión y analizar el estado de ejecución de este Plan Director.

Además, se propone reforzar la estructura de coordinación y ampliar la articulación de mecanismos de consultas a la comunidad local del destino.

Actualmente existen las siguientes mesas de coordinación:

- **Grupo de Trabajo de Diputación:** Presidencia y delegaciones de la Diputación
- **Grupo de Trabajo Municipios:** al menos asistirán los responsables de las áreas de turismo de los municipios que forman parte del destino, incluyendo a la mancomunidad de municipios de la Costa del Sol Occidental
- **Mesa Comisión Permanente del Foro de Turismo:** que está representada por el sector turístico en el que participarán los miembros de la Comisión Permanente de Turismo y Planificación Costa del Sol

GOB.3 Dar visibilidad del Proyecto Costa del Sol DTI y sus componentes

Dada la envergadura del proyecto y la innovación que supondrá para el destino, se debe dar de una gran visibilidad al mismo en todos los Foros posibles y que tenga la mayor repercusión posible su puesta en marcha.

Para ello, se deberá diseñar una campaña de comunicación, preferentemente en redes sociales, para mostrar como un destino supramunicipal implanta un sistema basado en los cinco ejes para mejorar su competitividad.

Además, la web del Turismo y Planificación Costal del Sol tendrá una sección propia para el DTI, en la que se recoja ordenadamente todos los documentos, programas y acciones del DTI.

GOB.4 Optimizar y coordinar la información turística

Garantizar la prestación de los servicios de atención turística de forma coordinada, con unos mínimos estándares de calidad en las infraestructuras y la prestación del servicio del destino. Por ello, se canalizarán recomendaciones genéricas a las oficinas del Destino DTI Costa del Sol con objeto de mejorar el servicio de atención al turista, se llevarán a cabo a través de las siguientes líneas de actuación:

- 1. Coordinación y comunicación:** dar continuidad a los canales de información establecidos por el ente gestor con las y los responsables de las diferentes oficinas de turismo en el destino, para coordinar acciones de formación y/o comunicación.
- 2. Formación:** desarrollo de programas formativos específicos alineados con las necesidades y objetivos de los destinos turísticos inteligentes (gestión de datos, planificación estratégica, tecnologías aplicadas al turismo, accesibilidad, sostenibilidad...), en la medida de lo posible, incluir en los planes formativos del ente gestor para el conjunto de personal responsable de turismo en los destinos.
- 3. Información integrada y homogénea:** continuar con las acciones de familiarización del personal de las oficinas de turismo con otros territorios, productos y recursos turísticos, con el fin de que puedan conocer con detalle la oferta turística de otros municipios y contribuir a la información correcta en caso necesario. El objetivo es que todos/as los/las informadores/as turísticos/as estén preparado/as para ofrecer información del conjunto de destinos de la Costa del Sol.
- 4. Imagen:** se consensuará la posibilidad de elaborar un distintivo unificador que identifique, físicamente, a las distintas oficinas como parte de una red de oficinas territoriales, bajo la imagen paraguas de Costa del Sol, que contribuya a ofrecer una imagen de integridad de destino beneficiando al destino.
- 5. Material promocional:** fomentar el intercambio de material promocional entre los municipios del destino y aprovechar la información desarrollada por TYPCCDS. También fomentar folletos más accesibles para todos, en soportes impresos, fomento de materiales reciclados, fomentar la inclusión de elementos de lectura virtual como QR que mejoren la trazabilidad, facilitar la visualización online y descarga, propiciar y facilitar un alineamiento con la estrategia de branding y con la estrategia de marketing en términos de producto, mercados y segmentos objetivo.
- 6. Tecnologías:** Impulsar la dotación de soportes tecnológicos en el espacio de la oficina, zonas de conexión, zonas de descarga donde se encuentre el material promocional, fomentar la interacción con el turista mediante elementos tecnológicos minimizando las superficies de contacto.
- 7. Accesibilidad:** Impulsar la mejora de las condiciones de accesibilidad en el conjunto de oficinas

GOB.5 Potenciar el análisis y conocimiento de la realidad del Destino

Incrementar el nivel de inteligencia competitiva del destino Costa del Sol para conseguir que la labor del ente gestor, así como la de empresarios y responsable públicos, se siga llevando a cabo con la máxima información posible y para que, de esta manera, sus decisiones sean lo más eficiente posibles con el objetivo conseguir la mejora de la competitividad turística de la Costa del Sol. Siendo los objetivos de esta:

- Articular el mayor centro de inteligencia turística de un destino a nivel nacional
- Mejorar la oferta de estudios e informes para optimizar la información que necesitan los responsables de las administraciones públicas y empresas turísticas
- Difundir los estudios por el sector turístico malagueño (tanto público como privado)
- Mejora de la eficiencia de las decisiones de responsables del sector público y privado debido al conocimiento obtenido al respecto
- Implementar el desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística (Big Data) para una mejor explotación de los datos

GOB.6 Mejorar la satisfacción del turista y de los residentes del destino

El destino seguirá trabajando para mantener un alto nivel de calidad y de satisfacción de los turistas a través de actuaciones implementadas por todos los agentes turísticos (administración, empresas turísticas, residentes, ...).

También se velará por mantener la satisfacción de los residentes, limitando la interacción negativa que puede conllevar en algunos momentos la actividad turística frente los locales (aglomeraciones, ruidos, intensidad de tráfico, presión en los servicios públicos...)

Para ver su evolución, se articularán mecanismos para medir, evaluar y realizar un seguimiento de:

1. La satisfacción del turista
2. La satisfacción del residente y la valoración de este en relación con la actividad turística en el destino.

GOB.7 Mejorar la transparencia de la gestión

En aras de incrementar la transparencia de la gestión del destino con las partes interesadas el ente gestor facilitará y publicará los presupuestos destinados a la gestión del destino, los resultados de las acciones desarrolladas, etc.

2.2 OBJETIVOS DEL EJE DE INNOVACIÓN

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

En este eje se plantean los objetivos para alcanzar el desempeño innovador del destino Costa del Sol en términos de:

- procesos de gestión interna
- producto y servicios turísticos
- comercialización y marketing y
- la innovación aplicada a la capacitación

Por eso, el DTI Costa del Sol tiene el compromiso de integrar el concepto de innovación en todos los procesos para contribuir a un desarrollo más sostenible que incluya a la ciudadanía y al territorio en el que se produce la actividad turística.

Por ello, se establecen a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Innovación para los próximos años:

Código	Objetivo
INN.1	Potenciar el trabajo en grupo y el sistema colaborativo de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras.
INN.2	Impulsar la transferencia de conocimiento Universidad-Empresa-Administración.
INN.3	Identificar nuevos espacios infrautilizados con fines turísticos, potenciar productos turísticos ya trabajados y poner en valor nuevos productos/experiencias/servicios.
INN.4	Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing.
INN.5	Impulsar el desarrollo de productos y empresas turísticas innovadoras que diversifiquen la oferta motivacional y se orienten a nuevos mercados.

Y, a continuación, se detallan estos objetivos:

INN.1 Potenciar el trabajo en grupo y el sistema colaborativo de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras.

Dotar de los instrumentos necesarios para:

- Detección de problemas e identificación de oportunidades
- Mejorar los procesos para promover nuevas ideas para el desarrollo de productos, servicios y/ o procesos futuros.
- Promover la monitorización de la innovación en el territorio
- Mejorar la difusión de oportunidades de innovación en el DTI de forma sistemática
- Mejorar la planificación, seguimiento y control de acciones de innovación
- Promover la vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, trasladada al sector privado, así como fomentar la creatividad en el sector.

INN.2 Impulsar la transferencia de conocimiento Universidad-Empresa-Administración.

Promover mecanismos para la colaboración público privadas de proyectos innovadores en el destino (en curso, en desarrollo, en fase piloto, implantación, etc.)

INN.3 Identificar nuevos espacios infrautilizados con fines turísticos, potenciar productos turísticos ya trabajados y poner en valor nuevos productos/experiencias/servicios.

El territorio de Costa del Sol, aunque se ha hecho una labor interesante en esta línea, aún existen multitud de espacios municipales que son susceptibles de valorar para su puesta a disposición como recurso turístico. Por ello, se incluye este objetivo en el Plan Director del Destino.

- Se impulsará la Gestión de espacios culturales/turísticos por todos los entes del Destino e impulsará la puesta en marcha de nuevos productos turísticos asociados a espacios de elevado potencial.
- Se potenciará la creación nuevos productos turísticos y trabajar más aquellos ya planteados, pero no consolidados, es otra de las tareas a llevar a cabo. A modo de ejemplo se identificarán nuevos deportes acuáticos no explotados en el destino, otros deportes populares en crecimiento (trails, carreras, etc.), fomento del turismo submarino, potenciación del turismo ecuestre, ...
- Se identificarán y en la medida de lo posible, se pondrán en valor, el patrimonio histórico de interés cultural sin uso turístico actual.
- Se identificarán y en la medida de lo posible, se pondrán en valor, el patrimonio arqueológico y cultural -tradiciones- que no está dotado del suficiente impulso y promoción por parte del destino
- Se identificarán y en la medida de lo posible, se pondrán en valor, nuevas rutas potenciales y optimizar la comercialización de las actuales

INN.4 Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing.

El Destino centra las acciones en la comercialización de productos turísticos mediante una potente inversión en campañas de promoción, difusión y nuevas acciones de marketing. Todo ello, representa una parte importante del esfuerzo en marketing digital u online. Para seguir siendo un destino innovador se impulsará nuevas formas de comercialización:

Incrementar los Programas de fidelización segmentados, de modo que se dirijan a los diversos perfiles que visitan Costa del Sol: turismo familiar y de parejas, de lujo, deportivo, VITA, etc. (el viajero de negocios puede ser un nicho de gran interés, por su capacidad para diversificar el gasto).

- Potenciar los newsletters adaptado a las búsquedas de contenidos y el CRM en el destino (gestor de clientes/visitantes)
- Incorporar asistentes virtuales de viaje y chatbots.

- Iniciar campañas de branded content o contenido patrocinado, con la creación de vídeos o desarrollos multimedia para asociar la marca Costa del Sol a ciertos valores, productos o servicios.
- Incorporar tecnologías destinadas a optimizar la interacción con el turista en el destino, sirviendo a la vez como canal de venta, que permita aumentar la cuota de mercado y, al tiempo, mejorar el conocimiento sobre los hábitos y consumo de los visitantes.
- Inbound marketing.
- Realidad Aumentada / Realidad Virtual
- Escaparates Virtuales (+ tours virtuales, 360º)
- Incorporar el geomarketing, técnicas como el geofencing o geocercado

INN.5 Impulsar el desarrollo de productos y empresas turísticas innovadoras que diversifiquen la oferta motivacional y se orienten a nuevos mercados.

El emprendimiento es uno de los puntos fuertes del destino, pero además hay que fomentar la actividad emprendedora turística. Mantener el nivel y no dejar escapar la oportunidad de seguir posicionado como referente nacional en materia de innovación y emprendimiento en turismo es una obligación.

- Seguir fomentando el emprendimiento mediante diversas actividades, además de formaciones transversales y otras específicas, entre otros, por medio de concursos o premios de emprendimiento (e ideas), pudiendo pasar a escala internacional en el que se inviten, tanto a empresas locales -y nacionales- como aquellas de países extranjeros, atrayendo potencial y talento internacional.
- Continuar potenciando el trabajo desarrollado en Productos y Empresas Turísticas, como, por ejemplo:
 - Ruta del vino de Ronda y Málaga
 - Programa de aceleradora de Empresas "Costa del sol Tourism Hub
 - Premio a la iniciativa turística emprendedora
 - Programa de impulso de experiencias turísticas innovadoras
- Potenciar la colaboración con "Andalucía Lab" (Marbella) y otros organismos existentes en los municipios del destino.
- Impulsar la búsqueda de nuevos productos y/o servicios que amplíen la oferta motivacional del destino, así como captar nuevos mercados estratégicos.

2.3 OBJETIVOS DEL EJE DE TECNOLOGÍA

La complejidad del escenario tecnológico está marcada por la diversidad y la rápida evolución de las tecnologías. Éstas tienen un papel destacado en el sector turístico, tanto desde el punto de vista de la gestión del destino, como desde el punto de vista del consumidor y usuario de servicios y productos turísticos.

El impacto de las nuevas tecnologías en los hábitos turísticos tiene que ver con variables de distinto tipo, por un lado, las que hacen referencia a las pautas de su uso con carácter general y, por otro, a las que afectan al grado de utilidad y su capacidad de respuesta a los requerimientos del turista.

Los objetivos de este eje se planifican en los siguientes ámbitos:

- Tecnologías aplicadas a la gobernanza
- Tecnologías aplicadas al marketing turístico
- Infraestructuras tecnológicas
- Sistema de conocimiento turístico

Teniendo estos puntos en cuenta, se plantean los siguientes objetivos a cumplir en los próximos años dentro de este eje:

Código Objetivo

TEC.1	Mejorar la comunicación con el turista
TEC.2	Impulsar la homogenización del ecosistema de marcas turísticas, páginas web y aplicaciones turísticas del Destino.
TEC.3	Impulsar el marketing online del Destino.
TEC.4	Promover las infraestructuras de información turística en Destino que mejoren la experiencia del turista.
TEC.5	Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas.
TEC.6	Impulsar el desarrollo de herramientas de Business Inteligencia e Inteligencia turística.
TEC.7	Promover el impulso de infraestructuras de telecomunicaciones.

A continuación, se expone el detalle de cada uno de los objetivos anteriores.

TEC.1 Mejorar la comunicación con el turista

Promover y dar a conocer a las partes interesadas, las nuevas herramientas o soluciones tecnológicas que se pueden implantar en el destino para facilitar el acceso a la información y la comunicación con el turista antes, durante y después de la visita al destino. Entre otros aspectos se dará a conocer:

- Las herramientas que permitan trasladar quejas y sugerencias a todas las instituciones involucradas en el destino, estableciendo un protocolo común que permita establecer tiempos máximos de respuesta a estas peticiones.
- Los sistemas de gestión de denuncias on-line, o alertCops, en el Sistema de gestión de Destino.

TEC.2 Impulsar la homogenización del ecosistema de marcas turísticas, páginas web y aplicaciones turísticas del Destino.

El portal de referencia de la promoción turística de la Costa del Sol es el Sistema de Gestión de Destino www.visitacostadelsol.com, del cual Turismo y Planificación Costa del Sol es responsable de su desarrollo, mantenimiento y alojamiento.

Por otro lado, la Diputación de Málaga cuenta con una sección de turismo en su portal institucional, así como varios portales dedicados a productos turísticos de la provincia, al que en breve se sumará el que se desarrolla dentro del proyecto Smart Costa del Sol.

Además, casi todos los ayuntamientos cuentan con su propia página web que utilizan su propia marca local con idea de promocionar cada municipio como destino turístico.

Esta situación genera un ecosistema poco homogéneo ya que, aunque cada destino apueste por la diferenciación y tenga su propia estrategia de comunicación, debería existir un nexo común que se refleje en los diferentes portales la pertenencia a un destino supramunicipal, la Costa del Sol, que en muchos casos va a contribuir a mejorar su posicionamiento y a unificar la imagen del destino.

TEC.3 Impulsar el marketing online del Destino.

Los nuevos turistas hiperconectados tienen nuevas necesidades y los destinos se tienen que adaptar a esta nueva realidad haciendo uso de las TIC, portales web, redes sociales y aplicaciones móviles, para mantener un diálogo permanente con sus visitantes durante todas las fases del viaje, así como para su atracción cuando están en la fase de inspiración del viaje.

Es necesario continuar impulsando el marketing digital u online a través de todas las herramientas disponibles por el Destino, para generar más tráfico hacia la web, mejorar la autoridad SEO.

Por otro lado, se debe mejorar la reputación online en todos sus ámbitos y de forma coordinada con los municipios que integran el destino.

Asimismo, se debe continuar con la labor desarrollada e iniciada hace unos años y de seguir impulsando su transformación digital, que van en esta línea de apuesta por marketing on line y por contenidos digitales, así como la implantación de herramientas que aporten y mejoren la información sobre el turista, sus gustos, o la mejora de los CRM implantados

TEC.4 Promover las infraestructuras de información turística en Destino que mejoren la experiencia del turista.

El objetivo es promover el desarrollo de una serie de recursos y herramientas mínimas disponibles para el turista en las oficinas de turismo, independientemente que en cada una de ellas se primen los contenidos de carácter local o específico, como pueden ser:

-
- Escaparate multimedia con información al visitante las 24 horas los 365 días al año.
- Implantación de red Wi-Fi de acceso gratuito que permita el acceso a información y la descarga de contenidos digitales de forma ágil
- Pantallas táctiles o tótems en el exterior que permita al visitante consultar información seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina.
- Señalética Inteligente, Códigos QR, Realidad Aumentada...

TEC.5 Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas.

La tecnología ha avanzado y permite a los destinos disponer de herramientas y soluciones tecnológicas que lo hacen disponer de más información y por ende ser más inteligente, al mismo tiempo, que favorecen la calidad de vida de los ciudadanos y mejoran la experiencia turística de los visitantes.

Por tanto, se ha de promover la implantación de sensores que mejoren la gestión del destino:

- Alumbrado inteligente
- Riego inteligente
- Eficiencia energética inteligente
- Aparcamiento inteligente
- Red de transporte inteligente
- Sensorización de espacios medioambientales inteligentes (estaciones meteorológicas, calidad de las aguas, ruidos, ...)
- Control de la afluencia turística
- Otros servicios inteligentes para los turistas

TEC.6 Impulsar el desarrollo de herramientas de Business Intelligence e Inteligencia turística.

Para que un destino sea plenamente inteligente se necesita implantar herramientas que permitan que permita tener una visión, en tiempo real, del comportamiento de los mercados y del público objetivo.

Además de caracterizar al usuario, conocer sus preferencias y que por consecuencia ayude al Destino DTI a la toma de decisiones, así como dar información para la personalización de los servicios.

Además, debe de proporcionar información sobre los potenciales clientes para después a través de las herramientas de marketing poder atraerlos y convertirlos en visitantes del destino.

TEC.7 Promover el impulso de infraestructuras de telecomunicaciones.

Desde el ente gestor se promoverán acciones que ayuden a los municipios del destino para que mejoren sus infraestructuras de telecomunicaciones, tales como divulgación de las infraestructuras de telecomunicaciones necesarias, organización de jornadas y talleres de difusión en esta materia, planes o informes para conocer cobertura de alta calidad o número de oficinas de información con wifi o puntos de acceso wifi para turista...

2.4 OBJETIVOS DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad turística hay que considerarla como una herramienta transversal para la continuidad de la actividad turística a futuro, con todos los estándares de calidad y bienestar tanto para el turista como para el residente.

El Ente gestor a través de los distintos instrumentos que ha tenido a su disposición ha impulsado la gestión turística sostenible y responsable, a través de sus Planes de Marketing y competitividad, así como a través de sus planes anuales. La estrategia turística desarrollada se ha articulado con acciones relacionadas con el marketing y la planificación turística, acciones de apoyo al emprendimiento, al desarrollo económico y empleo, etc. que han favorecido el desarrollo económico del destino, en definitiva, impulsando la actividad local del destino

No obstante, ahora se debe dar un paso más allá y configurar una estrategia territorial de gestión integral de la sostenibilidad turística que incorpore la estrategia y retos ambientales, de sostenibilidad cultural y de sostenibilidad socioeconómica del destino.

Así, el DTI Costa del Sol tiene la sostenibilidad como un compromiso transversal que debe:

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

Por ello, planteamos a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Sostenibilidad para los próximos años:

Código	Objetivo
SOS.1	Potenciar la gestión turística basada el impulso a la económica local del destino
SOS.2	Reducir la estacionalidad turística
SOS.3	Impulsar la conservación del patrimonio cultural y natural.
SOS.4	Distribución espacial del flujo turístico.
SOS.5	Mejorar la sostenibilidad ambiental.
SOS.6	Potenciar mecanismo de respuesta ante acontecimientos extraordinarios.

A continuación, se exponen unas fichas de cada uno de ellos con más detalle

SOS.1 Potenciar la gestión turística basada el impulso a la económica local del destino

Se impulsará una gestión que proteja la actividad presente y futura del Destino Turístico Inteligente Costa del Sol, por lo cual se:

- Promoverá actuaciones que permitan mayor empleo y de más calidad, así como impulsará el desarrollo de planes formativos en el destino
- Impulsará la coordinación en materia de seguridad del destino, ya que carece de competencias en este sentido y favorecerá la comunicación entre los distintos entes integrantes del destino
- Impulsará la adaptabilidad de los servicios turísticos a las necesidades y requisitos de los turistas, gracias al conocimiento turístico generado por el smart office del destino
- Impulsará la protección del tejido productivo local, del comercio tradicional y el fomento del uso de productos locales

En este sentido se seguirá apostando por programas que potencien la actividad económica.

SOS.2 Reducir la estacionalidad turística

La estacionalidad turística influye en la gestión pública en temas fundamentales como la prestación de servicios públicos (recogida de residuos, abastecimiento de agua, seguridad, servicios de salud...), en la movilidad municipal, el aparcamiento, la actividad económica y comercial, etc. Dada la marcada estacionalidad que caracteriza al territorio de la Costa del Sol se impulsará su gestión, diversificando los productos turísticos, redistribuyendo los flujos en el espacio y en el tiempo, a través de las diferentes acciones sostenibles e innovadoras de marketing por segmentos

SOS.3 Impulsar la conservación del patrimonio cultural y natural.

El destino debe seguir impulsando más si cabe la adecuada conservación del patrimonio natural, cultural, arquitectónico e histórico artístico apoyado en la legislación y en las figuras de protección existentes. Para ello se debe contar con el compromiso y con el consenso público y privado:

- Se promoverá la toma de conciencia por parte del visitante y residente, de la importancia del patrimonio natural, histórico artístico y cultural entre los municipios que integran el Destino Turístico Inteligente DTI Costa del Sol.
- Se velará por el cumplimiento de la normativa en materia de conservación del patrimonio haciendo hincapié en las figuras de protección más elevadas.

SOS.4 Distribución espacial del flujo turístico.

Promover actuaciones u acciones que busquen conectar con otras áreas turísticas del interior de la Provincia

SOS.5 Mejorar la sostenibilidad ambiental.

La Costa del Sol ya ha puesto en marcha medidas que se engloban dentro de la protección ambiental, si bien, se debe impulsar una estrategia medioambiental conjunta. Para ello se fomentará la economía circular, la eficiencia energética, la lucha contra el cambio climático, el uso de energías renovables, reducción de gases de efecto invernadero, gestión de la movilidad, gestión ambiental en las empresas turísticas, protección del medio físico y la biodiversidad. Así como, potenciar el uso del transporte público y nuevas modalidades de transporte para mejorar los problemas de movilidad y reducir la congestión del tráfico.

SOS.6 Potenciar mecanismos de respuesta ante acontecimientos extraordinarios.

Asesorar al destino de protocolos, herramientas y mecanismos de respuesta ante posibles desastres naturales, sanitarios, bélicos, empresariales, para minimizar su impacto.

2.5 OBJETIVOS DEL EJE DE ACCESIBILIDAD

La accesibilidad universal del DTI pasa por desarrollar un turismo que permita el acceso, uso y disfrute a todas las personas, sin exclusiones, garantizando el derecho a la igualdad de oportunidades a disfrutar de los entornos, bienes, servicios, productos, tecnologías, etc. de la forma más segura, cómoda, autónoma y natural posible. La aplicación de la accesibilidad universal presupone la aplicación de la estrategia de “diseño universal o diseño para todas las personas”, y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

Además de dar respuesta a un derecho fundamental de las personas, la accesibilidad universal constituye un elemento básico en la percepción de la calidad de la oferta de un destino, representa una oportunidad de negocio para todo el sector, favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, al posicionarse como socialmente responsable.

Así, el DTI Costa del Sol tiene la accesibilidad universal como un compromiso para garantizar acceso a todo tipo de productos, servicios y propuestas culturales, de naturaleza o de ocio, independientemente de las características, capacidades o condiciones del potencial visitante.

Por ello, planteamos a continuación los siguientes Objetivos del Plan Director para el eje de Accesibilidad para los próximos años:

Código

Objetivo

ACC.1

Impulsar la sensibilización en materia de accesibilidad.

ACC.2

Mejorar del conocimiento sobre accesibilidad universal del Destino.

ACC.3

Mejorar de la accesibilidad universal del Destino.

Y, a continuación, se presentan las líneas de actuaciones con más detalle

ACC.1 Impulsar la sensibilización en materia de accesibilidad.

La Accesibilidad Universal debe aplicarse de forma transversal en todos los ámbitos de gestión, promoción y planificación del destino. Por ello e, se van a poner en marcha acciones específicas en materia de accesibilidad:

- **Formación y asesoramiento.** Abordará entre otros aspectos
 - o Turismo accesible: concepto, estrategia y hábitos turísticos de las personas con necesidades de accesibilidad
 - o Atención al público con necesidades de accesibilidad
 - o Normativa de obligado cumplimiento y estándares de accesibilidad
 - o Criterios de accesibilidad que deben cumplirse en servicios turísticos
 - o Asesorar a las partes interesadas en el ámbito de la accesibilidad
- **Sensibilización al sector turístico** para que se desarrolle una cadena de servicios turísticos accesibles por medio de, entre otros, premios, campañas de información dirigidas a los municipios y destinos turísticos, nuevos canales de comunicación, etc
- **Difusión de normativa de accesibilidad**, así como manuales y publicaciones útiles para el sector turístico.

ACC.2 Mejorar del conocimiento sobre accesibilidad universal del Destino.

Se mejorará el conocimiento sobre las condiciones de accesibilidad de establecimientos y recursos turísticos, del transporte y de otras actividades complementarias (visitas guiadas adaptadas, etc.), así como de la existencia de servicios prestados en el destino de utilidad para personas con necesidades de accesibilidad (intérpretes de lengua de signos, préstamo/alquiler de productos de apoyo, descuentos para personas con discapacidad, etc.). Para ello, se realizarán, entre otras, las siguientes acciones:

- Diagnósticos de todos los elementos que conforman la cadena de valor del turismo. El diagnóstico se realizará por fases para identificar los servicios turísticos accesibles existente y aquellos que es necesario adaptar para cubrir la cadena de valor turística. Este diagnóstico permitirá identificar los eslabones de la cadena del valor de turismo que deben mejorar sus condiciones de accesibilidad.
- Se incorporará la información en las webs de promoción turística, entre otros, <https://www.visitacostadelsol.com/>, www.malaga.es, web de promoción turística de los municipios integrantes del destino, etc.

ACC.3 Mejorar de la accesibilidad universal del Destino.

Mejorar la accesibilidad universal de forma prioritaria en estas líneas:

- Fomentar la accesibilidad en las oficinas de turismo
- Mejorar la accesibilidad de los distintos portales de promoción turística
- Mejorar la accesibilidad en la información turística sobre el destino
 - o Los aspectos informativos y comunicativos.
 - o El material en formato papel, como los folletos turísticos, (información en Braille, audio-descripción de los contenidos en formatos digitales) así como con pictogramas, etc.
 - o Adaptación de los principales contenidos digitales, material audiovisual de promoción del destino, ... que contemple la incorporación de vídeos con

explicación en Lengua de Signos Española (L.S.E) o subtítulos y audio-descripción, o pictogramas o textos en Lectura Fácil.

- Impulsar la creación de experiencias turísticas accesibles

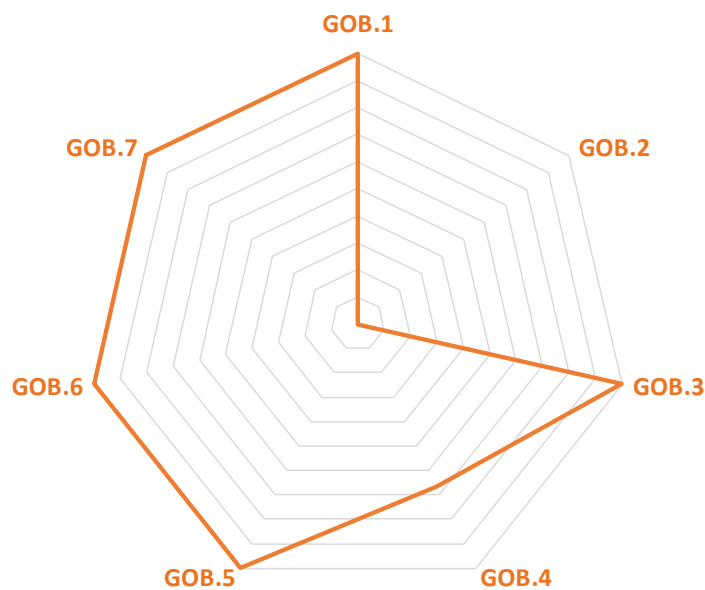
3 EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DIRECTOR

3.1 EJE DE GOBERNANZA

EJE DE GOBERNANZA

86,67%

GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS



OBJETIVOS

GOB.1 Reforzar de la imagen de marca Costa del Sol	100%
GOB.2 Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas	0%
GOB.3 Dar visibilidad del Proyecto Costa del Sol DTI y sus componentes	100%
GOB.4 Optimizar y coordinar la información turística	67%
GOB.5 Potenciar el análisis y conocimiento de la realidad del Destino	100%
GOB.6 Mejorar la satisfacción del turista y de los residentes del destino	100%
GOB.7 Mejorar la transparencia de la gestión	100%

GOB.1 Reforzar de la imagen de marca Costa del Sol 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE ACCIONES REALIZADAS SOBRE LAS PROGRAMADAS EN EL PLAN DE ACCIÓN ANUAL	Incrementar en 5 puntos el porcentaje de acciones de mejora del posicionamiento de la marca Costa del Sol ejecutadas respecto al año anterior	6%	●

GOB.2 Reforzar las estructuras de coordinación entre las partes interesadas 0,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	NÚMERO DE REUNIONES EN LAS QUE SE HA INCORPORADO A REPRESENTANTES DE COLECTIVOS	Integrar al menos a 1 representante de los colectivos sociales del destino turístico en las estructuras de coordinación de desarrollo de la iniciativa	0	●

GOB.3 Dar visibilidad del Proyecto Costa del Sol DTI y sus componentes 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE IMPRESIONES EN RRSS	Incrementar anualmente un 5% las impresiones	n.d.	●
2	Nº DE CHARLAS, JORNADAS, ENCUENTROS DE DIFUSIÓN DEL DTI COSTA DEL SOL,...	Participar en 2 jornadas, charlas, ...	3	●
3	Nº DE VISUALIZACIONES DE DTI EN LA WEB CORPORATIVA	Incrementar anualmente un 5% las visualizaciones	8,2	●

GOB.4 Optimizar y coordinar la información turística 66,67%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE RECOMENDACIONES REALIZADAS SOBRE EL MATERIAL PROMOCIONAL	Realizar al menos 5 recomendaciones al año	0	●
2	Nº DE ACCIONES DE FAMILIARIZACIÓN CON OFICINAS DE TURISMO O INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS, CONOCIMIENTO	Realizar al menos 2 acciones de familiarización con oficinas de turismo	2	●
3	N.º DE REUNIONES DE COORDINACIÓN DE LAS OFICINAS DE TURISMO	Realizar al menos 2 al año de coordinación las oficinas de turismo	3	●

GOB.5 Potenciar el análisis y conocimiento de la realidad del Destino 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE DESCARGAS DE LA WEB DE LOS INFORMES DE INTELIGENCIA TURÍSTICA	Incremento de un 5% respecto al año anterior el número de informes descargados de la web costadelsolmalaga.org por parte de profesionales, empresarios y responsables públicos	0%	●
2	NÚMERO DE CONSULTAS A NUESTRA PLATAFORMA DE DATOS (BIG DATA)	Incremento de un 5% respecto al año anterior del número de consultas por parte de nuestros socios	0	●
3	NÚMERO DE DESCARGAS DE INFORMES DE INTELIGENCIA EN RRSS	Incremento de un 5% con respecto al año anterior de las descargas de los informes de inteligencia publicado en RRSS	0	●

GOB.6 Mejorar la satisfacción del turista y de los residentes del destino 100,00%

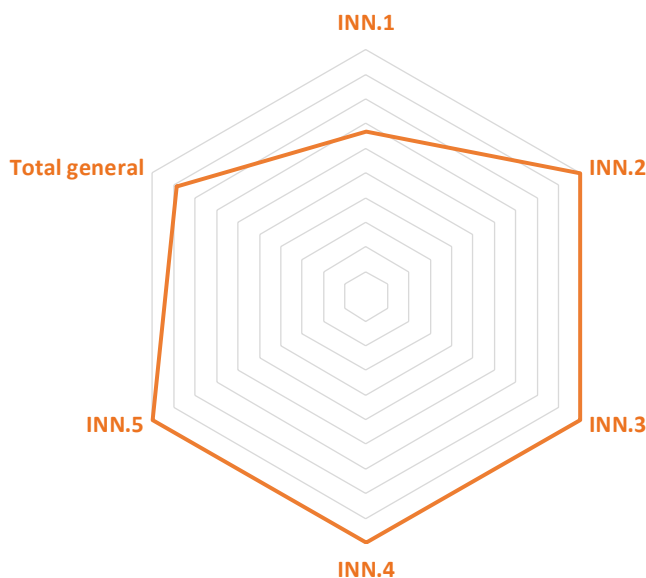
INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	INDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL DEL TURISTA SOBRE EL DESTINO	Mantener una satisfacción media por encima del 8,7	8,78	●
2	OPINIÓN DE LOS RESIDENTES	Mantener una satisfacción por encima de 7	n.d.(*)	●

(*) A principios del año 2022 se pone en marcha una encuesta para conocer la opinión de los residentes

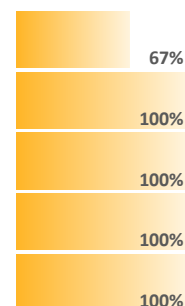
GOB.7 Mejorar la transparencia de la gestión
100,00%
INDICADORES
OBJETIVO ESPECÍFICO

1	Nº DE INFORMES DE GESTIÓN DEL DESTINO	Realizar al menos un informe de gestión del destino	100%	●
2	% DE ENTIDADES LOCALES DEL DESTINO QUE CUENTAN CON PORTAL DE TRANSPARENCIA	Facilitar el acceso a la información pública sobre la gestión del Destino	100%	●

3.2 EJE DE INNOVACIÓN

EJE DE INNOVACIÓN
88,89%
GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

OBJETIVOS

- INN.1** Potenciar el trabajo en grupo y el sistema colaborativo de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras.
- INN.2** Impulsar la transferencia de conocimiento Universidad-Empresa-Administración.
- INN.3** Identificar nuevos espacios infrautilizados con fines turísticos, potenciar productos turísticos ya trabajados y poner en valor nuevos productos/experiencias/servicios.
- INN.4** Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing.
- INN.5** Impulsar el desarrollo de productos y empresas turísticas innovadoras que diversifiquen la oferta motivacional y se orienten a nuevos mercados.



INN.1 Potenciar el trabajo en grupo y el sistema colaborativo de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras. 66,67%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE ACCIONES O PRESUPUESTO A INCORPORAR PROCESOS DE INNOVACIÓN SOBRE EL TOTAL DE ACCIONES RECOGIDAS EN EL PLAN OPERATIVO	Alcanzar al menos el 5%	5%	●
2 Nº DE COMUNICACIONES Y/O REUNIONES Y/O CUESTIONARIOS CON LAS PARTES INTERESADAS QUE PERMITAN IDENTIFICAR LAS NECESIDADES, PUNTOS DE MEJORA PARA INICIAR ACCIONES INNOVADORAS	Incrementar al menos un 5% respecto al año anterior, el presupuesto anual destinado a acciones o procesos innovadores	n.d.	○
3 Nº DE IDEAS INNOVADORAS PLANTEADAS	Presentar al menos 3 ideas innovadoras al año	1100%	●

INN.2 Impulsar la transferencia de conocimiento Universidad-Empresa-Administración. 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº PROYECTOS Y /O ACCIONES INNOVADORAS IDENTIFICADOS Y DIFUNDIDOS QUE CUENTEN CON LA PARTICIPACIÓN U COLABORACIÓN DEL SECTOR PRIVADO/ SOBRE EL TOTAL DE PROYECTOS INNOVADORES	Al menos un proyecto innovador anual cuenta con la participación-colaboración del sector privado	2	●

INN.3 Identificar nuevos espacios infrautilizados con fines turísticos, potenciar productos turísticos ya trabajados y poner en valor nuevos productos/experiencias/servicios. 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE NUEVOS PRODUCTOS, EXPERIENCIAS, SERVICIOS, PLANES QUE MEJOREN LA COMPETITIVIDAD	Impulsar la puesta en valor de nuevos productos/servicios/experiencias turísticas, generando al menos 1 nuevo producto/servicio/experiencia anual.	3	●

INN.4 Impulsar nuevas formas de comercialización y marketing. 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 NÚMERO DE ACCIONES DE PROMOCIÓN QUE CUENTEN CON LAS NUEVAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN	Incrementar en un 10% respecto al año anterior el número de acciones de promoción del Destino	69%	●
2 Nº DE ACCIONES DE PROMOCIÓN (CAMPAÑAS) REALIZADAS O BASADAS EN LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR INTELIGENCIA TURÍSTICA (A MODO DE EJEMPLO LUGAR DE BÚSQUEDA, DÍA DE LA SEMANA, OPINIÓN RRSS...)	Incremento de un 10% respecto al año anterior del nº de acciones de promoción realizadas en base a la información proporcionada por Inteligencia Turística	32	●

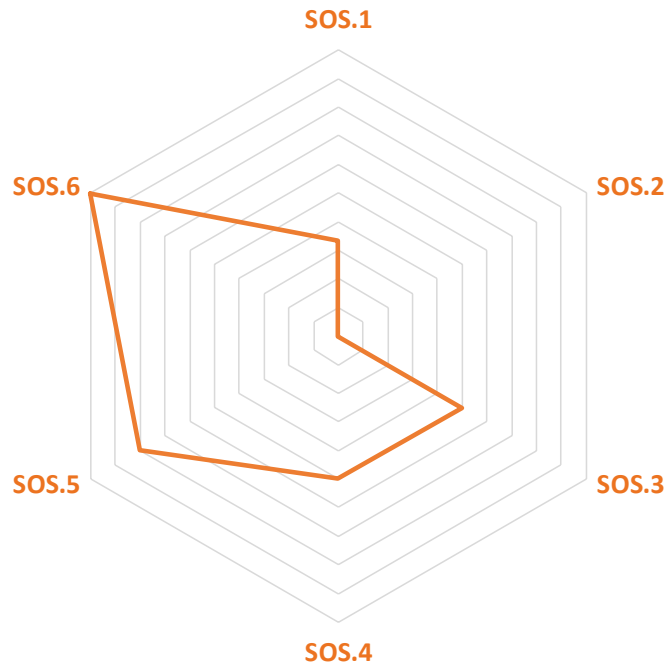
INN.5 Impulsar el desarrollo de productos y empresas turísticas innovadoras que diversifiquen la oferta motivador 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE EMPRESAS QUE SE INTEGREN EN ACELERADORAS Y/O INCUBADORAS DE EMPRESAS DE EMPRESAS INNOVADORAS EN MATERIA TURÍSTICA	Incrementar la incorporación de empresas a aceleradoras y/o incubadoras de empresas en el Destino, en al menos 5 empresas al año	1000%	●
2 Nº DE EMPRESAS QUE SE INTEGREN NUEVOS PROGRAMAS O PRODUCTOS DESARROLLADOS EN EL DTI (A MODO DE EJEMPLO SENDA AZUL, PROGRAMAS 365, INICIATIVA TURÍSTICA INNOVADORA, ETC.)	Facilitar la incorporación de empresas a los nuevos programas o productos desarrollados en el DTI. Incorporación de al menos 5 nuevas empresas al año en cada programa	10	●







3.3 EJE DE SOSTENIBILIDAD

EJE DE SOSTENIBILIDAD **56,25%**

GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS



OBJETIVOS

SOS.1 Potenciar la gestión turística basada el impulso a la económica local del destino	 33%
SOS.2 Reducir la estacionalidad turística	 0%
SOS.3 Impulsar la conservación del patrimonio cultural y natural.	 50%
SOS.4 Distribución espacial del flujo turístico.	 50%
SOS.5 Mejorar la sostenibilidad ambiental.	 80%
SOS.6 Potenciar mecanismo de respuesta ante acontecimientos extraordinarios.	 100%

SOS.1 Potenciar la gestión turística basada el impulso a la económica local del destino 33,33%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 OCUPADOS EN RAMA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA	Crecimiento de un 1% del número de ocupados en la rama turística en la provincia	-10%	●
2 % DE TEMPORALES /INDEFINIDOS EN LA PROVINCIA	Disminuir 1 p.p. el peso de los temporales sobre indefinidos	4103%	●
3 Nº DE EMPRESAS QUE DISPONEN DE UN CERTIFICADO DE CALIDAD (Q DE CALIDAD, SICTED, ISO 9000,...)	Incrementar un 5% el número de recursos turísticos que cuentan con algún certificado de calidad.	17%	●

SOS.2 Reducir la estacionalidad turística 0,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 LLEGADAS DE PASAJEROS AEROPUERTO (JUN-JUL-AFO-SEP) CON RESPECTO AL TOTAL DE LLEGADAS	Reducir en 1 punto porcentual la llegada de pasajeros al aeropuerto en jun-jul-ago-sep respecto a las llegadas el resto del año	18,1%	●

SOS.3 Impulsar la conservación del patrimonio cultural y natural. 50,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN TURÍSTICA DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN LOCAL Y A LOS TURÍSTAS	Realizar al menos 1 campaña de concienciación turística dirigida a la población local y a los turistas	0	●
2 KILOMETROS DE SENDEROS LITORALES	Incrementar en un 10% el número de kilómetros de senderos litorales.	1%	●
3 SUPERFICIE PROTEGIDA EN LA PROVINCIA	Mantener o incrementar el porcentaje de la superficie protegida de la provincia	1,09792	●
4 NÚMERO DE RECURSOS CON PROTECCIÓN (PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD, FIESTAS DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO , BIC) Y MEDIOAMBIENTALES (NÚMERO DE BANDERAS AZULES, RED NATURA, CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE, ETC.)	Mantener o incrementar el Nº de recursos de la provincia que cuentan con alguna figura de protección cultural o medio ambiental.	81	●

SOS.4 Distribución espacial del flujo turístico. 50,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 % DE PERNOCTACIONES DEL INTERIOR /PERNOCTACIONES DE LA COSTA DEL SOL	Incrementar anualmente el porcentaje de pernoctaciones del interior respecto a las pernoctaciones de la Costa del Sol	-4%	●
2 % DE TURISTAS QUE SE VISITAN O HACEN EXCURSIONES AL INTERIOR DE LA PROVINCIA	Incrementar anualmente el número de turistas de la Costa del Sol que visitan o hacen excursiones al interior de la provincia	13%	●

SOS.5 Mejorar la sostenibilidad ambiental.	80,00%
---	---------------

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO	
1 N° DE EMPRESAS QUE TIENE ISO 14000 O EQUIVALENTE	Incrementar respecto al año anterior el número de empresas del destino que cuentan con una certificación ambiental.	0% ●
2 ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS CON CERTIFICADOS	Mantener o incrementar respecto al año anterior el n° de Espacios Naturales que cuentan con una certificación	1 ●
3 PRODUCCIÓN DE ENERGÍA RENOVABLE EN LA PROVINCIA/PRODUCCIÓN TOTAL	Incrementar el porcentaje de producción de energía renovable en la provincia	n.d. publicado 2020 ●

SOS.6 Potenciar mecanismo de respuesta ante acontecimientos extraordinarios.	100,00%
---	----------------

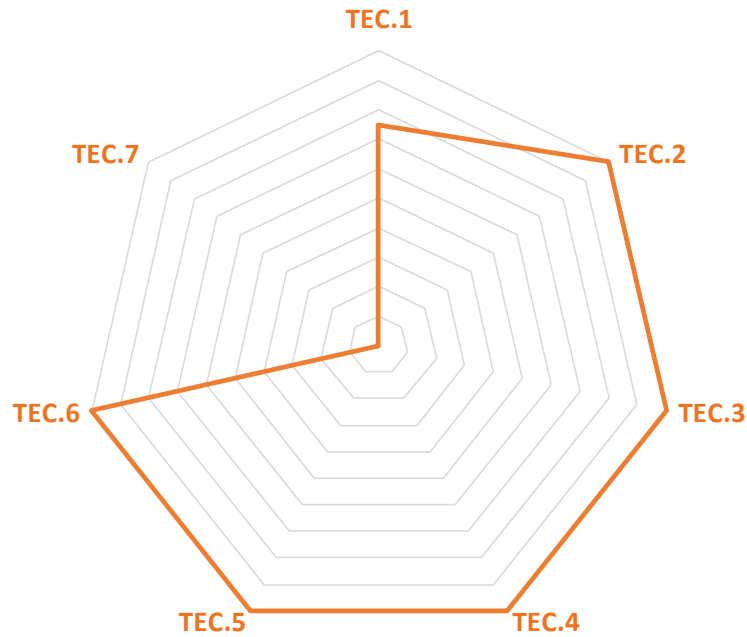
INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO	
1 N° DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON UN DISTINTIVO DE SEGURIDAD FRENTE AL COVID	Incremento de un 5% respecto al año anterior del número de empresas/recursos que cuentan con un distintivo de seguridad frente a la COVID	1,00 ●

3.4 EJE DE TECNOLOGÍA

EJE DE TECNOLOGÍA

84,62%

GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS



OBJETIVOS

TEC.1 Mejorar la comunicación con el turista

TEC.2 Impulsar la homogenización del ecosistema de marcas turísticas, páginas web y aplicaciones turísticas del Destino.

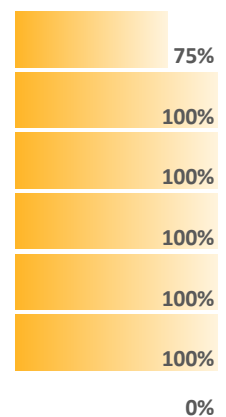
TEC.3 Impulsar el marketing online del Destino.

TEC.4 Promover las infraestructuras de información turística en Destino que mejoren la experiencia del turista.

TEC.5 Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas.

TEC.6 Impulsar el desarrollo de herramientas de Business Intelligence e Inteligencia turística.

TEC.7 Promover el impulso de infraestructuras de telecomunicaciones.



TEC.1 Mejorar la comunicación con el turista 75,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE IDIOMAS EN LOS CANALES DE INTERACCIÓN CON EL TURISTA POR TIPO	Incrementar el N.º de idiomas en los canales de interacción con el turista, ofreciendo al menos 5 idiomas	5	●
2	Nº DE CANALES DE INTERACCIÓN CON EL TURISTA (WEB, APPS, PUNTOS FÍSICOS,...)	Incorporar o mejorar al menos un canal de comunicación con el turista.	100%	●
3	Nº DE CONSULTAS POR CHATBOT O SIMILAR Y/O Nº DE IDIOMAS EN EL QUE SE PUBLICA EN LOS DIFERENTES CANALES	Incrementar el N.º consultas por chatbot o similar en al menos un 10% respecto al año anterior	0%	●
4	ESTRATEGÍA DE GESTIÓN DE CANALES EN MEDIOS SOCIALES (SI/ NO) Y CONTABILIZACIÓN DE CANALES	Existencia de una estrategia de comunicación	SI	●

TEC.2 Impulsar la homogenización del ecosistema de marcas turísticas, páginas web y aplicaciones turísticas del Destino. 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE MEJORAS, ADAPTACIONES Y ACTUALIZACIONES DE WWW.VISITACOSTADELSOL.COM	Realizar al menos 2 mejoras al año	6	●

TEC.3 Impulsar el marketing online del Destino. 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	Nº DE ACCIONES ON LINE	Aumento del 5 % en el número de acciones on line en el Plan de Acción del anual de Turismo y Planificación Costa del Sol con respecto al Plan de Acción del año anterior	4	●
2	PORCENTAJE DE SEGUIDORES, (O VISUALIZACIONES EN FUNCIÓN DE LOS CANALES, COMENTARIOS RECIBIDOS, N DE RESPUESTAS A LOS COMENTARIOS RECIBIDOS	Incremento de un 10% del volumen de seguidores respecto al año anterior.	74%	●

TEC.4 Promover las infraestructuras de información turística en Destino que mejoren la experiencia del turista. 100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO			
1	RECURSOS DESTINADOS PARA LA INCORPORACIÓN DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LAS OFICINAS DE TURISMO O RECURSOS TURÍSTICOS DEL DESTINO (ELEMENTOS MULTIMEDIA, PANTALLAS TÁCTILES, CÓDIGOS QR,...)	Incorporar al menos 4 herramientas tecnológicas en Oficinas de Turismo o recursos turísticos del Destino.	n.d. (*)	●
2	RECURSOS TURÍSTICOS DISPONIBLES A TRAVÉS DE REALIDAD AUMENTADA, RECURSOS O LUGARES CON 360	Incorporar la realidad aumentada al menos a 1 recursos en el DTI	4200%	●

TEC.5 Impulsar la implantación de herramientas y soluciones tecnológicas.
100,00%

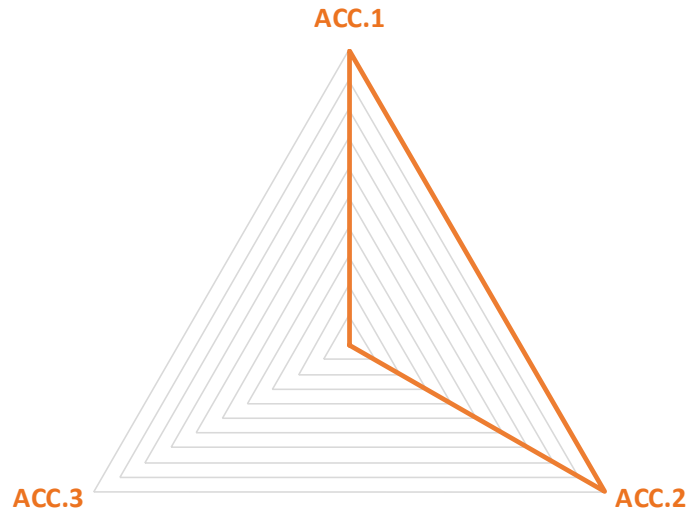
INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 % DE MUNICIPIOS CON IMPLANTACIÓN DE ALGÚN SENSOR INTELIGENTE O DE MEDICIÓN DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA	Al menos 5% de los municipios del Destino han implantado algún tipo sensor inteligente o de medición de la afluencia turística.	13%	●
2 NÚMERO DE JORNADAS, SEMINARIOS, NEWLETTER (O SIMILAR) DE DIFUSIÓN SOBRE LAS NUEVAS HERRAMIENTAS O SOLUCIONES DISPONIBLES EN EL MERCADO	Realizar al menos 1 jornada, seminario o newsletter	11	●

TEC.6 Impulsar el desarrollo de herramientas de Business Intelligence e Inteligencia turística.
100,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 N.º DE INDICADORES MEDIDOS EN EL SISTEMA DE INTELIGENCIA	Incorporar al menos 10 indicadores al Sistema de Inteligencia Turística	29,00	●

TEC.7 Promover el impulso de infraestructuras de telecomunicaciones.
0,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 N.º DE JORNADAS O TALLERES DE DIFUSIÓN DE POSIBLES MEJORAS DE LAS INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN EN EL DESTINO	Realizar al menos 1 jornada de difusión de posibles mejoras de las infraestructuras de comunicación en el Destino.	0%	●

3.5 EJE DE ACCESIBILIDAD
EJE DE ACCESIBILIDAD
28,57%
GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

OBJETIVOS
ACC.1 Impulsar la sensibilización en materia de accesibilidad.

50%
ACC.2 Mejorar del conocimiento sobre accesibilidad universal del Destino.

50%
ACC.3 Mejorar de la accesibilidad universal del Destino.

0%
ACC.1 Impulsar la sensibilización en materia de accesibilidad.
50,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE PROMOTORES TURÍSTICOS ASISTENTES A JORNADAS, SEMINARIOS O CURSOS SOBRE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL	Incrementar en un 30% el personal de TyP CdS y de las Oficinas de Turismo con conocimiento en accesibilidad universal	100%	●
2 Nº DE ASISTENTES A ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL	Asistencia a más de 100 personas del sector turístico en los 4 años	-	●

ACC.2 Mejorar del conocimiento sobre accesibilidad universal del Destino.
50,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE PRODUCTOS O SERVICIOS ACCESIBLES INCLUIDOS EN VISITACOSTADEL.COM,	Incrementar en un 20% la información sobre productos o servicios turísticos que sean accesibilidad en visitacostadelsol.com	-	●
2 Nº DE BLOG AL AÑO	Realizar 1 blog al año sobre recursos turístico accesibles del DTI	1	●

ACC.3 Mejorar de la accesibilidad universal del Destino.
0,00%

INDICADORES	OBJETIVO ESPECÍFICO		
1 Nº DE WEB DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO /Nº TOTAL DE WEBS	el 60% de las webs de información turística del DTI tengan accesibilidad uniersal	13%	●
2 Nº DE CONTENIDO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN PAPEL O DIGITAL ADAPTADO A LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL	Diseñar al menos 2 folletos del destino (papel o digital) adaptados a condiciones de accesibilidad	-	●
3 VALORACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD DEL DESTINO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Incrementar en 1 punto la valoración de los turistas sobre la accesibilidad de discapacitados en el desstino	- 1,17	●

4 EQUIPO REDACTOR

Este informe ha sido elaborado 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 Director 2021-23 y trabajo interno de análisis de diversas fuentes secundarias y primarias.

En Málaga a 11 de febrero de 2022

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