

Destino Turístico  
Inteligente

Informe Diagnóstico y Plan  
de Acción del destino

**Málaga**

para su potencial transformación  
en Destino Turístico Inteligente

Málaga  
Ciudad Genial

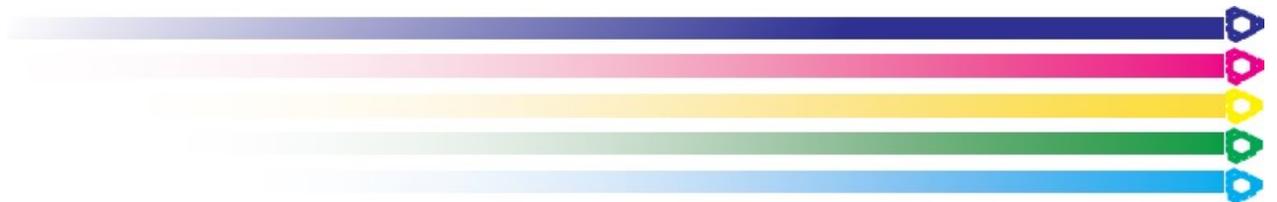


**SEGITTUR**  
turismo e innovación

## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

El proyecto **Destinos Turísticos Inteligentes** es una iniciativa pionera de la *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, SEGITTUR*, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo con el fin de adaptar los destinos turísticos a los retos del futuro y contribuir a su conversión a un nuevo modelo basado en la Gobernanza, la Innovación, la Tecnología, la Sostenibilidad y la Accesibilidad.



© Publicado por SEGITTUR, Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P.

**FECHA: Julio 2020**

Texto e imágenes: SEGITTUR



## Índice

---

<b>1. Introducción</b>	<b>5</b>
<b>2. Destino Turístico Inteligente: definición y metodología</b>	<b>7</b>
2.1. Qué es un DTI y sus beneficios	7
2.2. Cómo convertirse en un DTI	8
2.3. El informe diagnóstico y el plan de acción	10
<b>3. Caracterización del destino</b>	<b>12</b>
3.1. Marco geográfico y sociodemográfico	12
3.2. Infraestructuras de transporte	15
3.3. Estructura productiva	19
3.4. Sector turístico	20
3.5. Principales recursos y productos turísticos	25
<b>4. Evaluación de los pilares estratégicos del destino</b>	<b>33</b>
<b>4.1. GOBERNANZA</b>	<b>36</b>
4.1.1. Grado de cumplimiento de los requisitos	37
4.1.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación	39
<b>Ámbito A. Visión estratégica e implementación</b>	39
<b>Ámbito B. Eficiencia en la gestión</b>	58
<b>Ámbito C. Gestión transparente, abierta y participativa</b>	67
<b>Ámbito D. Gestión responsable y controlada</b>	79
<b>4.2. INNOVACIÓN</b>	<b>87</b>
4.2.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de innovación	88
4.2.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación	90
<b>Ámbito A. Innovación en los procesos de gestión del destino</b>	90
<b>Ámbito B. Innovación en productos y servicios</b>	103
<b>Ámbito C. Innovación en comercialización y marketing</b>	112
<b>Ámbito D. Innovación en capacitación y conocimiento</b>	115
<b>4.3. TECNOLOGÍA</b>	<b>126</b>
4.3.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de tecnología	127



4.3.2.	Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	129
	<b>Ámbito A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza</b> .....	129
	<b>Ámbito B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico</b> .....	141
	<b>Ámbito C. Infraestructuras tecnológicas</b> .....	157
	<b>Ámbito D. Sistemas de conocimiento turístico</b> .....	164
<b>4.4.</b>	<b>SOSTENIBILIDAD</b> .....	<b>171</b>
4.4.1.	Grado de cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad .....	172
4.4.2.	Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	175
	<b>Ámbito A. Instrumentos de política de turismo responsable y sostenible</b> .....	175
	<b>Ámbito B. Conservación y mejora del patrimonio cultural</b> .....	194
	<b>Ámbito C. Conservación medioambiental</b> .....	200
	<b>Ámbito D. Desarrollo social y económico del destino y la comunidad local</b> .....	214
<b>4.5.</b>	<b>ACCESIBILIDAD</b> .....	<b>225</b>
4.5.1.	Grado de cumplimiento de los requisitos de accesibilidad .....	226
4.5.2.	Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación .....	229
	<b>Ámbito A. Marco Normativo</b> .....	229
	<b>Ámbito B. Gestión de la Accesibilidad en el destino</b> .....	239
	<b>Ámbito C. Implantación de la accesibilidad en el destino.</b> .....	264
	<b>Ámbito D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas</b> .....	308
<b>5.</b>	<b>Conclusiones diagnóstico del destino</b> .....	<b>313</b>
5.1	Conclusiones del eje de Gobernanza. ....	313
5.2	Conclusiones del eje de Innovación .....	315
5.3	Conclusiones del eje de Tecnología.....	316
5.4	Conclusiones del eje de Sostenibilidad .....	317
5.5	Conclusiones del eje de Accesibilidad .....	318
<b>6.</b>	<b>Plan de acción</b> .....	<b>322</b>
	<b>Bibliografía y web grafía</b> .....	<b>328</b>



### 1. Introducción

El turismo es uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del mundo y así lo reflejan las cifras que recogen cada año los principales indicadores turísticos. Sin embargo, las transformaciones constantes del entorno económico mundial, los cambios demográficos, medioambientales y, fundamentalmente, los rápidos avances tecnológicos, suponen para los destinos turísticos múltiples retos, a la vez que ofrecen grandes oportunidades de desarrollo. A todos ellos se añaden cuestiones que están presentes desde hace décadas en la gestión turística como la estacionalidad, la redistribución de flujos o la movilidad, y se incorporan a esta lista aspectos que han pasado a ser prioridades, la participación de la ciudadanía en las decisiones y la concertación público-privada.

La competitividad de los destinos pasará, por tanto, por hacer frente a dichos retos y dependerá de la capacidad de aquéllos para adaptarse y buscar soluciones que les permitan competir en las mejores condiciones.

En ese sentido, con el objetivo de facilitar a los destinos todo ese proceso y proveerles de una herramienta para la mejora continua que permita el desarrollo de un modelo turístico sostenible en el largo plazo y en todas sus vertientes (socio-cultural, medio ambiental y económica) nace el proyecto Destino Turístico Inteligente (DTI). Esta iniciativa, surgida del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, ha sido y es una de las grandes apuestas de la Secretaría de Estado de Turismo del gobierno de España. En todo este proceso, SEGITTUR ejerce de gestor e impulsor de la metodología y de su aplicación, además busca generar valor a través de distintos proyectos derivados de su puesta en marcha como la Red DTI.

Los Destinos Turísticos Inteligentes implantan una metodología pionera en el mundo, que se centra en incorporar las nuevas tecnologías y la innovación en los procesos de trabajo siempre al servicio de los objetivos de Sostenibilidad y accesibilidad en un modelo de Gobernanza que busca la eficiencia, la transparencia y la participación.

La Secretaría de Estado ha trabajado también en la creación de un marco homogéneo para el proyecto DTI alineado con el proceso de creación de ciudades inteligentes, impulsando un subcomité para destinos inteligentes en AENOR, la Asociación Española de Normalización y Certificación. De ese trabajo, surge la Norma UNE 178501 que regula el *Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes: Requisitos* y la Norma UNE 178502 *Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes*.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

El liderazgo de España en política turística se refuerza gracias a este proyecto y así lo demuestra el interés despertado en organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT) que celebra anualmente el congreso UNWTO World Conference on Smart Destinations. SEGITTUR ha participado además en la revisión del marco sectorial del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que ha incluido una referencia al modelo de destino turístico inteligente. Por su parte, la Comisión Europea ha creado un reconocimiento, el European Capital of Smart Tourism, con el objetivo de premiar el desarrollo del turismo inteligente en las ciudades europeas basado en el modelo DTI, poniendo en valor las buenas prácticas en turismo innovador, inclusivo y sostenible.

Málaga ha dado un paso adelante para formar parte del grupo de destinos a la vanguardia del desarrollo turístico desde el enfoque de la metodología DTI. Una estrategia de futuro con la gobernanza integral, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología como ejes vertebradores.



## 2. Destino Turístico Inteligente: definición y metodología

### 2.1. Qué es un DTI y sus beneficios

Un Destino Turístico Inteligente, según se recoge en el [Libro Blanco de los Destinos Inteligentes](#), es un *destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, que promueve la accesibilidad para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes.*

Esta definición integra los pilares sobre los que se sustenta un DTI: innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza, las bases para la estrategia de desarrollo que garantice la competitividad a través de un proceso de mejora continuo. Un modelo de gestión que tiene en cuenta además la transversalidad de la actividad turística y las características diferenciadoras de cada destino.





La aplicación de esta metodología supone para el destino:

- Un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros.
- Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.
- Un impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medio-ambiental, económica y socio-cultural.
- Una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes.
- Hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo.



# Red DTI

Red de Destinos Turísticos Inteligentes

Con la finalidad de maximizar todos estos beneficios a través de las sinergias entre destinos y la transferencia de conocimiento surge la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (RED DTI). Gracias a la integración de los DTI en un espacio común se quiere conseguir alianzas estratégicas entre estos y el sector privado, dar asistencia en la implantación de la metodología y ofertar un portfolio de servicios que faciliten su conversión y continuidad en el proceso, como: formación y capacitación, acceso a bases de datos de ayudas, subvenciones y financiación, soluciones tecnológicas y visibilidad internacional, entre otros.

En definitiva, una herramienta de coordinación, cooperación y reflexión que garantice el valor del proyecto y sus efectos en el desarrollo del sector turístico y de los territorios en los que se aplica.

## 2.2. Cómo convertirse en un DTI

La metodología DTI entiende la conversión del destino en inteligente por la capacidad de éste de permanecer en un proceso continuado de planificación y adaptación a los



nuevos escenarios a los que se enfrenta garantizando la competitividad en el tiempo. Los diferentes ciclos y fases en los que se divide su implantación tienen en cuenta esta premisa.

Así, en un primer paso, se sientan las bases del proceso con la elaboración de un diagnóstico del destino según el grado de cumplimiento de los requisitos que contempla la metodología por ejes. Derivado de éste, se elabora una estrategia y planificación de acciones para alcanzar el máximo alineamiento con la metodología. Todo ello se recoge en el informe diagnóstico y en el plan de acción que elabora SEGITTUR y que se explica con mayor detalle en el siguiente apartado. En ese punto del proceso, el destino pasa a formar parte de la Red DTI como adherido.

Los siguientes pasos se inician con la ejecución del plan de acción, su finalización significa la entrega del distintivo definitivo Destino Turístico Inteligente. A partir de ese momento, se llevarán a cabo acciones de seguimiento para proceder a la renovación del mismo. En el gráfico a continuación se detallan los dos ciclos del proceso y sus correspondientes fases:

### > CICLO 1: DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN



### > CICLO 2: EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO





### 2.3. El informe diagnóstico y el plan de acción

Establecer el grado de alineamiento del destino con la metodología DTI y planificar las acciones para alcanzar los objetivos de este proyecto es la finalidad del presente informe.

Para ello, SEGITTUR analiza en profundidad información que solicita al destino, así como otra que recopila directamente, para después realizar una visita y conocer in situ a los actores, recursos y principales productos del territorio. Tras el análisis, se redacta este informe diagnóstico que consta de tres partes fundamentales: caracterización, evaluación de requisitos y plan de acción.

En la **caracterización**, se seleccionan indicadores e información relacionada con el sector turístico o de influencia directa en su desarrollo. Se quiere tener una imagen de la tipología de destino y de los factores que lo condicionan.

Para la **evaluación de requisitos** se trabaja con los cinco ejes a los que ya se ha hecho referencia: Gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación y tecnología.

Se valora en una escala de 0 a 5 el grado de cumplimiento de los que definen cada eje. Esta es la escala de valoraciones:



Para facilitar el proceso y el análisis posterior de los resultados, los ejes se dividen en ámbitos de actuación y estos a su vez en categorías. De esta manera, se obtienen porcentajes de cumplimiento que se presentan disgregados, lo que da una imagen más clara de los puntos fuertes o aquellos en los que hay más capacidad de mejora para el destino.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

Como introducción a cada eje, se encuentra una presentación gráfica de los datos obtenidos, para después, dar paso al análisis por ámbitos en el que se incluyen las recomendaciones para alcanzar la excelencia como destino turístico inteligente.

En último lugar, **el plan de acción** provee al destino de una herramienta de trabajo con la que ejecutar las recomendaciones propuestas. Se trata de establecer plazos y presupuestos para su ejecución y facilitar el seguimiento posterior.





### 3. Caracterización del destino

#### 3.1. Marco geográfico y sociodemográfico

En la caracterización del destino es fundamental conocer su marco geográfico y sociodemográfico de cara a las recomendaciones posteriores que se recogerán en el plan de acción para la conversión de la ciudad en DTI.

Así mismo, la división geográfica del destino y su gestión es clave a la hora de atender las necesidades de recursos y servicios públicos, la integración del territorio y la distribución del impacto turístico, entre otros. Dado que el turista no percibe fronteras, el destino debe saber aprovechar su situación geográfica e identificar recursos cercanos con destacado posicionamiento para así buscar oportunidades de desarrollo conjuntas.

La ciudad de Málaga es la capital de la provincia andaluza que lleva su nombre. Situada a orillas del Mediterráneo entre los ríos Guadalhorce y Guadalmedina y los Montes de Málaga. Su término municipal tiene una extensión de 398,25 km<sup>2</sup>.



Mapa turístico de la ciudad de Málaga. Fuente: [Turismo de Málaga](#)

Málaga cuenta con 571.026 habitantes y registra un aumento de población que contrasta con el descenso experimentado durante el último periodo a nivel provincial y de la Comunidad Autónoma.



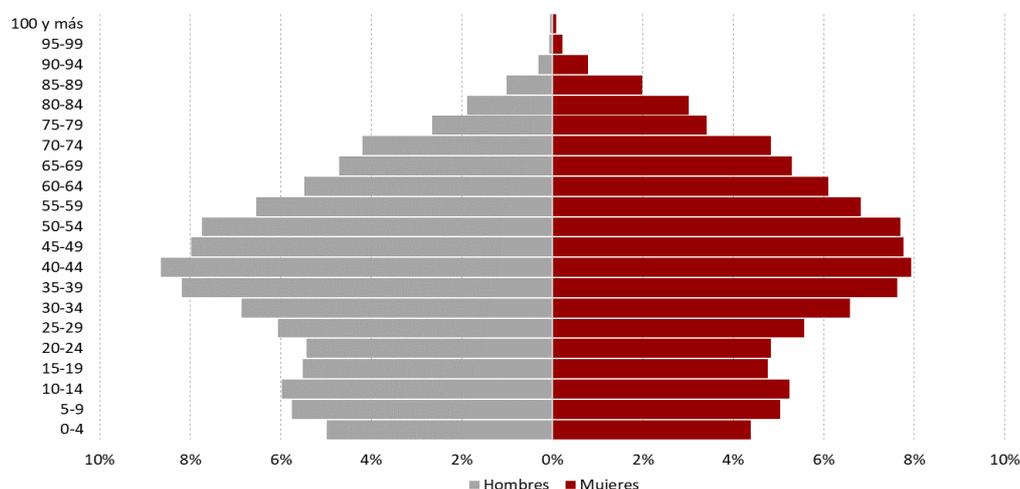
**Evolución de la población y comparación de la Comunidad Autónoma con la provincia y la ciudad. Años 2018, 2013, 2008, 2003 y 1998**

	Andalucía		Málaga Provincia		Málaga municipio	
<b>1998</b>	7.326.459		1.240.580		528.079	
<b>2003</b>	7.606.848	3,8%	1.374.890	10,8%	547.105	3,6%
<b>2008</b>	8.202.220	7,8%	1.563.261	13,7%	566.477	3,5%
<b>2013</b>	8.440.300	2,9%	1.652.999	5,7%	568.479	0,4%
<b>2018</b>	8.384.408	-0,7%	1.641.121	-0,7%	571.026	0,4%

Fuente: elaboración propia en base a "Estadística del Padrón Continuo", Instituto Nacional de Estadística (INE)

Por otro lado, su pirámide poblacional muestra características de una población envejecida (el 17,4% de la población tiene más de 65 años, situándose la media nacional en el 19%), con mayor concentración de población de entre 36 y 64 años (este tramo de edad aglutina al 44,2% de la población de Málaga) y con una distribución igualitaria entre hombres y mujeres.

**Pirámide poblacional por sexo y tramos de edad en Málaga**



Fuente: elaboración propia en base a "Estadística del Padrón Continuo", Instituto Nacional de Estadística (INE)

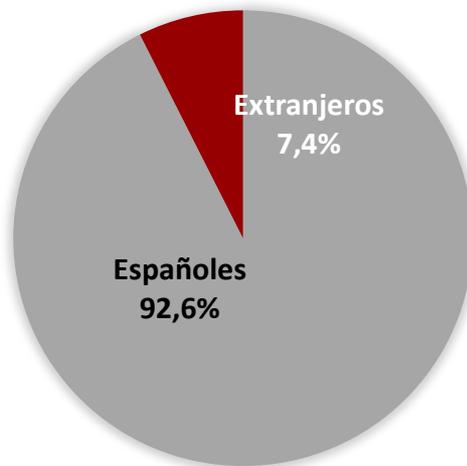
Por otra parte y, si bien no existe una pérdida de población relevante en el municipio en general, si se produce una pérdida de población en el centro histórico de la ciudad, provocada por la gentrificación y el turismo.



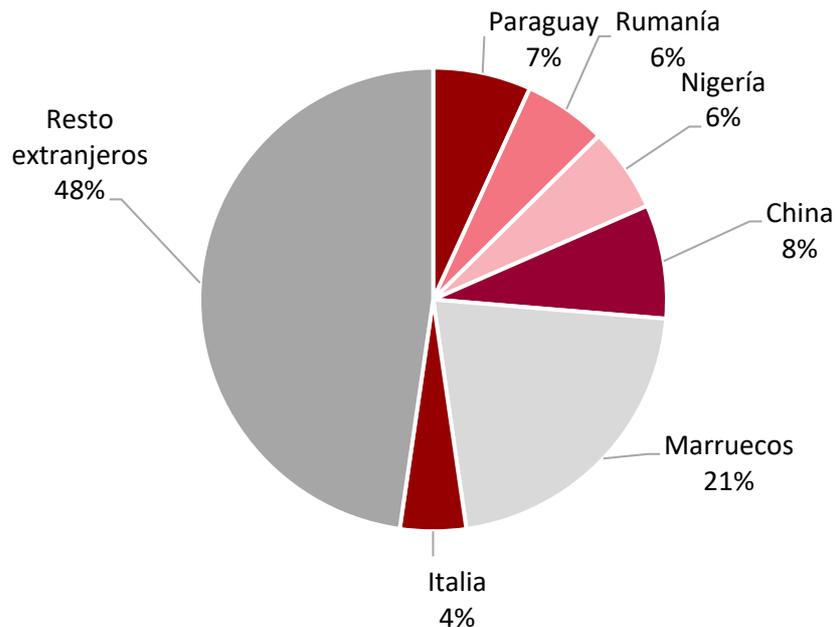
En cuanto al peso de la población extranjera, éste alcanza el 7,4%, por debajo del total nacional, que se sitúa en el 9,8%.

La población extranjera mayoritaria es la de origen marroquí alcanzando un 21% de los extranjeros residentes en Málaga seguidos a distancia por la de origen chino con un 8%.

**Distribución poblacional en Málaga según nacionales o extranjeros. Año 2018**



Fuente: elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), "Estadística del Padrón Continuo"



Fuente: elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), "Estadística del Padrón Continuo"





### Acceso en transporte público

Se accede por aire al Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, uno de los más importantes de España, situado a ocho kilómetros del centro de la ciudad.

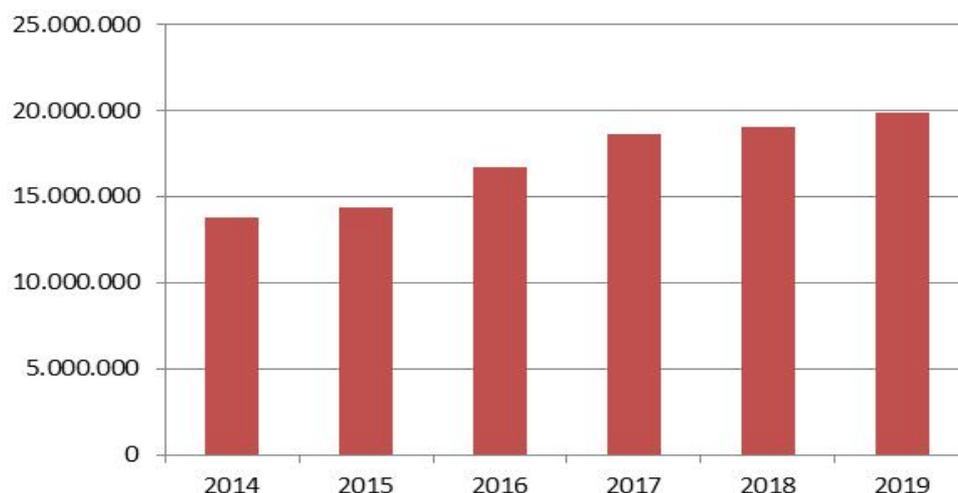
Málaga cuenta con tren de alta velocidad desde la Estación María Zambrano situada en el centro de la ciudad.

Así mismo, la ciudad está comunicada por autobús y por mar, a través del puerto de Málaga.

### Conectividad aérea

El Aeropuerto de Málaga es uno de los aeropuertos más importantes en llegada de viajeros de España y Europa. Durante el año 2019 ha alcanzado los 19 millones de viajeros llegada/salida y ha experimentado un crecimiento en el número de llegadas del 4,4 % respecto al año anterior. El 85% del tráfico de llegadas al aeropuerto tienen como origen mercados internacionales.

### Evolución del tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Málaga- Costa del Sol. Años 2014-2019



Fuente: Aena

El aeropuerto está situado a 8 km del centro de la ciudad y está conectado de forma directa por autobús y mediante tren de cercanías. En la página web de turismo se ofrece información completa sobre las diferentes posibilidades de acceso desde el mismo (coche de alquiler, tren, etc).

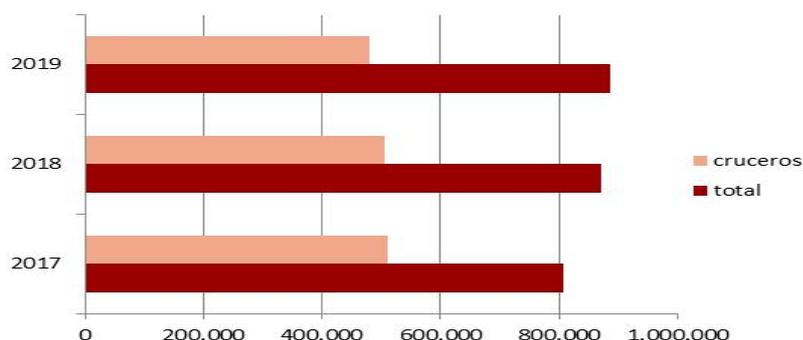


### Transporte marítimo

El Puerto de Málaga se ha convertido en el quinto puerto de cruceros de la España y el segundo de la Península y suele recibir la visita de las más importantes navieras del mundo. La Autoridad Portuaria de Málaga apostó por el tráfico de cruceros y el Plan de Ampliación ejecutado a principios del presente siglo propició la construcción de nuevas instalaciones para este tráfico, como son el muelle de Levante, el nuevo Paseo de Levante, las terminales de crucero y sus atraques anexos.

Actualmente, el puerto de Málaga cuenta con un número de pasajeros alrededor de los 800.000, siendo más del 50% de ellos procedentes de cruceros. De ellos, un 28% son pasajeros en base, que comienzan o terminan su itinerario en Málaga.

#### Tráfico de pasajeros en el puerto de Málaga. Años 2019, 2018 y 2017



Fuente: Autoridad portuaria de Málaga

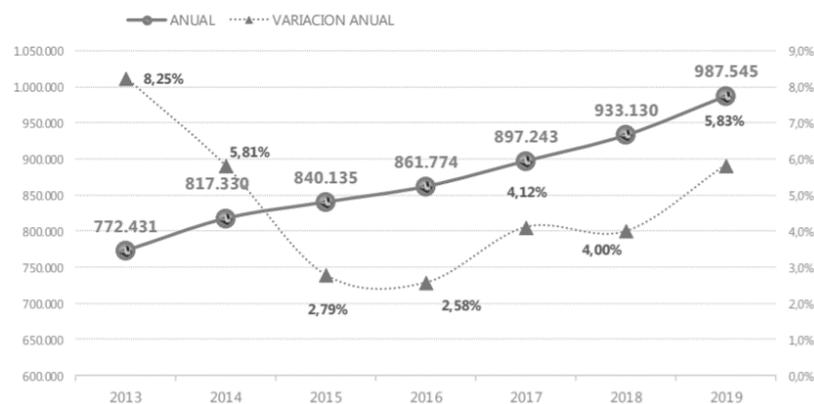
### Transporte ferroviario

El destino cuenta con una estación de Cercanías y Tren de Alta Velocidad de RENFE, denominada María Zambrano. Constituye uno de los nudos de comunicación ferroviaria más importante del Sur de España y cuenta con una ubicación céntrica junto a la estación de autobuses y comunicación con otros medios de transporte dentro de la ciudad y con el aeropuerto a través el servicio de cercanías.

Renfe ofrece trece circulaciones diarias directas entre Málaga y Madrid y, según el último balance publicado en 2018, ha movido a 987.545 viajeros con un incremento del 5,8%.



### Entrada de viajeros en AVE Málaga. Años 2013 a 2019



Fuente: [Observatorio turístico de Málaga Costa del Sol 2019](#)

### Desplazamientos dentro del destino

Málaga es una ciudad donde el turista puede escoger diferentes y variadas opciones para moverse por la misma. El metro y el autobús son las opciones más habituales. Si bien no existe una tarjeta específica para el turista, se pueden adquirir **tarjetas - monedero del Consorcio**, que además pueden ser compartidas por distintas personas.

Una de las opciones más sostenibles es la **movilidad en bicicleta**, ya que cuenta con una red de vías ciclistas de 44.025 m. de longitud, aunque muestra discontinuidades y deficiencias. Además, tiene un servicio de préstamo de bicicletas municipal, [malagabici](#), que funciona enlazado a la tarjeta de transportes de la EMT de Málaga, por lo que es un servicio con una clara **orientación al residente**. En cualquier caso, el turista tiene la posibilidad de alquilar tanto bicicletas eléctricas como bicicletas sencillas a la iniciativa privada.

Asimismo, la **movilidad eléctrica** también se encuentra ya implantada en la ciudad y el ayuntamiento recoge en la ordenanza de movilidad las normas al respecto.

Con respecto al **servicio de taxi**, en Málaga este servicio se encuentra dirigido por la Oficina Municipal del Taxi.

Por último, el destino cuenta con otras opciones de desplazamientos más enfocadas al turista, que son:

- El **servicio de bus turístico**, que está concesionado y cuenta con audio guía en idiomas.



- El **servicio de coche de caballos** es un servicio de interés público gestionado mediante iniciativa privada, que tiene un funcionamiento similar al del taxi, con una regulación específica en cuanto a tarifas horarios y rutas. Actualmente no presta servicio por el centro histórico debido a su peatonalización.

Es importante destacar que en el Plan Estratégico de Turismo 2016-2020 se explica la necesidad de generar pasillos turísticos entre el centro histórico y cinco áreas de la ciudad, que son: Pedregalejo- El Palo, Jardín de la Concepción, Museo Estatal Ruso, Parque Natural de los Montes de Málaga y Paraje de Guadalhorce.

### 3.3. Estructura productiva

En este apartado, se hace un acercamiento a la estructura productiva de Málaga, con la intención de determinar en qué actividades se basa su economía. Estos datos se encuadran en los diferentes niveles regionales a los que pertenece el destino.

La economía del municipio de Málaga se apoya fundamentalmente en el sector servicios, que representa más de tres cuartas partes de su tejido productivo. El PIB per cápita alcanzó en 2017 (último dato disponible) los 18.036 euros, similar a los 18.501 euros alcanzados por el conjunto de la Comunidad de Autónoma. La distribución según sectores económicos sitúa al sector servicios como el principal, con un peso en la provincia de Málaga del 82%.

#### Porcentaje de distribución del PIB por sector económico. Comparación provincial, autonómica y Estatal.

Sector Económico	Málaga	Andalucía	España
Agricultura	2,67	6,97	2,97
Industria	6,41	12,99	17,59
Construcción	8,35	6,42	5,87
Servicios	82,57	74,17	73,58

Fuente: informe del mercado Labora dela provincia de Málaga. Datos del SEPE y del INE. Datos provisionales del año 2016



En relación **al empleo en la ciudad de Málaga**, según los datos de la afiliación a la Seguridad Social en 2018 hay un total de 274.356 trabajadores en alta laboral. Del empleo total el 88% son asalariados y un 12% son autónomos o trabajadores por cuenta propia.

La **tasa de paro** en el primer trimestre de 2020 en la provincia de Málaga era de 19,48% lo que la sitúa por debajo de la de la comunidad autónoma (21,2%).

### 3.4. Sector turístico

En este apartado se hará un análisis del sector turístico en Málaga para obtener el necesario conocimiento en la realización del diagnóstico del destino de cara a su proceso de conversión en DTI.

Este análisis se efectúa desde la óptica de la demanda y de la oferta turística, enmarcando los resultados de la actividad turística del destino dentro de la comunidad autónoma correspondiente y del conjunto de España. También se estudia el impacto económico del turismo en la economía de la comarca, haciendo para ello una estimación en base a los datos oficiales disponibles. El turismo se considera una actividad clave por su carácter transversal y sus efectos directos e inducidos sobre la economía, además de servir de actividad complementaria, y así diversificar la estructura económica local.

El sector turístico ha representado en los últimos 60 años una de las principales actividades productivas en la economía española. España a nivel internacional y desde la perspectiva de la demanda hasta 2019 ha sido la segunda economía tanto en número de turistas internacionales recibidos (detrás de Francia) como en ingresos por turismo en Balanza de Pagos (por detrás de EEUU), además de ocupa el primer puesto en el ranking mundial de competitividad turística, según el informe bianual del World Economic Forum (2017), gracias especialmente a sus recursos culturales, infraestructuras turísticas y a la adaptación a los hábitos de consumo digitales.

Para el conjunto de España, el **porcentaje que aporta el turismo al PIB es del 12,3%, en total 147.946 millones de euros** (último dato oficial para el año 2018, según la Cuenta Satélite del Turismo en España publicada en diciembre de 2019).



### Demanda turística

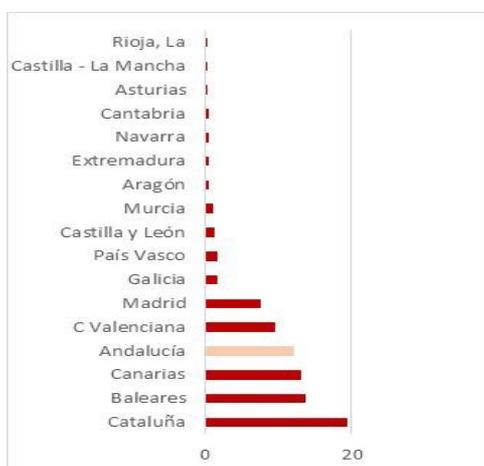
España superó en 2019 las cifras de llegadas de turistas internacionales del año precedente, alcanzando los 83,7 millones (+1,08%). El 90% de estos turistas se concentraron en seis comunidades autónomas, siendo **Andalucía una de las más visitada, con más de 12 millones de turistas** y una variación positiva de crecimiento con respecto a 2018, del 3,4%.

El principal mercado emisor de turistas para Andalucía es Reino Unido, seguido de Alemania y Francia. La Junta de Andalucía [realiza estudios anuales](#) de los principales mercados emisores de turismo para conocer los hábitos de consumo turístico.

El **gasto total de los turistas internacionales** que acuden a España ascendió a 92.278 millones de euros en 2019, un 2,8% más que en 2018. Los gastos medios por persona y diario alcanzaron los 1.102 y 154 euros, respectivamente, con sendas subidas interanuales. Andalucía concentra el 13% de este gasto total (12 millones de euros). Su gasto medio por persona asciende a 1.037 euros, ligeramente por debajo de la media, mientras el gasto medio diario supera a la media, 124 euros.

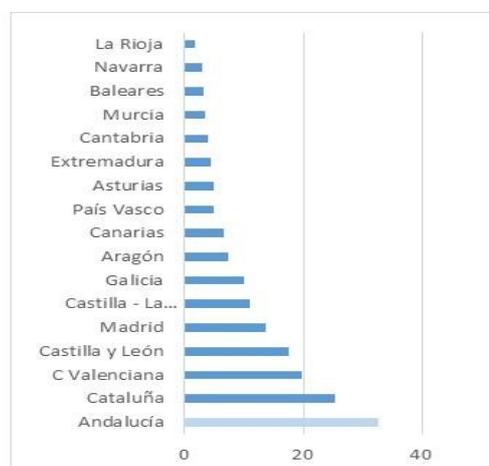
En relación a **los viajes de los residentes**, la Encuesta de Turismo de los Residentes (ETR) del INE registra en 2019 un total de 173,7 millones de viajes en el territorio español. Andalucía ocupa en este caso el primer puesto en el ranking de comunidades autónomas de destino, acaparando el 19% de los viajes. El origen de estos viajes es en el 80% de los casos la propia comunidad autónoma. El **gasto asociado a los viajes de los residentes** asciende a 32.014 millones de euros. Corresponden a Andalucía un total de 6.524 millones de euros, el 14% del total.

### Turistas internacionales en España. 2019



Fuente: Frontur. INE

### Viajeros españoles en España. 2019



Fuente: ETR



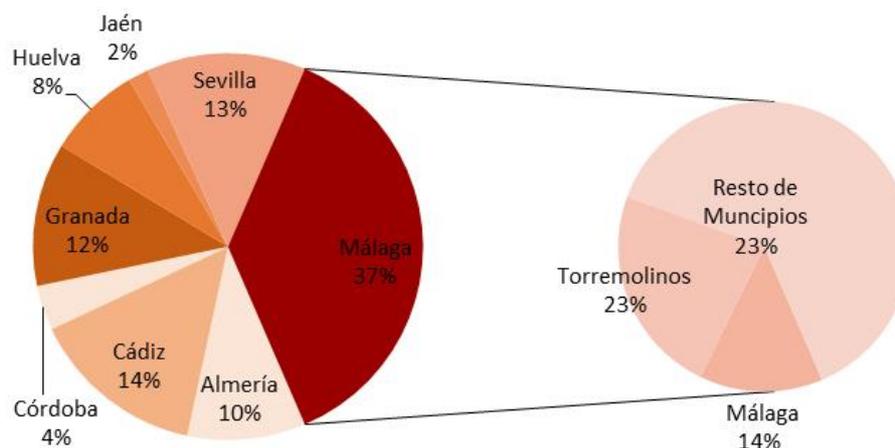
La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del INE ofrece datos de la demanda turística de la ciudad de Málaga, que considera a esta ciudad como punto turístico, midiendo los viajeros recibidos y las pernoctaciones realizadas en sus hoteles. No se analizan aquí por lo tanto los viajeros y pernoctaciones que acuden al resto de alojamientos reglados, así como al alojamiento de no mercado, como puede ser la vivienda propia, de familiares o amigos o la vivienda alquilada.

El importante peso del alojamiento hotelero, justifica su estudio pormenorizado. En este apartado se ha acudido a la fuente oficial **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)** que confecciona el INE.

Según la EOH, Andalucía concentra el 16% de las pernoctaciones nacionales (54 millones en 2019), correspondiendo a la provincia de Málaga el 37% de las mismas. Esto se traduce cerca de 20 millones de pernoctaciones. Málaga ciudad registra 2,7 millones, el 14% de las provinciales, situándose por detrás de Torremolinos (23%), Benalmádena (16%) y Marbella (14%).

La estancia media anual alcanzó los 1,8 días.

### Pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía, según provincia. Año 2019



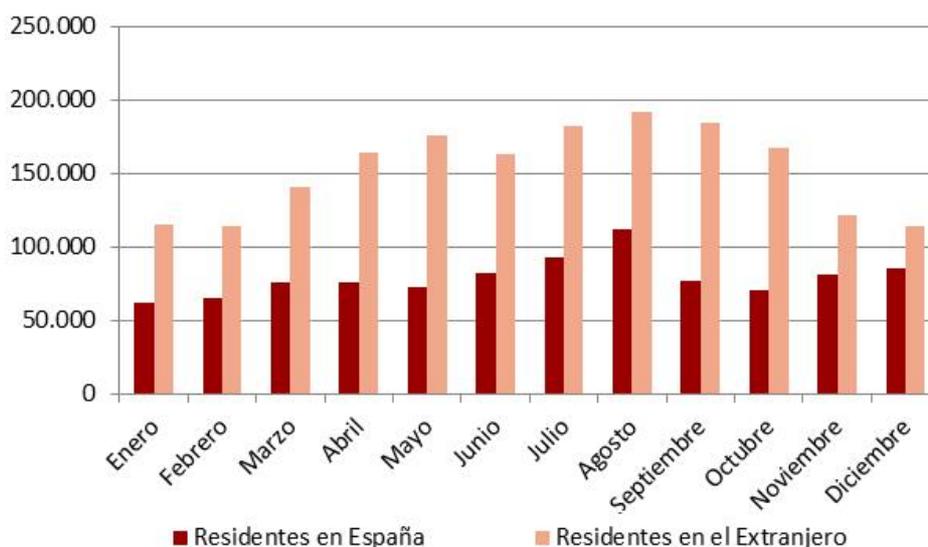
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la EOH (INE)

Si se analiza la estacionalidad, se observa un reparto más igualitario a lo largo de los meses del año de las pernoctaciones de los residentes en España en Málaga, aunque,



en cualquier caso, se puede constatar que estamos ante un destino con una estacionalidad poco marcada, y con una fuerte presencia de los viajeros no residentes.

### Distribución de las pernoctaciones hoteleras en Málaga. Año 2019



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la EOH (INE)

Los Indicadores de rentabilidad del sector hotelero ADR (Average Daily Rate o Tarifa Media Diaria) y el RevPAR (Revenue per Available Room o Ingresos por Habitación Disponible), según los datos promedio para 2019 reflejan **para Andalucía** un ADR de 84€ y un RevPAR de 55,8€.

En base a los datos de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos (EOAP) realizada por el INE, se puede observar que en Andalucía se realizaron 10 millones de pernoctaciones en apartamentos, de las que 425 mil se produjeron en el destino de Málaga.

### Oferta turística

La Junta de Andalucía cuenta con un registro de turismo en el que se recoge la oferta turística municipal y se actualiza con carácter anual.

Málaga cuenta con una importante cantidad de plazas en viviendas con fines turísticos, representando el 60% del total de plazas, mientras que el 30% son en establecimientos hoteleros, tal como ilustra la siguiente tabla:



### Oferta alojativa en Málaga

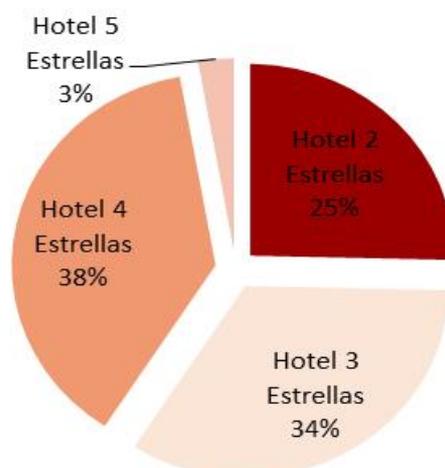
	Nº Establecimientos	Nº Plazas
Vivienda turística de alojamiento rural	36	281
Vivienda con fines turísticos	6.115	31.300
Establecimiento Hotelero	166	12.874
Camping	1	114
Apartamento turístico	176	4.839

Fuente: elaboración propia a partir del [informe de la oferta Turística de la Junta de Andalucía](#)

Es importante y preocupa el crecimiento que se está produciendo en el destino las viviendas con fines turísticos, ya que no existe ninguna regulación más allá de la que se realiza a través del RETA de alta en el registro. Si bien se considera que la actividad no se puede eliminar, sí que hay una creciente necesidad de que se regule y profesionalice la actividad.

Con respecto al alojamiento hotelero, el hotel de cuatro estrellas logra el mayor porcentaje, representando el 38% de las plazas. Se aprecia que todavía no hay una amplia oferta de hoteles de cinco estrellas pero se informa en el viaje de campo que se ampliará en los próximos años.

### Establecimientos Hoteleros según tipo de alojamiento. Año 2018



Fuente: elaboración propia a partir del [informe de la oferta Turística de la Junta de Andalucía](#)



Con respecto a la opinión de los turistas sobre la oferta turística, la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) recoge dicha información y muestra que el ítem con respecto al cual empeora la opinión del turista es la conservación del medio ambiente, mientras que mejora la opinión sobre el alojamiento.

### 3.5. Principales recursos y productos turísticos

Uno de los ámbitos de referencia incluidos en las políticas turísticas de cualquier destino es el **desarrollo de productos y recursos turísticos y la estrategia de comercialización de los mismos** y éste es precisamente uno de los requisitos clave de la gestión de un destino que, aunque se recoge oportunamente en el análisis del eje de Gobernanza para hacer las recomendaciones pertinentes, se presenta aquí como parte de la caracterización del destino.

La estructuración de producto en la ciudad de Málaga y de acuerdo con Plan Estratégico de Turismo, articula sus productos turísticos en torno a cuatro ejes fundamentales:



En el Plan de Marketing se detectan además como segmentos y micro segmentos a desarrollar los siguientes:

Naturaleza, salud y belleza, compras, gastronómico, turismo accesible, religioso, náutico, ocio familiar, single, agroalimentario, artístico, cinematográfico e industrial tecnológico.

Durante el año 2019 se ha trabajado en los segmentos de Turismo de Compras “Shopping”, Turismo Gastronómico y Turismo de Lujo.



A continuación, se analizan brevemente los principales productos y recursos turísticos con los que cuenta Málaga.

### Turismo cultural

Málaga con una variada oferta cultural sustentada en sus museos y monumentos. De acuerdo con el informe de coyuntura turística del año 2018, el museo Picasso, la catedral y la Alcazaba fueron los elementos culturales más visitados por los turistas

De su pasado romano y árabe conserva el Teatro Romano, La Alcazaba y el Castillo de Gibralfaro. Destaca así mismo la Catedral de Málaga finalizada en el siglo XVIII.



*Castillo de Gibralfaro, Catedral, Alcazaba y Teatro Romano. Fuente [Turismo de Málaga](#)*

Para la comercialización de todos los recursos culturales de la ciudad se ha diseñado una **tarjeta turística, Málaga Pass**, para que el turista pueda disfrutar de este producto de manera sencilla.

Por otra parte, Málaga cuenta con numerosos museos siendo la mayoría de ellos reciente creación. El más antiguo es el **Museo Casa Natal de Picasso** con 28 años de



antigüedad. Según el último estudio realizado por el observatorio de turismo, el 60 % de las visitas se realizan a tres museos, si bien la ciudad cuenta con una oferta museística de más de 30 espacios.

### Distribución de los visitantes en los principales museos. Año 2015

Centro de Arte Contemporáneo de Málaga. CAC	555.888	27,6%
Museo Picasso Málaga	489.610	24,3%
Centre Pompidou Málaga	175.131	8,7%
Museo Carmen Thyssen Málaga	168.473	8,4%
Fundación Picasso. Museo Casa Natal.	134.109	6,7%
Museo del Patrimonio Municipal (MUPAM)	126.982	6,3%
Ars Málaga. Palacio Episcopal.	89.683	4,5%
Colección del Museo Ruso	88.660	4,4%
Museo Automovilístico de Málaga	71.560	3,6%
Museo Interactivo de la Música de Málaga. Mimma	55.418	2,8%
Museo Revello de Toro	35.200	1,8%
Museo del Vidrio y Cristal de Málaga	20.125	1,0%

*Fuente: Informe Málaga, ciudad de los museos. Año 2015*

Esta oferta cultural se complementa con una agenda interesante donde se ofrecen visitas teatralizadas, rutas organizadas y eventos de todo tipo, aprovechando las infraestructuras como el teatro Cervantes, edificio histórico declarado Bien de Interés Cultural (BIC) y propiedad del ayuntamiento de Málaga, con un aforo de 1.100 localidades.

Málaga cuenta con una variada oferta de eventos culturales conocidos de renombre internacional, entre los que destacan el **Festival de Cine de Málaga**, **la Feria de Málaga** y **la Semana Santa**. Este último es un evento religioso –cultural con mayor capacidad tractora de visitantes. De acuerdo con el último informe de impacto realizado en el año 2014, el principal mercado emisor es el mercado nacional, aunque también atrae a visitantes internacionales. Se alcanza esa semana una ocupación cercana al 90% con un efecto total estimado de 29 millones de euros.



Procesión durante la Semana Santa Fuente: [Turismo de Málaga](#)

También se realizó un estudio de impacto económico en 2014 sobre la Feria de Málaga en el que se estimaba que el impacto total de este evento en la ciudad fue de casi 45 millones de euros.

### Turismo idiomático

En Málaga existe una amplia oferta de centros de formación para españoles y de acuerdo con el Plan Estratégico de Turismo es uno de los segmentos donde la ciudad pone el foco para poder ampliar demanda.

En cualquier caso, existe un camino por recorrer en el desarrollo de este producto y tal como se indica en el plan, se deberán acometer acciones trabajar la calidad, mejorar la competitividad de los centros de español y articular herramientas y medios de formación complementarios como campus virtuales o bibliotecas digitales.

Se ha creado un microsite dentro del portal de turismo - [livespanish](#) donde se ofrece información al turista sobre los centros y servicios que se ofertan

Uno de los eventos más importantes en este producto que se realiza en la ciudad es la Málaga Education Week.



Fuente: [Málaga Education Week](#)



### Turismo de Congresos

Dentro del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga se ha creado el **Málaga Convention Bureau** (MCB), un área especializada en el sector del turismo de reuniones y cuyo objetivo fundamental es la promoción de la ciudad como sede de congresos, convenciones y viajes de incentivo. El carácter institucional y sin ánimo de lucro permite que los servicios de apoyo y asesoría del MCB sean totalmente gratuitos, con garantía de imparcialidad. Cuenta con 165 socios y el número de asociados ha seguido un crecimiento natural.

El **Palacio de Ferias y Congresos** es la principal infraestructura para albergar este tipo de eventos y está situada en las inmediaciones del Recinto Ferial. Tiene 60.000 m<sup>2</sup> distribuidos en dos auditorios con capacidad para 900 y 600 personas; dos salas de 500 m<sup>2</sup> que pueden albergar hasta 450 personas cada una; 12 salas de reuniones: 6 salas con capacidad máxima para 70 personas y otras 6 para 40 personas; un restaurante principal para 1500 personas; otras zonas de restauración y plazas de aparcamiento para 1200 vehículos. Las limitaciones de aforo del palacio de congresos, así como la falta de hoteles de categoría superior suficientemente grandes, han supuesto un techo de crecimiento, por lo que unas de las principales líneas de trabajo debe ser la captación de inversiones en el destino.

Además, se ha desarrollado una "Guía de Congresos de Málaga", con información exhaustiva y actualizada de las infraestructuras y servicios de que dispone la ciudad, impresa y en pendrive.

En la página web de turismo se ha habilitado también una zona para profesionales especializada.

### Turismo de Cruceros

El turismo de Cruceros se articula en torno al puerto, del que ya se ha hablado anteriormente. Los recursos que consumen este tipo de turistas no son específicos, pero el destino debe adaptar algunos de los servicios turísticos para este tipo en concreto. Así, cuento con puntos de información específicos, el Málaga Cruise Shops, para que los cruceristas que desembarquen en la ciudad puedan disfrutar de todos los recursos que ofrece la misma.



### Turismo gastronómico y de compras

La **oferta gastronómica de Málaga** es un excelente ejemplo de cocina mediterránea en la que destaca la variedad de pescados de la zona. Con cerca de cuatro mil establecimientos de hostelería, son muchas las oportunidades de disfrutar de la gastronomía malagueña: Se pueden encontrar hasta 6 restaurantes estrella Michelin y más de 30 chiringuitos de playa.



Fuente: [Turismo de Málaga](#)

Durante los últimos años se ha trabajado para estructurar este producto y se ha potenciado el festival “Málaga Gastronomy Festival”, que reúne a prestigiosos chefs de todo el mundo.

También se ha hecho trabajo para potenciar los mercados de la ciudad, entre los que destaca el mercado de Atarazanas, uno de los lugares clave en las visitas turísticas.

Con respecto al **turismo de compras**, Málaga cuenta con las zonas comerciales del casco histórico en la calle Larios y de Muelle Uno, varios centros comerciales y una gran variedad de pequeños comercios.

Sin embargo, no es un producto trabajado por el momento y en el plan de marketing se plasma la necesidad de impulsar el comercio tradicional, artesanía, galerías de arte, diseño, outlet y realizar una labor comercial de cara al aterrizaje en la ciudad de las grandes marcas del lujo mundial que acercarían al turista de lujo.



Fuente: [Turismo de Málaga](#)

Cabe destacar la iniciativa de “la brecha”, desarrollada por PROMALAGA. Se trata de una incubadora de creadores “handmade” que elaboran sus productos de forma artesanal. La incubadora contribuye a la dinamización y comercialización de la artesanía local: moda, música, arte, pintura, manualidades, cerámica. Los artesanos organizan *showrooms* a pie de calle para mostrar sus productos de forma original y creativa.



Fuente: Promálaga

### Otros recursos

Uno de los principales recursos de la ciudad de Málaga son sus **playas**. Cuenta con 14 kilómetros de playas, perfectamente comunicadas y dotadas con todo tipo de servicios. En general, las playas están separadas del tráfico urbano por una red de paseos marítimos. Existe un espacio reservado para el baño de perros y la temporada de baño suele ir de junio a septiembre.



El Ayuntamiento de Málaga cuenta con un Área de Playas cuyo objetivo es desarrollar e implantar herramientas que faciliten y garanticen una correcta gestión de las mismas



Fuente: [Málaga Turismo](#)

En cuanto al **turismo deportivo**, si bien todavía no se trata de un tipo de turismo estructurado y trabajado, se cuenta con las infraestructuras necesarias para su desarrollo. Con 77 centros deportivos, el desarrollo de esta actividad tiene un doble enfoque: por un lado, la realización de **actividades deportivas en el marco de viajes de ocio**, es decir, con un enfoque complementario y, por otro, la práctica deportiva como el **motivo principal del desplazamiento**, orientando fundamentalmente eventos importantes que se realizan en la ciudad como la media maratón, con un 42% de participantes extranjeros o el día de la bicicleta, que cuenta con 15.000 visitantes.

Además, se ha entendido la ciudad como espacio deportivo, dotándolo de infraestructura y [senderos urbanos](#) y metropolitanos.

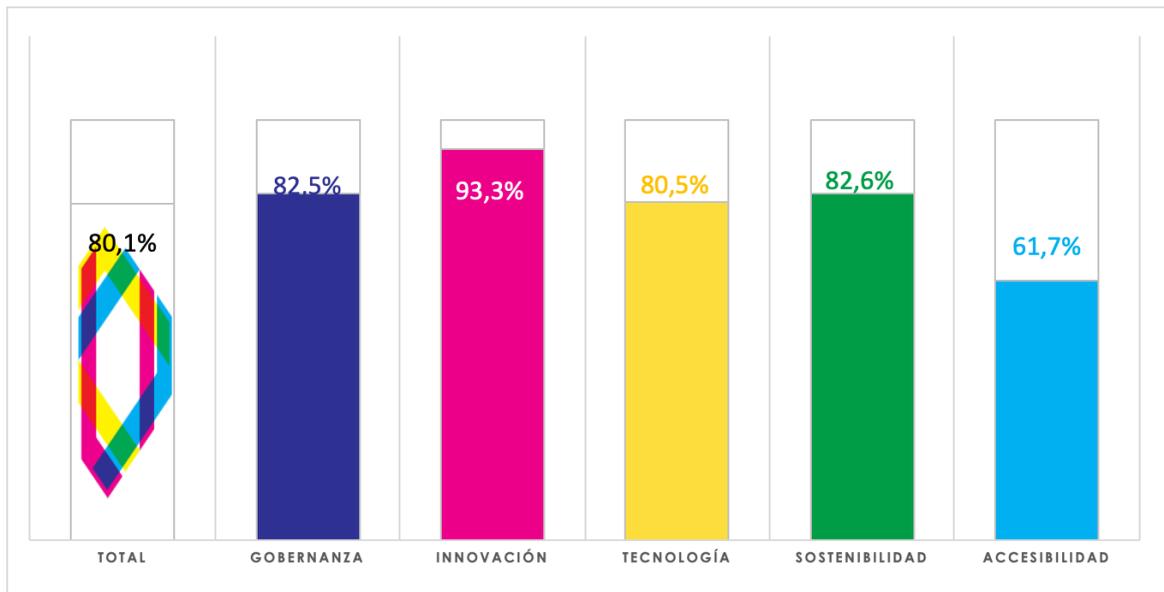
En cuanto al **patrimonio natural** cabe destacar como principales recursos el Parque Natural Montes de Málaga, el Paraje Natural Desembocadura del Guadalhorce, el Jardín Botánico-Histórico de Málaga “La Concepción” o el Parque de Málaga. Espacios museísticos como el Museo Alborania o el Ecomuseo Lagar de Torrijos acercan de forma pedagógica a los recursos naturales. En estos lugares se realizan actividades formativas y de interpretación de la naturaleza, siendo un sitio destacado el Aula de la Naturaleza “Las Contadoras”.

Por último, es importante mencionar el proyecto **Descubre Málaga**, desarrollado por el Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU) en colaboración con la Fundación CIEDES y el ayuntamiento y que busca reforzar el desarrollo del turismo sostenible en la ciudad y ofrece al turista cuatro espacios nuevos. De este proyecto se hablará con detenimiento en el eje de innovación.



#### 4. Evaluación de los pilares estratégicos del destino

El resultado del diagnóstico de Málaga para su potencial transformación en Destino Turístico Inteligente arroja los siguientes resultados:



El grado de cumplimiento medio del total de requisitos por parte del destino viene determinado por el resultado obtenido por cada uno de los ejes de actuación.

El resultado del diagnóstico arroja un **grado de cumplimiento de los requisitos del 80,10%** lo que significa que **Málaga** obtiene la distinción de **Destino Turístico Inteligente**.

El nivel de cumplimiento es muy alto en todos los ejes, siendo superior al de la media de los destinos auditados hasta la fecha. El eje de Accesibilidad, con un 61,7%, es el que presenta el mayor margen de mejora.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

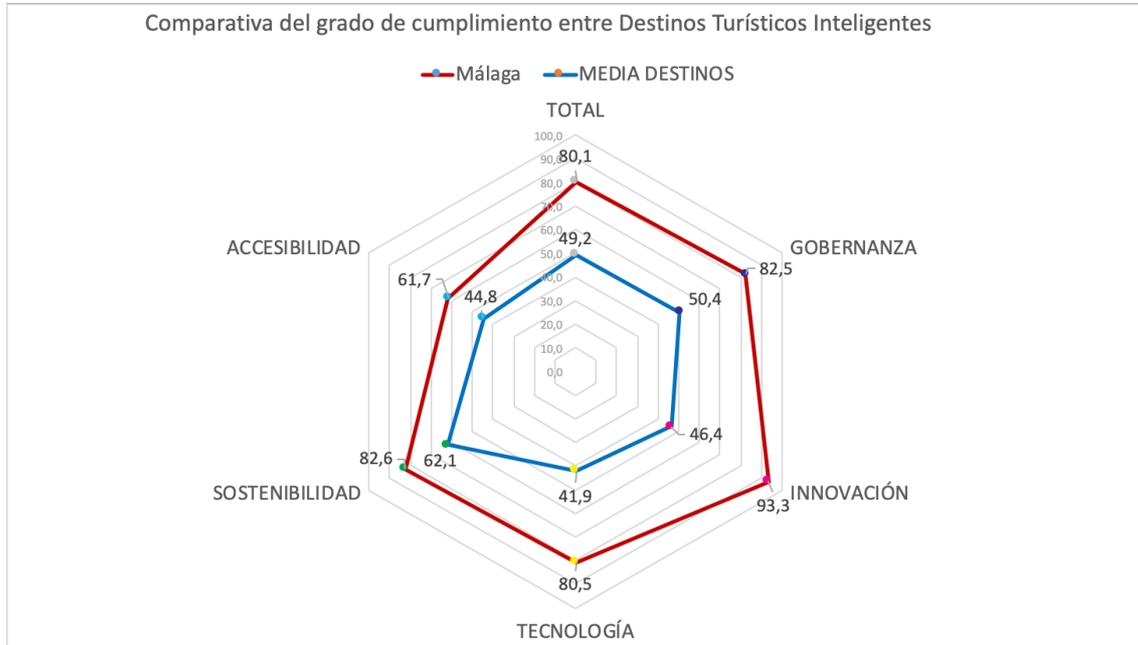
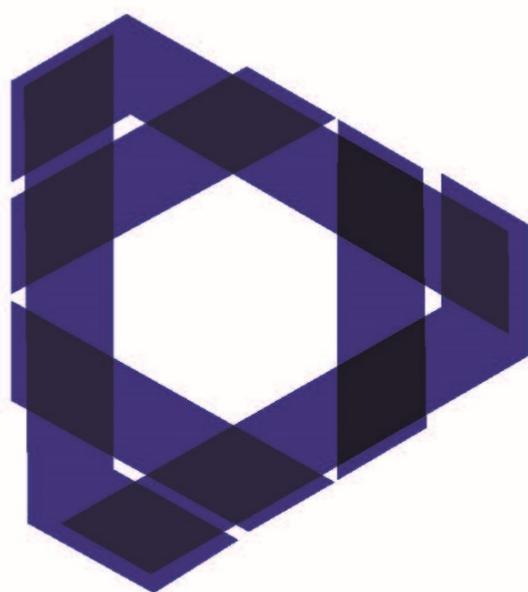


Gráfico comparativo del nivel de cumplimiento de Málaga respecto a la media de los destinos auditados.



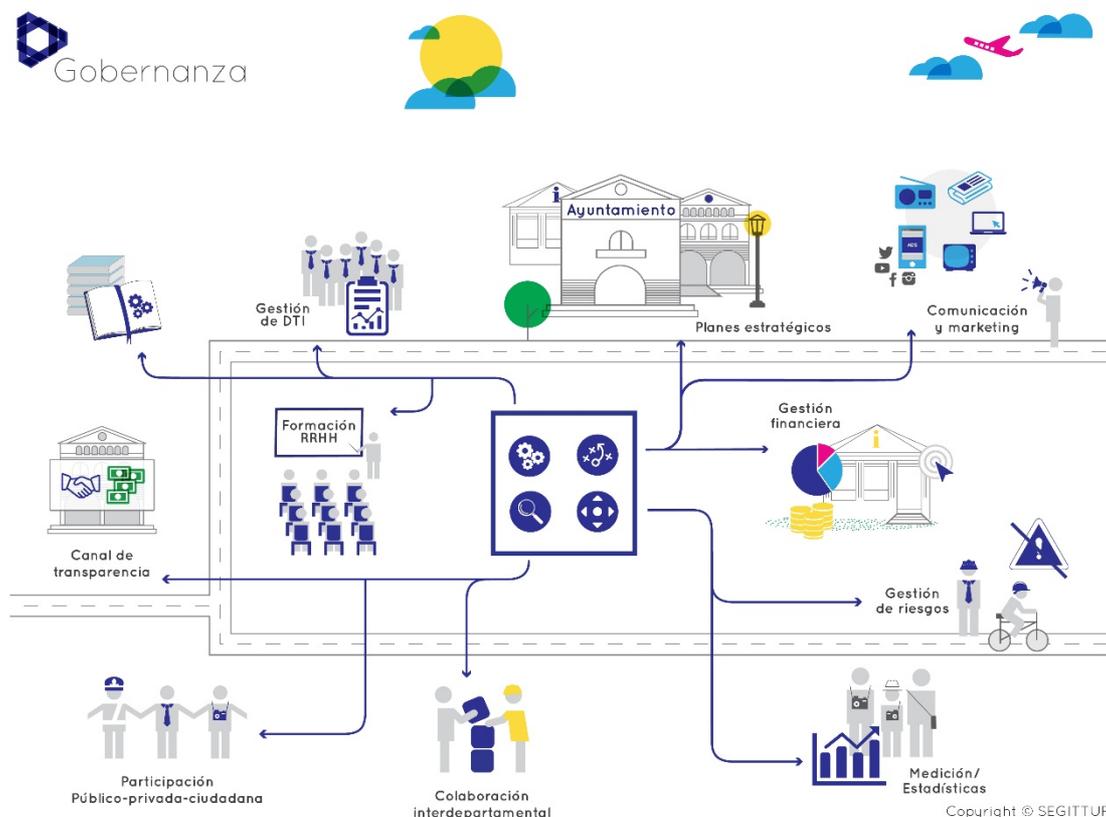
**GOVERNANZA**



### 4.1. GOBERNANZA

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

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





### 4.1.1. Grado de cumplimiento de los requisitos

El eje de Gobernanza se analiza en base a cuatro ámbitos de actuación que abarcan los mecanismos para la planificación y su implantación, desde una óptica participativa y con las máximas garantías de transparencia y control.

Los objetivos de aplicar la gobernanza de un DTI marcan los ámbitos de análisis de la metodología:

- Garantizar el desarrollo futuro de la actividad turística dotando a los gestores de las herramientas de planificación necesarias y de los recursos (presupuestarios, normativos y organizativos) que garanticen su puesta en marcha: **visión estratégica e implementación.**
- Alcanzar los objetivos planteados con los recursos disponibles: **gestión eficiente.**
- 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 transparente, abierta y participativa.**
- 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: **gestión responsable y controlada.**

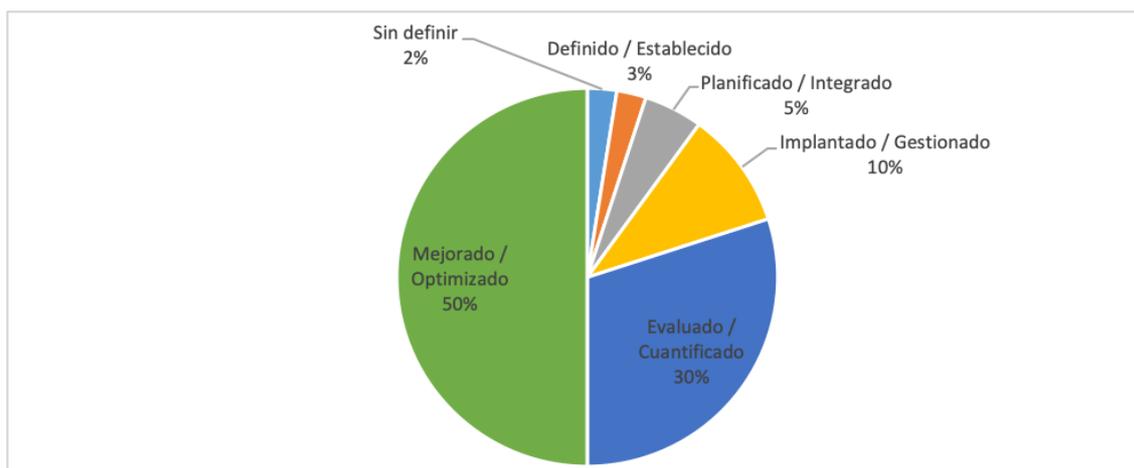




El **grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el eje **de gobernanza** es del **82,5%**. Este resultado pone de manifiesto que el destino trabaja de manera óptima debido fundamentalmente al esfuerzo que se realiza y a los medios técnicos con los que se cuenta.

Según refleja el siguiente gráfico, a pesar de que hay oportunidades de mejora, la mayoría de los requisitos analizados se encuentran planificados, implantados y evaluados (40%), incluso se cuenta con importante porcentaje de requisitos en los que el destino ya está en la fase de mejora y optimización (50%), lo que significa que alcanzan el cumplimiento máximo.

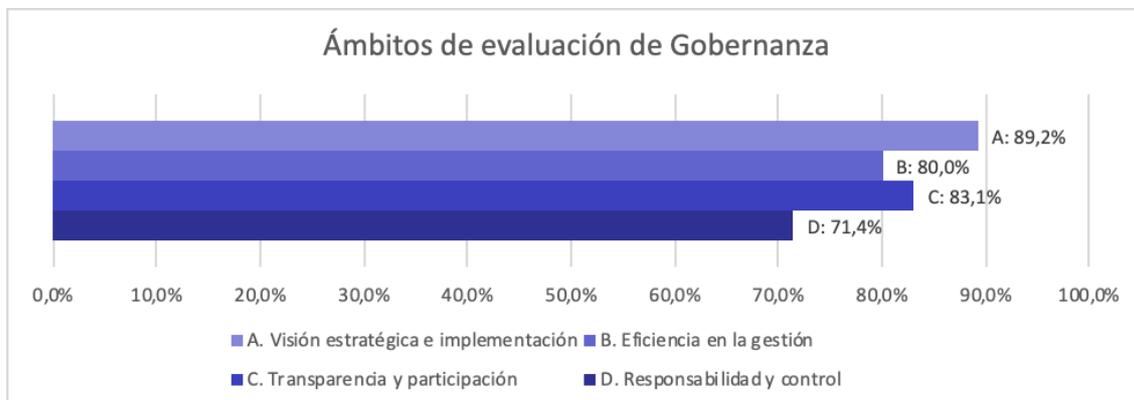
### Gráfico de cumplimiento por grado de madurez de los requisitos DTI



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

En lo que se refiere a los ámbitos de evaluación, el destino destaca en la **transparencia y participación** (83,1%), y **planificación estratégica** (89,2%); con un mayor margen de mejora en términos de **eficiencia en la gestión** (80,0%) y **responsabilidad y control** (71,4% de cumplimiento).

### Gráfico de cumplimiento por ámbito de análisis del eje de Gobernanza



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR. Resultado de valoración

A continuación, se realiza un análisis de los requisitos por ámbitos. Dentro de cada uno de ellos, las conclusiones se presentan agrupadas por categorías para conseguir una mayor coherencia en el análisis y con el objetivo de trasladar mejor las valoraciones.

### 4.1.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

#### Ámbito A. Visión estratégica e implementación

Bajo el epígrafe de visión estratégica e implementación se evalúan los requisitos de un Destino Turístico Inteligente en distintos ámbitos, desde las estructuras e instituciones con competencias en materia de turismo hasta los instrumentos de planificación y estrategia con los que cuentan, así como aquellos en los que se apoyan tanto previamente (diagnóstico), como en su aplicación (presupuesto, normativas, etc.).

#### Instrumentos organizativos

El ente gestor de Málaga está representado por el **Área de Gobierno<sup>1</sup> de Cultura, Deporte, Turismo, Educación, Juventud y Fomento del Empleo**, el máximo grado de representación dentro del ayuntamiento, aunque sea un área de gobierno compartida. El área específica de Turismo y Promoción de la ciudad está formada por 24 trabajadores, que realizan su trabajo en distintas secciones:

<sup>1</sup> La estructura política municipal se organiza en Áreas de Gobierno y Áreas Específicas incardinadas en las mismas



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Fuente: elaboración propia con datos extraídos del portal web del ayuntamiento de Málaga

Las distintas área se encargan de dar soporte y llevar a cabo las siguientes funciones: información turística de la ciudad de Málaga desarrollada a través de las oficinas de turismo y de la edición de publicaciones; Desarrollo de proyectos turísticos, observatorio turístico y búsqueda de nuevos productos turísticos; Participación en ferias de turismo, workshops, viajes de familiarización del sector profesional; Elaboración del Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2020- 2030 ; Promoción de la ciudad de Málaga (Marca Málaga) con acciones exteriores e interiores, así como de la oficina del inversor y de captación de inversiones.

Enmarcados en las líneas y objetivos estratégicos municipales de carácter global, el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad trabajó en 2019 para la consecución de los [siguientes objetivos](#):

1. Incrementar la interactividad en Instagram
2. Incrementar el número de asociados al Málaga Convention Bureau
3. Mejorar la gestión en procesos internos del Área (Se plantea implantar una sistemática de gestión en procesos de apoyo que dan soporte a las actuaciones clave de este Área de Turismo.)

Por otra parte, al compartir además el área con Cultura y Deportes, desde el punto de vista organizativo, es práctico por la vinculación de objetivos de promoción cultural, deportiva y turística. Tal como se indica en las entrevistas realizadas, hay una relación continua entre las tres áreas a efectos de difundir las acciones que tanto Cultura como Deporte realizan para que pueda ser dada a conocer a través de las Oficinas de Información y comunicación on-line (web y RRSS). Asimismo, en acciones concretas



como las actividades del día mundial del turismo la coordinación es mayor ya que se realizan acciones conjuntas entre Turismo y Cultura para organizar visitas guiadas con motivo de este día.

Por lo tanto, se puede concluir que el destino desde un punto de vista turístico tiene una **estructura de gestión sólida** acorde a sus necesidades.

### Instrumentos presupuestarios y financieros

Desde un punto de vista económico, el área cuenta con un presupuesto de 59 millones, lo que supone menos de un 10% del total. En las entrevistas se informa que el desglose en el caso del área de turismo es: Gasto corriente: 1.501.133,44€; Inversión: 177.500€; Inversión con Fondos EDUSI: 223.000€.



Fuente: [proyecto de presupuesto 2020](#). Ayuntamiento de Málaga

Por lo que respecta a la disposición de instrumentos financieros de apoyo al sector, el Ayuntamiento cuenta con un **Plan estratégico de subvenciones**, que establece, de acuerdo a la normativa vigente, el sistema de concurrencia de estas ayudas, que deberá estar alineado con los objetivos de la ciudad.

En este caso por ejemplo la empresa municipal Empresa Municipal de Iniciativas y Actividades Empresariales de Málaga (PROMÁLAGA)<sup>2</sup> recibe subvenciones para:

<sup>2</sup> Promálaga es una empresa del Ayuntamiento de Málaga que trabaja en la promoción empresarial, la creación de empleo y la atracción de talento. Fomentamos el espíritu emprendedor, proyectos de innovación, el impulso empresarial y la inversión tecnológica en I+D.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

- Apoyar la creación solvente y sostenible de las PYMES malagueñas en su primer año de puesta en marcha.
- Fomentar la competitividad y productividad a través de apoyo financiero en adquisiciones productivas para las PYMES malagueñas.
- Promover la generación de actividad empresarial de las PYMES malagueñas.
- Promover la modernización de las PYMES malagueñas con objeto de acelerar el alcance de mayor productividad.

*Fuente: Plan de subvenciones del Ayuntamiento de Málaga. Año 2020*

Si bien el plan no se centra en sectores de actividad sino en áreas, sería deseable contemplar nuevas ayudas específicas para el sector turístico y el impulso de iniciativas turísticas innovadoras. Sería interesante realizar un análisis de las necesidades de las empresas en destino y establecer líneas de financiación directas o un servicio de asesoramiento.

En lo que respecta a la **captación de fondos económicos nacionales e internacionales**, el Servicio de Programas Europeos del Ayuntamiento de Málaga trabaja en la solicitud, gestión, seguimiento y justificación de proyectos europeos, habiendo tramitado desde el año 1994 más de 50 proyectos. Entre ellos destaca la iniciativa Urbana III (2007-2013), Proyectos URBACT User y URBACT Re-Block, el proyecto Mi Ciudad AC2, y el proyecto CIVITAS,"2MOVE2". También ha sido beneficiario del programa DUSI para los barrios "Perchel-Lagunillas". Todos ellos trataron la renovación de distintas áreas de la ciudad con un enfoque integral de la sostenibilidad urbana.

En 2019 Málaga fue beneficiaria también del proyecto Gobernanza costera integrada para el turismo sostenible INTERREG, trabajando así con una herramienta de gestión y participación para restaurar, mejorar o conservar una costa a través de una serie de acciones concertadas por todos los usuarios, las administraciones públicas y el sector privado y que se ha llevado a cabo en Algeciras, Motril y Málaga.



Eje prioritario	3. Protección y promoción de los recursos culturales y naturales mediterráneos
Objetivo específico	3.1. Mejorar el desarrollo de un turismo costero y marítimo sostenible y responsable en el área MED
Tipo de proyecto	Módulo 3 Capitalización (Capitalising)
Duración:	Del 01/01/2018 al 30/06/2019 (18 Meses)
Convocatoria:	2ª convocatoria Interreg MED de proyectos modulares - módulo individual
Acronimo:	COASTING
Título:	Gobernanza costera integrada para el turismo sostenible
Presupuesto Total	1,054,612.50 €
Presupuesto FAMP	165,032.50 €

Fuente: [Federación Andaluza de Municipios y Provincias](#)



### **Instrumentos normativos**

En este apartado se analiza la existencia de instrumentos normativos específicos en materia de turismo en el destino. Se identifican reglamentos y ordenanzas relativos a los diferentes aspectos objeto de análisis en el modelo DTI, dada su transversalidad.

Si bien no se encuentran instrumentos normativos específicos en materia de turismo y la mención al mismo en los reglamentos y ordenanzas sobre materias conexas son mínimas, es importante destacar la existencia de ordenanzas que regulan y ordenan actividades que tienen lugar en espacios turísticos: ordenanza de feria de Málaga y ordenanza de uso y disfrute de playas.

En la ordenanza relativa al transporte de viajeros en coche de caballos se habla de forma explícita de las actividades turísticas y se regula de alguna manera la relación con el turista.

Otras ordenanzas de carácter general son también relevantes para la actividad turística, en tanto que regulan actividades que conforman la imagen de la ciudad:

- Ordenanza para la garantía de la convivencia ciudadana y la protección del espacio urbano en la ciudad de Málaga. año 2013
- Ordenanza Reguladora de Movilidad de la ciudad de Málaga
- Ordenanza Reguladora de la ocupación de la vía pública. Año 2018
- Ordenanza municipal del servicio de taxi. Año 2012
- Ordenanza Reguladora de la venta ambulante.

Algunas de ellas, como por ejemplo la ordenanza de playas (2004), son documentos que deberán ser actualizados para incluir en las mismas especificaciones o acciones relativas a la estrategia que sigue la propia ciudad.

También sería interesante estudiar la posibilidad de establecer una regulación municipal a las viviendas con fines turísticos.

### **Instrumentos de planificación estratégica**

Los instrumentos programáticos son la base de la gestión turística de cualquier ente gestor. Se trata de la herramienta básica que recoge las líneas, programas y acciones estratégicas y operativas para el desarrollo turístico del destino en su conjunto.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

En este sentido Málaga cuenta con diversos instrumentos que han servido de hoja de ruta para el desarrollo de la ciudad y de la actividad turística y que han hecho del destino el destino mejor evolucionado de la última década en España.

Málaga es una de las primeras ciudades españolas que utiliza la planificación estratégica como herramienta desde los años 90. La Fundación CIEDES<sup>3</sup>, una fundación privada sin ánimo de lucro, integrada por las principales instituciones y entidades de la ciudad, se encarga de su realización.

El trabajo de planificación se realiza con grupos de trabajo con expertos, profesionales y entidades y sigue un proceso cuyas claves metodológicas son: la evaluación permanente, la participación, la rigurosidad y la colaboración público privada

Como se puede comprobar en la siguiente imagen, la planificación en Málaga es un proceso que se ha estado trabajando desde hace más de 20 años. La visión y el trabajo a futuro han sido factores clave que han llevado a la ciudad y al destino a situarse como una de las ciudades más importantes de España:



Fuente: elaboración propia con documentación de [Fundación Ciedes](#)

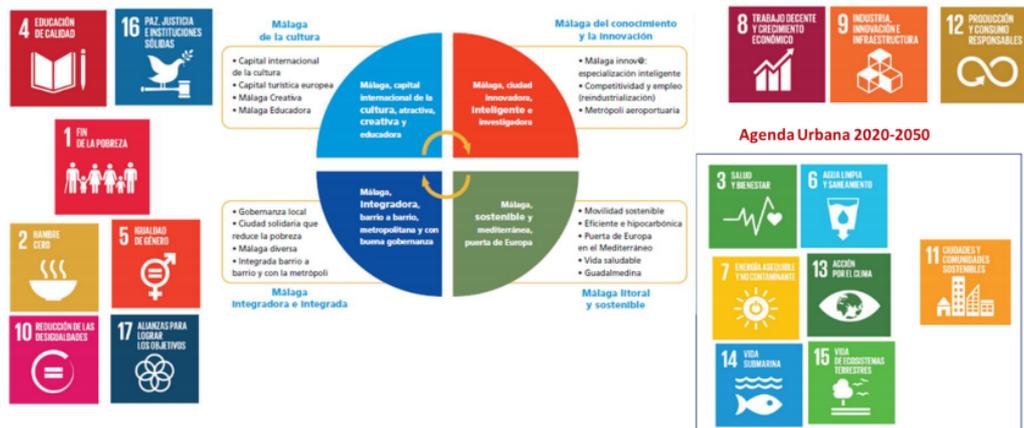
Posteriormente se decide alinear el plan estratégico 2020 con los ODS y marcar las líneas del Diagnóstico y Plan de Acción ODS Málaga 2030, que se apoyan en cuatro

<sup>3</sup> Ayuntamiento, comisiones obreras, diputación provincial, junta de Andalucía, puerto de Málaga UGT, universidad de Málaga, Cámara de comercio, industria y navegación, confederación de empresarios, federación de AAVV; parque tecnológico de Andalucía, Subdelegación del Gobierno y Unicaja



líneas fundamentales de trabajo, de las que se aportará información en el eje de sostenibilidad.

### Esquema de la Estrategia Málaga 2020-2030



Fuente: Estrategia Málaga 2020. Fundación CIEDES

En cualquier caso, es importante destacar la línea Málaga Cultura se trabaja en 4 ámbitos, uno de ellos, Málaga Capital turística internacional. Para ello, se marcan como acciones prioritarias dos:

- Propuesta de un modelo de turismo urbano sostenible, con cálculo de capacidad de carga del centro histórico y de las zonas de interés turístico. Diseño de rutas alternativas en otros barrios (2018-2019).
- Estudio de nuevos modelos turísticos basados en economías colaborativas (2020-2021).

La primera de las acciones se realizó en conjunto con el OMAU y gracias a un proyecto europeo. Por lo que se ha detectado en las reuniones de trabajo, no se han promocionado estas rutas y tampoco se ha realizado un estudio posterior para conocer el impacto de esta acción, lo que sería deseable para conocer su eficacia.

En la segunda de las acciones todavía no se ha comenzado a trabajar, dadas las circunstancias especiales del año 2020, pero que en todo caso será necesario que se plantee su reactivación.

Para cada una de estas acciones se ha diseñado una ficha donde se indican los patronos implicados, presupuesto estimado, fuentes de financiación, indicadores de evaluación y fecha prevista de realización:



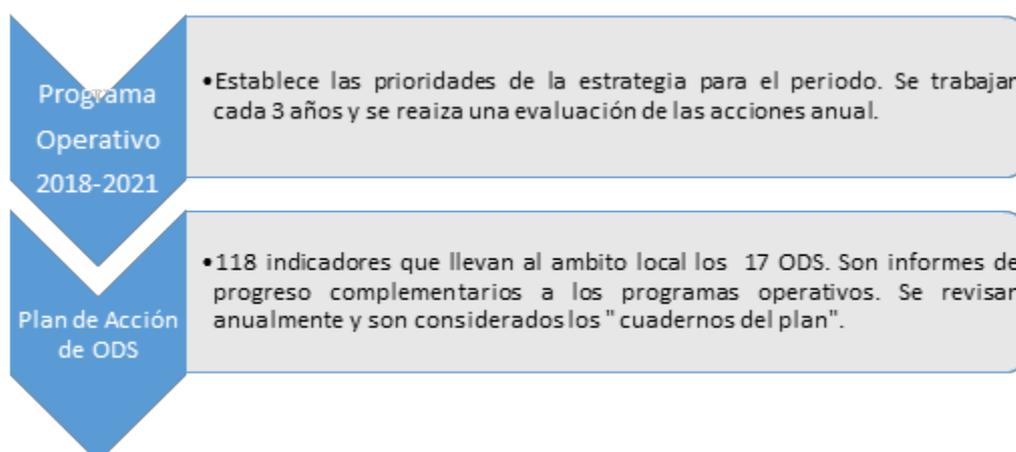
## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

CAPITAL TURÍSTICA INTERNACIONAL	CUT. PROPUESTA DE MODELO DE TURISMO URBANO SOSTENIBLE, CON CÁLCULO DE LA CAPACIDAD DE CARGA DEL CENTRO HISTÓRICO Y DE LAS ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO. DISEÑO DE RUTAS ALTERNATIVAS EN OTROS BARRIOS.	CAPITAL TURÍSTICA INTERNACIONAL DE LA CIUDAD	CUT. ESTUDIO NUEVOS MODELOS TURÍSTICOS BASADOS EN ECONOMÍAS COLABORATIVAS
	<p><b>Descripción:</b> Se trata de proponer un modelo de turismo sostenible, que permita la convivencia de vecinos y turistas en el centro histórico de la ciudad. Debería incluir varias acciones previas que permitan el levantamiento de información que se requiere para una posterior toma de decisión. Se ha puesto en marcha con el Ayuntamiento de Málaga, el proyecto europeo Alter Eco para facilitar el camino hasta la definición del modelo turístico. Este proyecto ha incluido: una propuesta de zonificación el centro histórico que favorezca la permanencia de los vecinos y el comercio tradicional (a partir del estudio de los locales comerciales), un visor de afluencia turística utilizando datos de teléfono móviles; una aplicación de capacidad de carga de la ciudad en función de datos estadísticos y el desarrollo de cuatro rutas alternativas turísticas por barrios de la ciudad (Soho, Malagueta, El Palo- Pedregalejo y Tabacalera). Se espera concluir con la definición del modelo de turismo sostenible en línea con el plan estratégico turístico de Málaga.</p> <p><b>Patrones implicados:</b> Ayuntamiento, Junta de Andalucía, Confederación de Empresarios</p> <p><b>Fecha prevista:</b> 2018-2019</p> <p><b>Presupuesto estimado y fuentes financiación:</b> 250.000 euros Financiación europea (MEDI)</p> <p><b>Indicadores de seguimiento:</b> Acción en marcha II Acción a impulsar Acción en estudio Acción finalizada</p>		<p><b>Descripción:</b> Se trataría de elaborar un estudio que identifique los cambios en el modelo turístico y cómo existen nuevos nichos de mercado y modelos de negocio susceptibles de generar economías colaborativas en este segmento. En otros destinos internacionales ya se están produciendo cambios radicales en la forma de viajar y de visitar los destinos, Málaga debe seguir innovando y analizando las opciones que tiene por delante. Es un proyecto que se podrá llevar a cabo con la colaboración de expertos, profesionales y miembros de la comunidad científica en el marco de algún proyecto europeo que permita esta investigación y el desarrollo de algún piloto.</p> <p><b>Patrones implicados:</b> Ayuntamiento, Universidad, Confederación de Empresarios, Cámara de Comercio, Parque Tecnológico</p> <p><b>Fecha prevista:</b> 2019-2021</p> <p><b>Fase estratégica:</b> <b>Diseño y formulación II</b> Negociación y compromiso Supervisión y monitoreo</p> <p><b>Indicadores de seguimiento:</b> Acción en marcha Acción a impulsar Acción en estudio II Acción finalizada</p> <p><b>Presupuesto estimado y fuentes financiación:</b> No hay presupuesto ni fuente estimado</p> <p><b>Indicadores de evaluación:</b> Agentes implicados Modelos de negocio detectados Actividades y publicaciones</p>

Fuente: Estrategia Málaga 2020. Fundación CIEDES

Esta estrategia a nivel general se materializa en **planes operativos y planes de acción** con los que se establecen prioridades y se trabaja a corto plazo.



Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Fundación CIEDES

Una vez finalizado el periodo de ejecución de los planes, se realiza una evaluación y monitorización de las acciones realizadas.

En la actualidad se está trabajando para alinear los documentos estratégicos al nuevo periodo comunitario 2021-2027.

Con respecto a la **planificación estratégica en turismo**, ha estado siempre ligada a la estrategia de ciudad, siendo el turismo una de las cinco líneas de actuación identificadas ya en el plan estratégico del 92-96.

En la actualidad se trabaja con el **Plan estratégico de Turismo de la ciudad de Málaga 2016-2020**, donde se realiza un interesante diagnóstico del entorno, tanto en términos



macro y micro, se analiza el mercado, competidores, oferta y demanda. Por otro lado, se hace una planificación para estructurar la oferta en torno a 4 productos clave: cruceros, congresos reuniones e incentivos, idiomático y cultural, marcando acciones concretas en torno a cada producto. Estas acciones que se reflejan en el Plan Estratégico se materializan en planes concretos de promoción y se articulan en torno al “Plan de Acción de Promoción” anual. Además, se plantea la realización de **planes estratégicos para productos clave**, como por ejemplo el plan estratégico de congresos, que finalmente no se han llevado a cabo.

Además, el área de marketing y desarrollo está en proceso de elaboración del **Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Málaga 2021-2024**. Se está todavía definiendo el marco teórico y se han creado algunas de las mesas de trabajo de carácter técnico que pretenden con cada uno de los segmentos turísticos.

Todavía no se ha plantado todavía realizar un informe seguimiento respecto al grado de cumplimiento del plan anterior.

Por otra parte, el destino cuenta con **un plan de marketing y desarrollo turístico** y está en fase de gestión de un nuevo plan más específico de marketing digital, que se espera que esté desarrollado para el primer trimestre de 2021. El plan de marketing actual trabaja en 6 bloques:



*Fuente: elaboración propia a partir del plan director de Marketing y Desarrollo Turístico de Málaga*

En cualquier caso se detecta que algunas de las acciones planteadas en el plan de marketing no se han llevado a cabo, por ejemplo, la campaña de sensibilización “vuelven por ti”.



En definitiva, se percibe una planificación coherente, correlativa y temporalmente alineada, se han establecido indicadores para medir las acciones establecidas en los planes, así como el grado de consecución y detalle del desarrollo de las mismas. El seguimiento y reporte debe sistematizarse de forma periódica y el plan de marketing debe hacer una reflexión más profunda.

### **Estructuración de producto**

Dentro del organigrama del ayuntamiento, el negociado de servicios generales tiene entre sus funciones:

- Estudio y valoración de viabilidad de nuevos productos turísticos externos e internos.
- Búsqueda y definición de nuevos productos turísticos.

Málaga cuenta con una diversidad de recursos turísticos que le permite configurar una amplia oferta turística. Se ha roto con la tradicional vinculación turística al producto de sol y playa, siendo precisamente éste el más limitado estacionalmente. El destino se articula en torno a 4 productos: cruceros, congresos reuniones e incentivos, idiomático y cultural, y en el plan estratégico se detallan las acciones que se planificaron para ganar entidad en cada uno de ellos.

- Cultural:”, la creación de la tarjeta Málaga Pass, la creación de la submarca “Málaga ciudad de los museos” o la creación de una mesa de trabajo, entre otras muchas. Se había previsto la creación del club de producto “Feel Málaga, pero se informa en la visita de campo que no se llevó a cabo por la complejidad para hacerlo efectivo.
- Cruceros: Impulso al Málaga Convention Bureau, creación de una asociación de cruceros de Málaga como foro y herramienta de trabajo, desarrollo de oferta complementaria dirigida al crucerista o potenciar los paquetes pre y post crucero.
- Idiomático: Si bien se planificaron acciones como la creación el club de producto de turismo idiomático “Live Spanish in Málaga”, lanzamiento de la tarjeta “Estudiante de Español en Málaga” o la creación de un plan sectorial de calidad, no se han llevado a cabo.



- **Congresos:** Se identificó la necesidad de trabajar en torno a un plan estratégico de congresos y convenciones 2016-2020 y un plan de acción para el fomento de la ciudad de Málaga como puerto base de cruceros, pero finalmente no se llevaron a cabo.

A futuro se deberá trabajar por identificar acciones en torno a la estructuración de productos ya planificados y estructurar aquellos que han sido identificados como potenciales en el plan de Marketing: compras, gastronómico y lujo.

Gran parte del trabajo de estructuración ya está siendo impulsado, pero debe concretarse en un mayor esfuerzo por la creación de experiencias asociadas, aspecto que se recogen en los documentos estratégicos.

Una acción que se destaca es la **Málaga Cruise Shops**, un proyecto que consiste en fomentar la apertura de los comercios del centro histórico de Málaga los domingos y días festivos que los cruceros hacen escala en el puerto de Málaga. Este proyecto se inició en octubre de 2013 y a día de hoy cuenta con 116 comercios adheridos. Este proyecto se ha elaborado conjuntamente por las Áreas municipales de Comercio y Vía pública, Turismo y Convention Bureau y el Distrito Centro. Los comercios adheridos pertenecen a una zona de gran influencia turística. Cuentan con una campaña de promoción desde las áreas de Turismo y de Promoción Empresarial desde donde se han editado folletos y mapas informativos en varios idiomas para el uso de los turistas.

Recomendaciones relativas a la mejora de este proyecto se abordarán en el eje de innovación

### **Estrategia de *branding***

El Ayuntamiento tiene dos marcas oficialmente reconocidas: el escudo del Ayuntamiento y la de Málaga Ciudad Genial. Por tanto, el sector privado puede utilizar la marca Málaga Ciudad Genial, recomendando que lo comunique al Área de Turismo. En el último año la marca Málaga Ciudad Genial, ha evolucionado en uno de sus elementos más significativos como es la M. De esta forma se modificó la M *picassiana* por una M más colorida e integradora representando los distintos atractivos y alicientes que ofrece el destino Málaga y recogiendo la tradición de Picasso: rojo (creatividad y empuje), verde (naturaleza y vida), azul (cielo y mar) y negro (la pasión por la cultura y el arte).



Todas las decisiones con respecto a la estrategia de branding se toman internamente por el Área de Turismo, alineado con la estrategia municipal y ejecutada por una empresa especializada del sector.

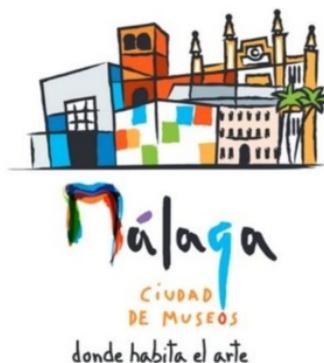
Esta estrategia se percibe en todos los instrumentos estratégicos de gestión turística y soportes promocionales, dotando de homogeneidad a los esfuerzos de comunicación de forma óptima.

### Marca turística de Málaga



*Fuente: Málaga Turismo*

Además, cuenta con submarcas para los productos estrella, como es el caso de la cultura, pero en todos los folletos consultados se utiliza el logo genérico que se muestra arriba.



*Fuente: Málaga Turismo*

Si bien la imagen de marca del ayuntamiento de Málaga cuenta con un manual de imagen corporativa o una identidad corporativa, no se encuentra para la marca turística por lo que será uno de los elementos a trabajar, que recoja la normalización de los elementos de identidad visual y las normas de aplicación de la marca y coordine su uso.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

GOB.A1. Incremento del presupuesto destinado a turismo	
<b>Responsable</b>	Alcaldía
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Aumentar la partida presupuestaria destinada a turismo y congresos es un elemento esencial para conseguir poner en marcha muchas de las propuestas y acciones. Se trata de una mayor inversión que repercutirá en el incremento del PIB de la ciudad y del que también se verán beneficiados los residentes, ya que muchas de las acciones que se proponen en turismo repercuten en la ciudad en general y en el empleo.</p> <p>Se propone un incremento progresivo a lo largo de diferentes ejercicios y una intensificación en la búsqueda de otras fuentes de financiación (nacional y europea) en coordinación con el Servicio de Proyectos Europeos.</p>	

GOB.A2. Líneas de apoyo al empresariado turístico	
<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Promálaga y Foro de Turismo, Servicio de Proyectos europeos del Ayuntamiento
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Sería deseable contemplar nuevas ayudas específicas para el sector turístico y el impulso de iniciativas turísticas innovadoras. Se propone un servicio de apoyo al empresariado turístico, tras hacer un análisis de sus necesidades, siempre teniendo en cuenta las líneas estratégicas del destino y la información recogida en el plan de subvenciones, creándose o bien líneas propias de financiación o dando un servicio de asesoramiento para acceder a las de otras administraciones y entidades.</p>	



nacionales e internacionales. Las ayudas estatales enfocadas al sector turístico (ENISA; Líneas ICO, etc.) se deberían promocionar entre las empresas del municipio y publicar en la web del Ayuntamiento.

### GOB.A3. Actualización de los instrumentos normativos, ordenanzas

<b>Responsable</b>	Alcaldía
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta

Si bien se ha documentado la existencia de instrumentos normativos que regulan u ordenan actividades relacionadas con el turismo en la ciudad, se hace necesario una revisión y actualización de los mismos, para poder incluir las líneas estratégicas en las que se está trabajando en la ciudad.

Se propone una participación activa del ente gestor en la definición y redacción de normativas municipales que tengan incidencia directa en turismo, así como hacer referencias al turismo en las normativas municipales que de forma indirecta tienen relación con la actividad, analizando además la posibilidad de redactar nuevas ordenanzas.

Además, se considera que el ayuntamiento debe abordar la regulación del uso de las viviendas con fines turísticos. Se pone como ejemplo la ordenanza reguladora del ayuntamiento de Donostia- San Sebastián, que se puede consultar [aquí](#).

### GOB.A4. Regulación de las viviendas de uso turístico

<b>Responsable</b>	Alcaldía
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta

Dado el incremento continuado en el registro de viviendas de uso turístico y



teniendo en cuenta los problemas que ha generado en otros destinos turísticos, se plantea como necesaria la regulación municipal más allá de la regulación vigente de este tipo de alojamientos.

La nueva regulación debería analizar la capacidad de carga de las distintas zonas, los usos urbanísticos previstos en ellas y la estrategia, en conjunto, del municipio para tener claras las limitaciones a establecer en su crecimiento. Se pone como ejemplo la ordenanza reguladora del ayuntamiento de Donostia- San Sebastián, que se puede consultar [aquí](#).

### GOB.A5. Creación de un Plan Operativo o Planes de Acción anual encadenado al nuevo plan estratégico de turismo

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Fundación CIEDES y Foro de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta

Dado que el horizonte temporal de los instrumentos de planificación estratégica de es el 2020, ya se ha comenzado los trabajos para redactar un nuevo plan estratégico de turismo sostenible 2021-2024.

El Plan Estratégico de Turismo necesita de acciones que materialicen esa conceptualización y para ello anualmente debe elaborarse un Plan Operativo o Plan de Acción anual en el que éstas se planifiquen, calendaricen, presupuesten y se monitoricen los resultados.

Estas líneas de actuación concretas deberán adaptarse al contexto turístico y socioeconómico previsto para cada anualidad, identificando iniciativas en las que se deberá trabajar en coordinación con otras áreas del consistorio: diversificación de producto turístico; conectividad; apoyo a la competitividad empresarial; formación e investigación; señalización de determinadas zonas; etc., con acciones, responsables y fechas de ejecución bien definidas.

Por último, debe haber una medición de los resultados e impactos de todas las acciones ejecutadas para comprobar su eficacia en la consecución de los resultados y hacer las correcciones pertinentes en caso de que sea necesario. El



Plan de Acción deberá llevar aparejado un seguimiento y una revisión.

### GOB.A6. Elaboración de un nuevo plan de marketing

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Fundación CIEDES y Foro de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta

Dado que actualmente se está trabajando con un plan de marketing del año 2019, se considera prioritaria la redacción de un nuevo plan de marketing adaptado a las circunstancias y cambios que se han producido desde entonces.

El plan de marketing debe contribuir a los objetivos de posicionamiento, comercialización y promoción del destino turístico, así como a los objetivos genéricos de desarrollo turístico. Éste contendrá las líneas de acción a seguir en materia de producto, mercados, segmentos, marca y promoción y deberá estar concretado en actuaciones medibles anualmente.

Se recomienda en primer lugar realizar un estudio del porcentaje de ejecución de las acciones planteadas en este plan de marketing de 2019 e identificar el grado de efectividad de las acciones realizadas. Este análisis será el informe de partida para elaboración del nuevo plan marketing, donde se contemple el marketing mix del destino (sus 7P's o 7C's, según el enfoque) y que deberá culminar con un Plan de comunicación.





Cada uno de estos elementos deberá ser oportunamente medido y valorado de forma periódica.

La futura elaboración del **plan de marketing digital** debe estar perfectamente alineada con el futuro plan de Marketing.

#### GOB.A7. Creación del plan director DTI mediante la imbricación con los planes estratégicos existentes

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Foro de Turismo y Fundación CIEDES
<b>Prioridad</b>	Alta

Sobre la base de los documentos estratégicos existentes en la ciudad, se redactará el nuevo plan estratégico de turismo sostenible 2021-2024, que deberá estar alineado con el Plan de acción DTI, dada la estrecha relación que existe entre los diferentes instrumentos de planificación estratégica, operativa y elementos clave del marketing con las respectivas acciones DTI.

De este trabajo y de la política turística definida surgirá un plan director del destino turístico inteligente, priorizando líneas estratégicas para todos los ejes, para un horizonte temporal de los próximos 5 años y de manera transversal para todas las áreas del municipio.

En resumen, para una correcta gobernanza el municipio debe sentar las bases consensuadas e integradoras de su futuro a través de una política turística clara y de un plan director que la desarrolle.

Por otro lado, debe haber un compromiso DTI asumido por todo el consistorio que garantice que el trabajo de otras áreas va en la misma línea.



#### GOB.A8. Monitorización de las acciones contempladas en los documentos estratégicos

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Foro de Turismo y Fundación CIEDES
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Si bien hasta ahora la monitorización de los planes se realiza a la finalización del periodo completo del mismo, se propone un nuevo método que permita ir evaluando las acciones de forma semestral y documentando problemas y soluciones que puedan ser útiles para los siguientes procesos de planificación.</p>	

#### GOB.A9. Manual de imagen de marca

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se debe contar con un manual de identidad gráfica que esté accesible para los interesados a través de la zona profesional de la página web y así como un manual de usos de la imagen de marca.</p>	

#### GOB.A10. Coordinación de Eventos

<b>Responsable</b>	Área de Turismo, Área de Deportes y Área de Cultura
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se aprecia una oportunidad de mejora en la de coordinación entre las Áreas de Cultura, Deporte y Turismo de cara a la promoción turística de los eventos que, aunque abiertos a todo tipo de público, están más dirigidos a residentes. Se</p>	



recomienda mejorar esta coordinación empezando por una confección conjunta de las agendas de eventos que se hacen desde cada área. Se propone que Turismo marque en la agenda de la ciudad que se orienta al turista los criterios de carga y supervise las actividades que se incluyan, compartiendo todo ello con las áreas implicadas en el proceso de publicación.

### GOB.A11. Planificación de acciones para mejorar la estructuración de los productos turísticos

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Media

Si bien se ha trabajado de forma satisfactoria la estructuración de los productos turísticos principales, se detecta un margen de mejora en las acciones a realizar para comercializar, atendiendo a la tipología del recurso y de las actividades que lo acompañan y del segmento de turistas al que va dirigido.

Dado que las acciones planteadas en el plan de marketing en este sentido finalmente no se llevaron a cabo, en concreto la creación de clubs de producto, se recomienda que en el futuro plan de marketing se analicen las acciones no realizadas y decida si estas o otras diferentes pueden ser útiles para cada uno de los productos principales.

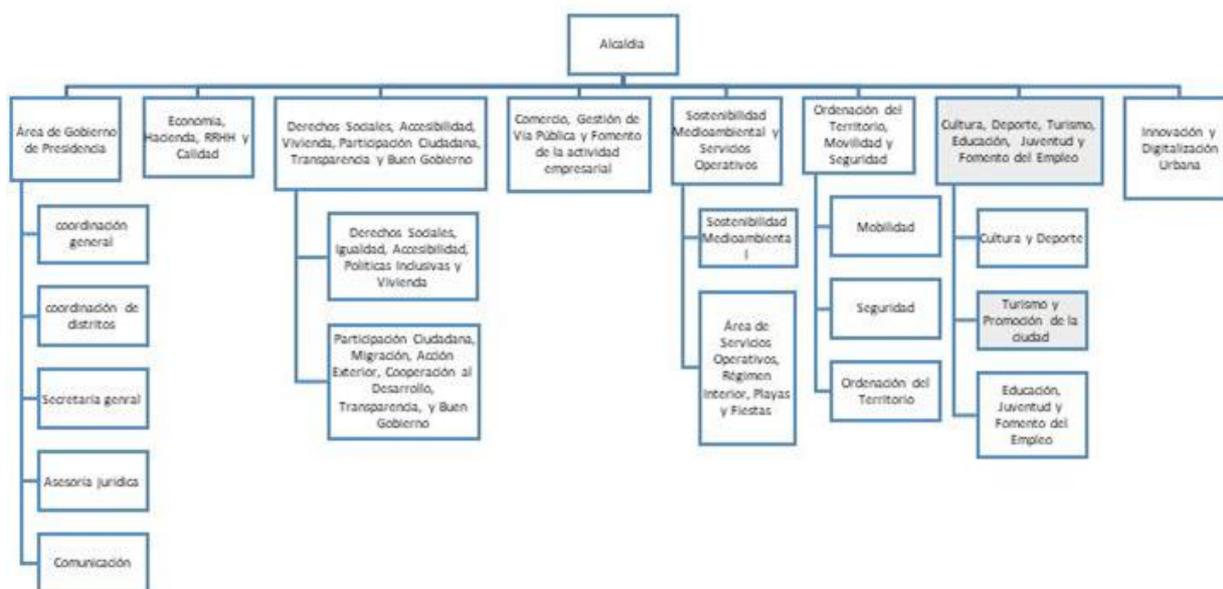


### Ámbito B. Eficiencia en la gestión

Los requisitos de este ámbito analizan la estructura de la entidad responsable de la gestión turística, su organización, procesos, las funciones que le dan capacidad para alcanzar los objetivos propuestos y adaptarse a la realidad cambiante y cada vez más exigente optimizando los esfuerzos y recursos utilizados para ello.

#### Gestión y coordinación interna

El Ayuntamiento de Málaga cuenta 8 áreas de gobierno y áreas específicas, además de 11 juntas de distrito.



*Organigrama de áreas de gobierno y servicios. Elaboración propia a partir de datos del Ayuntamiento*

Al ser una estructura organizativa grande, la coordinación se convierte en un elemento clave y por eso existen diversos órganos de coordinación interna, además de las propias juntas de gobierno y plenos, como son las **áreas específicas de coordinación**.

Sin embargo, no se cuenta con mesas de coordinación entre áreas de gobierno y en cuanto a la coordinación inter-áreas específicas, esta se realiza en función de las acciones a desarrollar.



Dentro del Área de Turismo, según las materias, se organizan **comisiones permanentes** de coordinación con otras áreas, por ejemplo, la comisión permanente de la capitalidad Europea del turismo o en materia de contratación y compras. De acuerdo con la información extraída del trabajo de campo, estas mesas se deben realizar cada semestre pero en la actualidad no se están reuniendo.

Además, existe una comunicación continua a efectos de difundir las acciones que tanto Cultura como Deporte realizan para que pueda ser dada a conocer a través de las Oficinas de Información y comunicación on-line (web y RRSS). Asimismo, en acciones concretas como las actividades del día mundial del turismo la coordinación es mayor ya que se realizan acciones conjuntas entre Turismo y Cultura para la organización de visitas guiadas.

Por otra parte, en el Plan Estratégico de Turismo se plasma la importancia de la coordinación entre los distintos actores que intervienen en el fenómeno turístico y se propone la creación de **mesas monográficas** de Semana Santa, museos, comercios-compras, cruceros, gastronomía-restauración y alojamientos. Estas mesas se plantean con el objetivo de ser instrumento para resolver problemas y mejorar la oferta y colocan al área de turismo como dinamizador y catalizador.

Otra herramienta que mejora la coordinación es que toda la documentación resultante de la gestión turística (instrumentos de planificación, instrumentos normativos específicos de la gestión turística, encuestas, estadísticas, material gráfico, etc.) quede debidamente **registrada y publicada en el repositorio digital**. En la página web de Málaga se puede encontrar esta información en la zona profesional del observatorio turístico, que debería ser ampliada con otros documentos.

En cualquier caso, el ayuntamiento trabaja para mejorar la eficiencia en la gestión y procesos y la modernización de los servicios y para ello cuenta con un documento estratégico relevante en cuanto a la organización y funcionamiento interno, **EL PAC MIDO 16-19**, Plan de Acción en Calidad para la Modernización, Innovación y desarrollo organizativo de la ciudad de Málaga. Este plan funciona como el **brazo operativo del Sistema de Gestión Integrada**, cuyo objetivo fundamental es la adaptación al nuevo marco relacional entre la Institución y la ciudadanía.

En este plan se detalla por bloques las actuaciones a llevar a cabo para mejorar la gestión de los servicios municipales (gestión estratégica, gestión de recursos, intervención en procesos y orientación ciudadana), así como las herramientas a utilizar, como por ejemplo la aplicación de la norma ISO-9001 para todas las áreas del



ayuntamiento o la certificación en el modelo EFQM. Actualmente está trabajando en los siguientes proyectos:

- Servicio de Atención Integral a la Ciudadanía (SAIC), con la intención de ofrecer información y la posibilidad de realizar trámites municipales a la ciudadanía de Málaga desde una perspectiva multicanal
- Plan Integral para la Simplificación y Mejora Administrativa (SIMAD)
- Plan de Innovación (PIN): Plan que implica a todo el Ayuntamiento, diseñado como instrumento de apoyo a la gestión, con el objetivo de mejorar la organización mediante el uso de la innovación y la creatividad
- Guía de Servicios , Hojas Informativas y Cartas de Servicios: en la actualidad se cuenta con 14 cartas de servicios.

En el seno de este plan también se elabora el [Plan de Normalización Interna de los Servicios de Atención \(P-NISA\)](#), para mejorar la atención ciudadana en toda la corporación municipal, avanzando en la coordinación y mejora de las oficinas de atención especializada, a través del [Observatorio de la Atención Ciudadanía OBAC](#) y la Evaluación del Impacto en los Servicios de Atención.

En cuanto a la **gestión de la calidad turística**, si bien se detalla en el eje de sostenibilidad, es importante mencionar que Málaga forma parte de la red de destinos SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos), lo que, a través del seguimiento de su metodología, le proporciona **un sistema integral y permanente de gestión de la calidad del destino**.

### Smart office de destino

La ciudad de Málaga cuenta con una larga trayectoria enfocada al modelo de Ciudad Inteligente. Enmarcada dentro del [Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2022](#), en el eje de economía innovadora tiene una línea de trabajo dirigida al turista digital con distintas acciones.

En este plan se detalla como una acción desarrollar la creación de un Centro Demostrador Smart City, configurado a través de distintos espacios de la ciudad destinados a testear, certificar y demostrar servicios y tecnologías en este ámbito. Además, en el ámbito del turismo y tal como se describirá más adelante en el eje de innovación, cuenta con una incubadora de soluciones turísticas.



## Formación de recursos humanos

Con respecto a la formación para los miembros de la corporación y el ente gestor del destino en particular, se encarga el servicio de Calidad y Modernización. En la actualidad el ayuntamiento de Málaga está elaborando El Plan General de Formación, ya definido en el **PAC MIDO 16-19 como un elemento prioritario para la mejora de la gestión de recursos**. Hasta que esté disponible, siguen trabajando con un plan de formación del año 1994 por lo que será necesario esperar que se finalice la elaboración del nuevo plan de formación para comprobar la forma de trabajar a futuro.

PAC-MIDO

2016-2019

2. Bloque de la gestión de recursos		
Objetivo estratégico	Actuación	Herramientas
2.3. Desarrollo de y con las personas	<b>Plan de formación de Gestión Pública y Habilidades de Mando:</b> realización de diferentes actividades formativas en materia de gestión pública local y habilidades de mando entre los trabajadores y responsables municipales.	
	<b>Plan de Formación Municipal:</b> elaboración y puesta en marcha del nuevo Plan de Formación Municipal, buscando el reciclado y mejor aprovechamiento de los trabajadores municipales en las diferentes materias de las actividades municipales.	Plan de Formación Municipal
	<b>Perfiles competenciales:</b> definir los diferentes perfiles competenciales para la carrera profesional de los diferentes puestos de trabajo de los departamentos municipales, lo que permitirá detectar carencias de las personas que los desempeñen y subsanarse.	Protocolo de Formación e Instrucciones Perfil de competencias para el desarrollo profesional
	<b>Acciones para la Implicación y Motivación:</b> implicación de las personas en la mejora de los servicios, actuaciones y tareas que realizan, para que se sienta parte de estas.	Plan de Innovación Creatividad
	<b>Gestión del Conocimiento:</b> definición y puesta en marcha de diferentes actuaciones para la gestión del conocimiento de forma que las experiencias y buenas prácticas de los diferentes departamentos o unidades municipales se conozcan y difunda a toda la organización municipal y se puedan aprovechar por el ayuntamiento.	Portal Interno
	<b>Encuestas de Implicación y Motivación:</b> desarrollo de diferentes encuestas dirigidas a los trabajadores municipales para conocer el grado de implicación y motivación en sus puestos de trabajo, de forma que se permita optimizar y mejorar la actividad de estos.	Encuesta de Implicación y Motivación
	<b>Reconocimiento de personas:</b> establecer un sistema de reconocimiento de las mejoras en el trabajo, en la que intervienen los trabajadores municipales.	Premios a la calidad e innovación

*Fuente: Plan de Acción en Calidad para la Modernización, Innovación y desarrollo organizativo de la ciudad de Málaga*

En cualquier caso, en la actualidad se trabaja con una programación de cursos anual, tanto para la plantilla del Ayuntamiento como para los distintos organismos autónomos. Se realiza un trabajo de detección de necesidades a través de encuestas en la que participan los cargos de nivel medio y en base a esto se programa la oferta de cursos, que puede ser de dos tipos:

- A demanda: el interesado solicita el curso dentro de la plataforma
- Cursos de obligada asistencia por las necesidades del propio ayuntamiento.

En el año 2019, según datos facilitados durante las entrevistas, se recibieron más de 14.00 solicitudes.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### GOB.B1. Sistema de gestión del destino turístico inteligente

<b>Responsable</b>	Área de Turismo, Área de Recursos Humanos y Calidad
<b>Secundario</b>	Gobierno municipal
<b>Prioridad</b>	Alta

Para una adecuada gestión del Destino Turístico Inteligente (DTI), Málaga debe contar con un sistema de gestión adecuado para el que se defina la gestión del proyecto, es decir, la estructura organizativa, con responsables, funciones y procesos, una planificación de acciones y la evaluación de los objetivos planteados con su nivel de ejecución.

En definitiva, el DTI debe de contar con un sistema de gestión a partir del cual, el ente gestor pueda desarrollar e implementar una política de gestión para el destino y establecer objetivos, metas y planes de acción, en torno a los cinco ejes fundamentales sobre los que se asienta un DTI: gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad universal y sostenibilidad.

Para su correcta gestión, debería proponer la **creación un Comité DTI, que se recomendará a continuación.**

El comité DTI, bajo la dirección del ente gestor, velará por el correcto funcionamiento del sistema de gestión DTI, siendo éste uno de los principales requisitos de la norma *UNE 178501 Sistema de gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes*.

En línea con esta medida, una **posible certificación bajo este estándar en base a la norma UNE178501:2018 Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes: Requisitos y/o UNE178502:2018 Indicadores y Herramientas para Destinos Turísticos Inteligentes** podría contribuir a mejorar los procesos de gestión internos, ya que exigiría un trabajo de preparación para la auditoría y certificación.



### GOB.B2. Creación del comité/unidad/responsable DTI

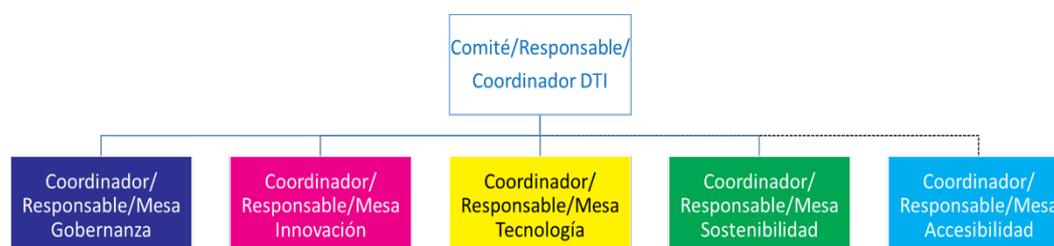
<b>Responsable</b>	Área de Turismo, Gobierno municipal, Foro de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Media

Como se puede ver en el organigrama, la ciudad ya sigue una estructura en la línea de los Destinos Turísticos Inteligentes y sus cinco ejes: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

En cualquier caso, se propone la creación de una unidad/comité o responsables del proyecto DTI de Málaga, ya que la interrelación o participación de todos los agentes y la coordinación y comunicación de las acciones son factores clave para el éxito del proceso.

Desde la perspectiva más operativa, debería contar con al menos un técnico cuyas funciones irían en dos líneas: por una parte, recopilar la información necesaria para desarrollar el proyecto y, por otra, generar informes sobre los avances, acciones y propuestas.

Este comité debe estar organizado en mesas/reuniones de trabajo por ejes a las que se invite a representantes de los sectores/áreas implicados para cada uno de ellos, con un calendario de reuniones y eventos informativos públicos a medida que se vayan alcanzando hitos en la ejecución del proyecto para su correcta comunicación.



Este Comité deberá estar coordinado por el Área de Turismo. Se recomienda **redactar un breve procedimiento que recoja los integrantes de cada mesa** (idealmente miembros del Foro de Turismo y técnicos del Ayuntamiento responsables de las acciones, para lo que se podrá tener en cuenta los comités técnicos establecidos en el plan estratégico de innovación tecnológica, por la



estrecha vinculación), la **periodicidad de las reuniones**, así como el establecimiento de un **sistema de reporte y seguimiento**, que haga uso del Plan de acción entregado en el marco de este trabajo y redacte informes periódicos de ejecución.

### GOB.B3. Creación de una Smart Office del Destino Turístico Inteligente

<b>Responsable</b>	Área de Turismo, , Área de Recursos Humanos y Calidad
<b>Secundario</b>	Gobierno municipal
<b>Prioridad</b>	Media

Se propone la creación de una Smart Office del Destino Turístico Inteligente o una Smart Office, para el desarrollo y ejecución de proyectos de territorio inteligente. En caso de ser exclusivamente turística, se recomienda que esta unidad se integre con el centro demostrador. Las principales funciones serán:

- Coordinación, ejecución y seguimiento del Proyecto Málaga DTI junto con la comisión DTI;
- Integración de datos, análisis y publicación de informes basados de inteligencia turística;
- Integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos;
- Coordinación e impulso de la participación en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes;
- Coordinación las acciones del ayuntamiento para asegurar su máximo aprovechamiento de cara a alcanzar los objetivos de desarrollo del modelo de turismo inteligente;
- Desarrollo de funciones de vigilancia tecnológica y gestión de la innovación sistemática en el destino.

Estas funciones forman parte de los requisitos de un Sistema de gestión DTI, recogido con detalle en la línea GOB.B1, por lo que, de no existir una Smart Office que aglutine estas funciones, se deberá justificar la existencia de unidades alternativas con dichas competencias.



#### GOB.B4. Herramientas de mejora de la coordinación interdepartamental

<b>Responsable</b>	Área de Turismo, , Área de Recursos Humanos y Calidad
<b>Secundario</b>	Gobierno municipal
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se deben impulsar la continuidad de las comisiones permanentes y las mesas monográficas, que son dos herramientas de coordinación interdepartamental útiles.</p> <p>Además, es interesante contar con algunas herramientas que faciliten la coordinación interdepartamental que, si bien se informa que se desarrolla sin problema, debería estar procedimentada.</p> <p>Una herramienta útil son los <b>manuales de funcionamiento interno</b>, aprovechando para delimitar el sistema de gestión (<b>GOB.B1</b>), la estructura organizativa y para delimitar las funciones y responsabilidades de cada una de las personas que conforman el área.</p> <p>Por otro lado es importante contar con un <b>registro documental actualizado</b> y que contenga toda la información relativa a la gestión, que si bien se encuentra digitalmente recogida en la página web de turismo, se recomienda que esta área se alimente con más información y se actualice.</p>	

#### GOB.B5. Plan de formación adaptados a las necesidades del DTI

<b>Responsable</b>	Área de Turismo, , Área de Recursos Humanos y Calidad
<b>Secundario</b>	Gobierno municipal
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Aunque el requisito en materia de formación se cumple de manera satisfactoria, se recomienda tener en cuenta a la hora de elaborar el nuevo <b>Programa de formación</b> que se realicen acciones formativas que garanticen la capacitación para cumplir con los objetivos del DTI en el corto, medio y largo plazo en materia de nuevas tecnologías, accesibilidad universal, sostenibilidad y se aprovechen los círculos de</p>	



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

innovación para aportar al proyecto, tal como se recomendará en cada uno de los ejes.

Se recomiendan especialmente los cursos que organiza la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre “Gobernanza turística para el desarrollo local”; “Estrategia Turística”, “Estrategia y Gestión Sostenible de los Destinos Turísticos”, etc.



### Ámbito C. Gestión transparente, abierta y participativa

Más allá de una buena planificación, para garantizar la calidad ofrecida en servicios e infraestructuras es necesaria una actuación transversal coordinada del ente gestor con otras áreas del Ayuntamiento y otras administraciones. Los requisitos en esta sección se centran en ello y en la política de concertación que garantice el consenso con ciudadanos y sector turístico.

#### Colaboración público privada

El **Foro del Turismo Málaga Ciudad** es el principal órgano de coordinación con el sector privado. Este foro nació en el año 2007 y el están representados todos los agentes que intervienen en el desarrollo turístico de la ciudad, destacando la diversidad en los miembros que lo conforman. Al tratarse de un órgano consultivo carece de estatutos y estructura formal, por lo que su organización es consensuada pero no escrita.

Este órgano se reúne mensualmente, cada vez en una ubicación distinta de la ciudad, potenciando la difusión de nuevos espacios y recursos turísticos que se van incorporando a la oferta del destino. Además, están permanente comunicados a través de herramientas digitales de comunicación instantánea, lo que facilita una actuación conjunta en caso de una incidencia urgente en la ciudad. La organización de las reuniones se realiza por parte del ayuntamiento.

El número de miembros es estático, aunque se ha pensado en incluir nuevos miembros como por ejemplo a algún representante del sector de viviendas con fines turísticos. En ocasiones se invita a expertos para que expongan o expliquen un tema de interés.

El objetivo de este foro es la puesta en común de los proyectos que desarrolla la parte privada y aquellos de los que se encarga la parte pública. Se trata de recopilar ideas o iniciativas para mejorar, se informa a las partes de los procesos que están teniendo lugar en los destinos, se hace una labor también de divulgación y de estudio de las problemáticas del destino. Por ejemplo en lo referido a la tasa turística, se contrató la elaboración por parte externa de un informe explicando las ventajas e inconvenientes de su implantación. Se explicó a todos los miembros las conclusiones y se adoptó una decisión consensuada.



Tanto la organización como el funcionamiento de este órgano se pueden considerar modélico. Tanto es así, que en el año 2016 la propia Organización Mundial del Turismo se interesó por este modelo de gobernanza, solicitando a la ciudad que elaborase un documento base que desarrollara estrategias en materia de colaboración recíproca de destinos urbanos y que sirviera como modelo a implementar en el futuro en otros destinos de España y del mundo.



Organigrama del Foro de Turismo. Elaboración propia a partir de la documentación facilitada

### Participación con entidades de otros niveles territoriales y redes de colaboración

En una actividad tan transversal como la turística, donde convergen diferentes capas de competencias territoriales, es fundamental alinear estrategias para crear el marco más favorable para el desarrollo del sector y maximizar el impacto de las acciones de promoción turística, entre otras, ya sea con otros niveles territoriales (regional, nacional, internacional) u otras entidades en el marco de redes de colaboración.

En el caso de Málaga **existe una excelente representación del destino en redes de colaboración**, todas ellas con objetivos alineados e integrados en la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes, por lo que las actividades promovidas por las mismas contribuirán a alcanzar los objetivos de Málaga como DTI, como son la Federación Española de Municipios y Provincias, Federación Andaluza de Municipios y Provincias, Red Española de Ciudades por el clima, Red de Gobiernos Locales y Biodiversidad, Red Española de Ciudades Saludables, Red de Entidades Locales por la Transparencia y la



Participación Ciudadana, Red de Ciudades Ave, la OMT, Spain Convention Bureau, la asociación congresual ICCA, Red de Ciudades Inteligentes, Red de ciudades por la Bicicleta o la reciente adhesión a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, marco de colaboración del programa de Destinos Inteligentes de la Secretaría de Estado de Turismo.

Otras redes de ciudad en las que participa a través de CIEDES son el CIDEU (Centro Iberoamericano para el desarrollo Estratégico Urbano), AERYC (América y Europa de Ciudades y Regiones) o RADEUT (Red Andaluza para el Desarrollo Estratégico Urbano y Territorial); el diseño y la gestión de proyectos de cooperación internacional y de intercambio de experiencias y buenas prácticas, a través de fondos europeos e internacionales, como Ecos Ouverture; Urb-al, Interreg o Poctefex.

En cuanto a la **integración con otros niveles competenciales** en materia de desarrollo y promoción turística, se reporta una integración total con Turismo y Planificación Costa del Sol, perteneciendo la ciudad de Málaga al Foro de Turismo Costa del Sol y también Turismo Costa del Sol pertenece al Foro de Turismo de la Ciudad de Málaga. También se integran acciones de promoción en los planes operativos anuales que se coordinan desde Turespaña, a través de las Direcciones Generales de Turismo.

A nivel supramunicipal como órgano de coordinación también es importante destacar el **Foro Metropolitano de Alcaldes de Málaga**, herramienta clave para dirigir y velar por el desarrollo sostenible de todo el territorio metropolitano.

### Participación ciudadana

En el ámbito del eje de Gobernanza, se evalúa la prevalencia de una política del destino orientada a maximizar la participación y su contemplación en instrumentos y programas estratégicos. En el marco de otros ejes, como Sostenibilidad y Tecnología, se analizan concretamente aspectos relacionados con sus ámbitos de actuación concreta.

El Ayuntamiento de Málaga tiene un largo historial en lo referente a su apuesta por el impulso, mejora y fortalecimiento de la democracia participativa y los procesos de participación ciudadana en la gestión de los asuntos municipales. Los principales órganos de participación de la ciudad son:



- El **Consejo Social de la Ciudad** es un órgano de consulta, participación y asesoramiento y un foro de diálogo y cauce de participación de los Agentes Económicos, Sociales, Profesionales y Vecinales con el Ayuntamiento. Tiene tres campos de actuación fundamentalmente: el desarrollo económico local, la planificación estratégica de la ciudad y los grandes proyectos urbanos.
- Cuatro consejos sectoriales que actúan en los ámbitos de Participación Ciudadana, Derechos Sociales, Voluntariado e Inmigración, Cooperación y Ayuda al Desarrollo y Salud.
- Consejos Territoriales de Participación, Consejos de Distrito y Comisiones de Trabajo: órganos de gestión descentralizada para impulsar y desarrollar la participación ciudadana en la gestión de los asuntos municipales en cada distrito.

En el plano estratégico cuenta con el **III Plan Marco de Ciudadanía y Convivencia 2016-2019**, elaborado por el Área de Participación Ciudadana, y con uno de los bloques dedicado a la participación ciudadana. Con este Plan general se mantiene el compromiso de hacer de Málaga "un referente" al asumir los retos contemporáneos y adaptarse a la realidad cambiante de la sociedad, desde un modelo de ciudad global. Dentro de las actuaciones previstas, se marcan como objetivos recuperar los presupuestos participativos por barrios y continuar con la plataforma de participación ciudadana **Málaga Contesta**.

En esta plataforma los ciudadanos pueden exponer sus ideas de mejora de la ciudad y someterlas a la opinión y votación del resto de participantes a través de la web [www.malagacontesta.es](http://www.malagacontesta.es). Periódicamente, se organizan concursos para recoger ideas y propuestas sobre temas específicos.



Herramientas desarrolladas. Fuente: Ayuntamiento de Málaga



También cuenta con campañas como **“Siéntete parte de Málaga, ¡participa!”** Que tienen el objetivo de incentivar y animar a la ciudadanía a participar en los asuntos de la ciudad para contribuir a su mejora.

Además, dentro de las actuaciones destinadas a la ciudadanía del **Plan de Acción en Calidad del Ayuntamiento de Málaga**, se identifican diferentes actuaciones como la de trabajar en un nuevo sistema de quejas y sugerencias, si bien el destino ya cuenta con una **comisión de sugerencias y reclamaciones**. Esta comisión tiene reuniones de seguimiento para analizar las quejas y estudiar el tiempo de resolución de cada queja por departamentos.

Para conocer la satisfacción del ciudadano con respecto a los servicios que presta el ayuntamiento se realizan encuestas ómnibus, se realizan acciones de cliente oculto para conocer las posibles deficiencias del servicio y se realizan encuestas enfocadas a cada uno de los servicios.

### Actuaciones planificadas en el bloque de orientación a la ciudadanía

4. Bloque de la orientación ciudadana		
Objetivo estratégico	Actuación	Herramientas
4.1. Atención, participación y comunicación externa	<b>Incidencia ley 39/15 en Atención Ciudadana:</b> adecuación de la atención ciudadana a lo recogida en la ley 39/2015 de Procedimiento Administrativo Común.	
	<b>Despliegue del P-NISA:</b> mejorar la atención ciudadana (presencial, telefónica y telemática) que se presta por parte de los departamentos municipales en la prestación de los servicios, aplicando pautas comunes a toda la organización municipal.	Plan de Normalización Interna de los Servicios de Atención
	<b>Sistemas de Relación de Servicio:</b> mejorar la gestión a nivel corporativo y de cada departamento de las quejas y sugerencias, escritos, preguntas de la ciudadanía, incidencias en la vía pública, reduciendo los tiempos de respuesta y tomando las medidas correctoras que se estimen necesarias.	Sistemas de Relación de Servicio
	<b>Gestión de Grupos de Interés:</b> conocer los grupos de interés para poder dialogar con ellos en todo lo relacionado con los que les afecte en los servicios del departamento.	Protocolo de Grupos de Interés
	<b>Evaluación de la percepción y expectativas:</b> conocer la percepción que tienen las personas usuarias de los servicios prestados y la expectativas antes de prestar el servicio, lo que permite conocer el grado de satisfacción de éstas.	SES
4.2. Gobernanza y administración relacional y participación	<b>Comunicación Externa de Servicios:</b> seguir las pautas para establecer una buena comunicación externa sobre las actividades y servicios prestados a la ciudadanía.	Protocolo de Comunicación Externa
	<b>Buen Gobierno:</b> puesta en marcha de todos los mecanismos necesarios para el despliegue de la ley de transparencia para un buen gobierno.	Ley de Transparencia OBAC
	<b>Evaluación de Políticas Públicas e Impacto:</b> evaluar las actuaciones encaminadas a conocer la consecución de las políticas públicas de la que es responsable.	Protocolo de evaluación del impacto
	<b>Buenas Prácticas de Servicio:</b> puesta en marcha de buenas prácticas en la prestación de los servicios municipales y de los empleados que los prestan.	Código de Buenas Prácticas en los Servicios
	<b>Participación Ciudadana:</b> poner en marcha a nivel interno de actuaciones en caminadas a mejorar la participación ciudadana en el diseño, desarrollo y puesta en marcha de los proyectos, servicios y actuaciones de los departamentos.	Protocolo de Participación Ciudadana Departamental

Fuente: Plan de Acción en Calidad (PAC - MIDO2016 - 19)

Por otra parte, es importante destacar la importancia de las **campañas de sensibilización relacionadas con el turismo y dirigidas al ciudadano, que si bien estaban planificadas**, como la campaña “Vuelven por ti”, finalmente no se han llevado a cabo.



Con motivo del Día Mundial del Turismo el destino realiza diferentes acciones dirigidas a la ciudadanía de Málaga con el objeto de sensibilizar sobre la importancia y el impacto económico del turismo en la ciudad.

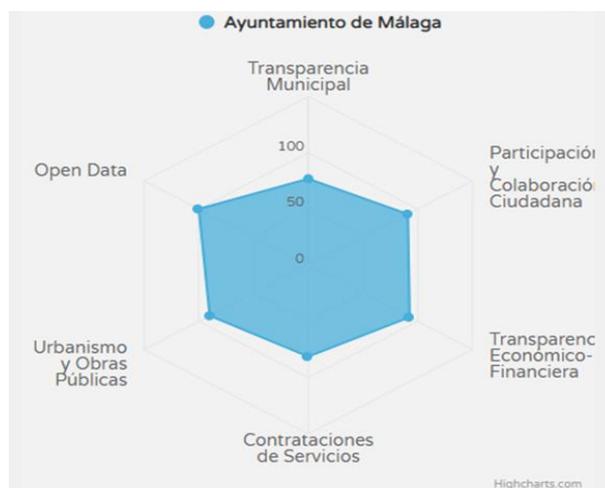
Así, se puede concluir que en el eje de Gobernanza, **el cumplimiento del requisito es muy satisfactorio** en tanto que el Ayuntamiento pone a disposición de los ciudadanos un amplio abanico de recursos para fomentar la participación; el reto está en maximizarla y lograr la implicación de la ciudadanía en los procesos de elaboración de la estrategia turística.

### Transparencia

El nivel de transparencia del ayuntamiento es elevado y **el grado de cumplimiento de estos requisitos dentro de la metodología DTI es muy satisfactorio**. Cuentan con el [portal de transparencia](#) requerido con información estructurada en 7 apartados en el que se recoge la información institucional y organizativa de la ciudad, información sobre altos cargos, planificación y evaluación, información de relevancia jurídica, procedimientos y cartas de servicio de participación ciudadana, contratos convenios y subvenciones e información económica financiera y presupuestaria.

A la luz de los datos publicados por [DYNTRA](#), plataforma de medición y gestión del gobierno abierto en las organizaciones y para la Sociedad Civil, otorga a Málaga una puntuación de 81% de cumplimiento en su índice de transparencia en relación al nivel de transparencia del Gobierno municipal.

### Índice de Transparencia DYNTRA para el Ayuntamiento de Málaga



Fuente: página web DYNTRA, Índice de Transparencia Dinámico



En relación al [Portal de Datos Abiertos](#), este ofrece actualmente más de 889 conjuntos de datos sobre el Ayuntamiento de Málaga. Es importante destacar que se encuentra información en distintos formatos y actualizada, y que se ha trabajado mucho en la visualización de los mismos, contando ahora mismo además de con el portal de datos abiertos, con Geoportal, el cuadro de mandos para la ciudadanía y el [cuadro de mandos personalizado](#).

### **Comunicación**

En esta categoría se abordan las diferentes formas de comunicación existentes entre el Ayuntamiento y los ciudadanos y turistas.

Entre los canales de comunicación en este sentido se destacan los medios online (portal web de turismo, redes sociales), soportes físicos (folletos, mapas...) y las propias Oficinas de Turismo.

Los **medios online** se analizan oportunamente en el eje de tecnología, siendo objeto de análisis en el ámbito de gobernanza algunos aspectos formales y comunicativos.

En este sentido, cabe destacar que el ayuntamiento cuenta con un negociado de redes sociales y que se elaboran guías de redes sociales corporativas del Ayuntamiento para proceder al trabajo. Además, y según datos del Área de turismo, “la ciudad de Málaga se ha consolidado como uno de los destinos turísticos españoles más populares en redes sociales”, contando con el segundo perfil de Facebook con más seguidores, solo por detrás de Madrid.

### **Plan de comunicación**

En todo momento la comunicación del Área de Turismo está alineada con las estrategias generales de comunicación del Ayuntamiento de Málaga.

Si bien no existe un documento específico como plan de comunicación del destino, esta función si se realiza y está coordinada desde la Sección de Marketing y Desarrollo Turístico y por el propio Servicio de Turismo, y siempre con el visto bueno de la Delegación. El plan se diseña internamente por el Área y se ejecuta por una empresa de servicio especializada, pero es conveniente que se materialice en un documento que recoja las acciones en este sentido.



### Oficinas de turismo

La ciudad cuenta los siguientes puntos de información localizados en zonas emblemáticas de tránsito turístico:

- Oficina de turismo – plaza de la marina: horario ininterrumpido
- Punto de información turística – Alcazaba: horario de mañana y tarde, con descanso para comer
- Punto de información turística – Ben Gabirol: abierto solo por las mañanas
- Servicio de información turística mediante la modalidad de “hospitality”: por necesidad del servicio

La oficina central está situada en pleno Centro Histórico y en ella se encuentra la sede del Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE), al que se puede dirigir un turista si ha sufrido algún extravío de documentación o algún otro percance.



*Fuente: portal turístico Málaga Turismo*

El Servicio de información turística mediante la modalidad de “hospitality presta el servicio en los congresos y encuentros profesionales, grandes eventos con la presencia de la unidad móvil y a bordo de los cruceros.

Por todo ello, se puede concluir que **las necesidades de información turística están muy bien cubiertas, en cuanto a ubicación por zonas de afluencia turística.**

La atención de las oficinas se realiza gracias al personal subcontratado y el refuerzo por parte de convenios de colaboración para la realización de prácticas de formación de alumnos de la UMA.



Actualmente hay 13 profesionales cuya **capacitación es alta**. El perfil se determina en el pliego de condiciones técnicas y de forma general se solicita que, al menos, tenga módulo superior en la rama de turismo, así como nivel B2 o equivalente de inglés y conocimientos de un tercer idioma.

Se cuenta con un manual de bienvenida para los informadores de nueva incorporación y un manual de atención al público. Además, de acuerdo a la información obtenida de las entrevistas realizadas, en todo momento hay un empleado público que coordina el servicio, de manera que, entre otras funciones tiene la de sensibilizar sobre la importancia de una buena información al turista, así como de vigilar que se realiza correctamente.

De acuerdo con los pliegos de contratación del servicio, los informadores debe **recibir formación** en temas de turismo sostenible, además de 10 horas de formación relativa al conocimiento de los procedimientos y protocolos que rigen el funcionamiento de las oficinas y 20 horas sobre la oferta y recursos turísticos de la Ciudad de Málaga.

Las condiciones de accesibilidad y dotación tecnológica de las oficinas se analizan en los respectivos apartados de accesibilidad y tecnología, así como determinadas recomendaciones en el ámbito de la sostenibilidad, recogidas en esa sección.

Por último, cabe destacar el servicio de Atención al Turista Extranjero, que está atendido por un Policía Nacional y un Policía Local en turnos de mañana y tardes. Estos policías tienen conocimientos en idiomas y han recibido información específica sobre los procedimientos. En este punto además se pueden recoger denuncias de personas extranjeras que haya tenido alguno problema.

### **Folletería y material gráfico**

Uno de los ámbitos de trabajo del **plan de marketing de 2019** es el material gráfico, la mejora de la señalética y la mejora de la imagen de marca en folletos. Concretamente en este sentido, en el año 2019 se actualiza el material y documentación de información, adaptando los folletos a los últimos cambios e incorporaciones de la oferta turística. Asimismo, se renueva el material publicitario que edita el Área de Turismo buscando una homogeneización entre los distintos soportes, así como en otros formatos de comunicación, tanto en los dirigidos a público final como en los dirigidos hacia el sector profesional.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

En cualquier caso, en las entrevistas realizadas se informa de que las actualizaciones de material gráfico se realizan cuando se produce algún cambio, con la frecuencia necesaria.

Con respecto a los folletos digitales, se encuentran a disposición del turista en una sección de descarga del Portal de Turismo “Multimedia”, junto con mapas, fotos 360, galería de fotos y videos, un repositorio de aplicaciones móviles, audio guías y postales interactivas. Están disponibles en otros idiomas, con diferentes materiales informativos sobre la oferta turística del destino, con atributos homogéneos y alineados con las estrategias de marketing.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

Las recomendaciones de este ámbito están sujetas a la visita de auditoría al destino: Oficinas de turismo, materiales promocionales e información al turista.

### GOB.C1. Redacción del Plan de comunicación del destino teniendo en cuenta los ejes DTI

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Sección de Marketing y Desarrollo Turístico
<b>Prioridad</b>	Media

Se debe contar con un plan de comunicación que documente cómo se organiza la comunicación anualmente, los contenidos informativos a publicar, calendarizados y por soporte. El plan deberá contemplar elementos clave de un DTI y comunicar los esfuerzos realizados en cada uno de los ejes, notablemente los esfuerzos en materia de sostenibilidad exigibles y el refuerzo de la comunicación accesible.

Se recomienda dar visibilidad al proyecto DTI y publicarlo en la web turismo, en una sección propia para el DTI. Un ejemplo es [sección online Smart Destination de Benidorm](#), municipio certificado bajo la norma UNE178501.

Se propone redactar también un plan de comunicación anual sobre las actuaciones que ha llevado FYCMA, el grado de cumplimiento de objetivos y resultados, estableciendo indicadores de medición y resultados

Esta recomendación está directamente relacionada con la **GOB.A6 Elaboración de un nuevo plan de marketing.**

### GOB.C2. Impulso a la participación ciudadana en estrategia turística

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Participación ciudadana, Fundación CIEDES, ciudadanía



<b>Prioridad</b>	Alta
<p>La gestión pública ya no se entiende sin la participación de los ciudadanos, que si bien desde Fundación CIEDES tienen muy en cuenta para la elaboración de la estrategia de ciudad, no se detecta que se realice de la misma manera para la planificación turística.</p> <p>Por lo tanto, el ente gestor deberá buscar fórmulas que permitan la participación de representantes de los ciudadanos, haciéndoles partícipes de aquellas decisiones que tienen incidencia directa en su día a día.</p> <p>Se recomienda que el destino disponga de un programa para fomentar y facilitar la participación pública en la planificación turística y en el proceso de toma de decisiones, que se establezcan métodos de participación de la ciudadanía en los procesos de planificación relacionados con el turismo (más allá de los presupuestos participativos) y la toma de decisiones de manera continua. El primer paso, será seleccionar aquellos agentes representativos de la mano del Servicio de participación ciudadana para, posteriormente, invitarles a incorporarse a alguna de las Mesa de trabajo.</p>	

### GOB.C3. Impulso a programas de sensibilización sobre la importancia del turismo para la ciudadanía

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Participación ciudadana, Fundación CIEDES, ciudadanía
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Dentro de los objetivos del Plan del Equipo de Gobierno está incluido un plan de sensibilización sobre la importancia del turismo en la ciudad. También se diseñaron algunas campañas que si bien eran adecuadas, no se llevaron a cabo, como la acción. Es importante realizar campañas o acciones de sensibilización que permitan a la ciudadanía una mejor comprensión de los retos y oportunidades del turismo.</p>	



## Ámbito D. Gestión responsable y controlada

Se valora en este ámbito la gestión del conocimiento, las herramientas y la medición de resultados de planes y programas, así como la gestión de seguridad y calidad del servicio. El análisis técnico de los sistemas como tales, se analiza en la sección de tecnología.

### Monitorización

Tal y como se analizaba en el ámbito A, visión estratégica, el Ayuntamiento de Málaga ha sido y es muy prolífico en la producción de herramientas de planificación estratégica de gran utilidad.

En lo relativo a la monitorización, el Área de Alcaldía en colaboración con el Servicio de Calidad del Ayuntamiento de Málaga, ha desarrollado un [Cuadro de Mando Integral](#) a través de un sistema de indicadores (SIG), donde se plasman los datos obtenidos **relativos a servicios municipales**, las cifras, el análisis que se lleva a cabo de los indicadores y el estudio de nuevos objetivos o acciones de mejora.

Sin embargo, el seguimiento y medición de la ejecución de los documentos estratégicos de turismo, se realiza únicamente cuando finaliza el plan o en los debates de los resultados en el Foro de Turismo.

Será importante **garantizar el correcto seguimiento de planes y programas clave**, para impulsar su ejecución y reportar sistemáticamente al sector, otras áreas de gestión, medios de comunicación y la propia ciudadanía. Además, sería importante desarrollar herramientas para la medición del grado de participación del sector privado y la ciudadanía.

### Seguridad

En cuanto a los **sistemas de gestión de riesgos**, tal y como se detalla más ampliamente en la sección correspondiente del eje de Sostenibilidad, Málaga destaca por su seguridad, no sólo en sus índices, sino también por la coordinación de las actuaciones entre áreas.



Destaca la coordinación de eventos culturales y otros de elevada afluencia turística, en cuanto a su previsión y colaboración, tanto antes como durante la celebración de los mismos,

Málaga cuenta con plan de seguridad y la presencia del SATE en la Oficina de Turismo principal de la Plaza de la Marina hace que la coordinación sea diaria. A nivel general, al menos, una vez al año se realiza reuniones de coordinación con la Policía Nacional, mientras que con la Policía Local la coordinación es continua, dada la cercanía. Esta coordinación en todo caso se realiza de manera informal, sin procedimientos o herramientas que ayuden a la estandarización del proceso.

Con la norma ISO 2015 se realiza una evaluación de riesgos, en qué medida afecta, se cuantifican esos riesgos y se identifican a nivel de Área.

### **Calidad**

Málaga trabaja la calidad desde una perspectiva adecuada. Dentro del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad, existe una Jefatura de Negociado específica de Calidad, entre cuyas funciones está la gestión del SICTED: Desarrollo e implantación del Sistema Integral de Calidad Turística Española en el Destino Málaga Ciudad. Sus funciones son:

- Sensibilización, captación y adhesiones de empresas y servicios del sector turístico en la ciudad.
- Asistencia técnica a establecimientos adheridos.
- Gestión de las distinciones de reconocimiento a las empresas certificadas.

Actualmente existen más de 172 empresas malagueñas adheridas al SICTED. Por otra parte, el destino ha sido distinguido con la Marca “Q” de Calidad en cinco playas (La Misericordia, El Dedo, Pedregalejo, El Palo y Malagueta-La Caleta, renovando así una distinción en el año 2019 que llevan obteniendo desde 2006 algunas de estas playas.

### **Gestión del conocimiento**

En el eje de Gobernanza se analiza la importancia estratégica que tiene la gestión de la información y el conocimiento sobre la actividad turística, el análisis permanente y sistemático y la comunicación, interna y externa, de los resultados analizados.



Con respecto a los datos relativos a la ciudad, Fundación CIEDES cuenta con un observatorio turístico que produce boletines de economía y sociedad y un apartado de “Málaga en cifras” con diferentes indicadores que se actualizan cuatrimestralmente.

La información disponible sobre la actividad turística en Málaga procede de las encuestas que realiza el INE para puntos turísticos sobre oferta y demanda, encuestas realizadas en oficinas de turismo y el Observatorio Turístico de Málaga.

El **Observatorio Turístico de la ciudad de Málaga** es una iniciativa que el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y la Universidad de Málaga ponen en marcha en el año 2008. Se trata de una herramienta estadística de recopilación y generación de información sobre la actividad turística de la ciudad, que permite disponer de datos sistematizados, ordenados y actualizados de la misma, lo cual supone una ventaja competitiva de gran valor.

Mediante el informe Anual del Observatorio Turístico se realiza un estudio detallado encaminado a conocer el **perfil turístico del visitante y excursionista** que acude a la ciudad de Málaga. Este informe también muestra el comportamiento del turismo en la ciudad de Málaga conforme a la **coyuntura turística** hotelera y viajeros alojados en establecimientos reglados. Así se obtienen los **resultados del sector** analizando el comportamiento de los indicadores turísticos más relevantes y se conoce la evolución coyuntural y variación interanual.

También se analizan datos de demanda directa que se estudian en función de la demanda planteada en las Oficinas de Información (tanto presencial como telemáticamente). De acuerdo con la información recibida en las entrevistas, en el destino también se analizan los datos que otras entidades como Turismo Costa del Sol, Turismo Andaluz o Turespaña van publicando. Igualmente se analizan otras entidades como los datos de la CEHAT o los propios de la OMT.

Por otra parte, el observatorio de manera puntual realiza informes de impacto de algún evento como la feria **para conocer la contribución económica del turismo al destino**, en función de la necesidad y de la dotación presupuestaria. El último que se realizó fue el de impacto de turismo de la Navidad 18/19. También se realizan algunos informes ad hoc (congresos, ciudad de los muros). Es importante destacar que los informes y estudios que se realizan en el seno de observatorio **actualmente se están publicando** en un [espacio reservado](#) para profesionales en la página web y también se pone en conocimiento y a debate en el Foro de Turismo. En cualquier caso, no se



muestran de una forma visualmente sencilla, lo cual puede suponer una línea de trabajo futura.

Actualmente el destino está inmerso en el proceso de adhesión a la **Red INSTO de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT**. Fundación CIEDES participa en la presentación de la candidatura y se está elaborando el estudio preliminar, pero la pretensión es poder presentar la candidatura antes de final de año 2020.

Será muy interesante formar parte de esta red de la que por el momento en España solo Navarra es miembro. “La [Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible \(INSTO\)](#) de la OMT tiene como principal objetivo apoyar la mejora continua de la sostenibilidad y la capacidad de recuperación en el sector turístico mediante un seguimiento sistemático, oportuno y regular del desempeño del turismo a nivel local. Existen 40 áreas de insatisfacción (se identifican más de 500 indicadores) clave publicadas en el documento de la OMT titulado “[Indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos: Guía Práctica](#)”. Las nueve áreas de insatisfacción de obligada supervisión son:

- Satisfacción local con el turismo
- Beneficios económicos del destino
- Empleo
- Estacionalidad del turismo
- Gestión energética
- Gestión de los recursos hídricos
- Gestión de las aguas residuales (alcantarillado)
- Gestión de residuos sólidos
- Administración

Esta red conecta destinos comprometidos en todo el mundo, ayudándoles a intercambiar y mejorar el conocimiento y la comprensión de las actividades de monitoreo en todo el destino y la gestión responsable del turismo.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### GOB.D1. Establecimiento de sistemas de medición de los objetivos planteados en el plan estratégico de turismo

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se recomienda sistematizar los procesos de seguimiento de los diferentes documentos estratégicos responsabilidad del área de turismo, teniendo como línea de trabajo el sistema de medición de los objetivos del ayuntamiento.</p>	

### GOB.D2. Elaboración de un mapa con nuevas fuentes y necesidades de información en turismo

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se recomienda crear un mapa donde se identifiquen necesidades de información y las fuentes disponibles en la actualidad y las necesarias para cubrir los huecos de información.</p> <p>También se propone identificar <b>otras fuentes de datos que puedan ser útiles para la toma de decisiones en turismo y</b> que el destino ya esté generando, pero que todavía no se hayan identificado como información útil. Una vez identificadas, deberán priorizarse, con una visión de medio/largo plazo, bajo una perspectiva de sostenibilidad que garantice la viabilidad y mantenimiento de las fuentes de datos incluidas, así como su solidez, para analizar evolución sobre históricos continuados o establecer modelos prospectivos.</p> <p>Se recomienda además trabajar para conseguir <b>una comunicación sistemática y</b></p>	



**permanente:** la producción de informes sobre la evolución de la actividad turística debe ser permanente, seleccionando diferentes soportes y medios de comunicación. Deberán diseñarse modelos de informes con datos básicos de evolución y otros más específicos, en función del destinatario (interno, medios de comunicación o miembros del Foro de Turismo).

Este sería uno de los primeros pasos para comenzar a desarrollar el Sistema de Inteligencia Turística (SIT), planteado en el plan estratégico que comenzará en 2021.

### GOB.D3. Desarrollo de un CRM

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de digitalización
<b>Prioridad</b>	Media

Para la realización de una adecuada estrategia de promoción turística en el destino, se hace necesario el seguimiento de los clientes y su correspondiente segmentación. Para ello, se puede recurrir a fórmulas innovadoras para la gestión de la clientela como puede ser un sistema de gestión de clientes del tipo CRM que permita lanzar campañas de marketing directo, realizar encuestas de satisfacción e ir enriqueciendo las bases de datos.

Será recomendable formar a todo el equipo del ente gestor en su uso y poner a su disposición los manuales que permitan explotar al máximo esta herramienta.

### GOB.D4. Actualización periódica de indicadores relevantes de turismo y de los informes elaborados por el Observatorio de Turismo

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Observatorio Turístico de Málaga
<b>Prioridad</b>	Alta

Se ha encontrado que a la hora de consultar datos de turismo en la ciudad de



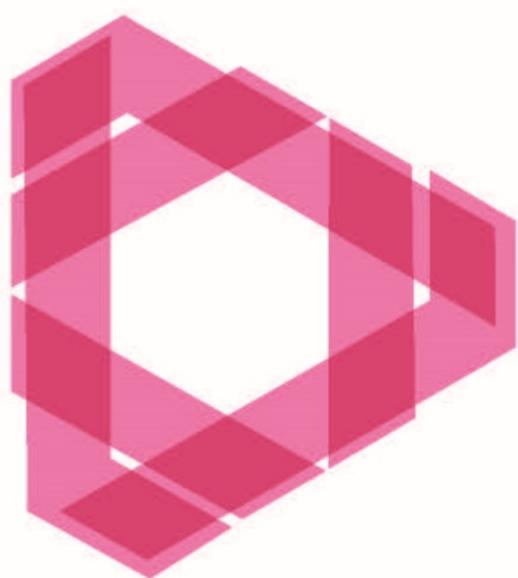
Málaga, estos están desactualizados. Otros datos por el contrario, no se están explotando y pueden resultar de suma importancia para la toma de decisiones rápida y eficaz.

Se propone integrar en la web de turismo la sección de “Málaga en cifras”, realizar una explotación simplificada de los datos que proporciona el INE a nivel de punto turístico para Málaga, así como actualizar los informes de coyuntura anuales del observatorio. Además sería interesante que los informes de impacto que se realizan de los eventos se planifiquen y se comunique que estudio se realizará anualmente, consensuando su enfoque en el seno del Foro de Turismo.

Por otra parte, sería interesante que en la zona profesional de la página web se diese acceso a los informes elaborados por las oficinas de turismo y cualquier otro informe que pueda resultar interesante para el profesional de turismo.

Por último, se recomienda elaborar un cuadro de mando que se actualice mensualmente donde se puedan consultar indicadores de oferta y demanda y que se presenten estos datos de forma sencilla y visual, como el volumen de pasajeros por medio de transporte, el número de turistas por tipo de alojamiento, el número de pernoctaciones, datos de empleo en actividades turísticas, datos de la evolución del número de alojamientos y su clasificación, etc.

Además, será necesario buscar el apoyo y centralizar la documentación de organismos que trabajan con datos provinciales y que pueden resultar útiles para el sector, como por ejemplo el [Observatorio de Costa del Sol](#).



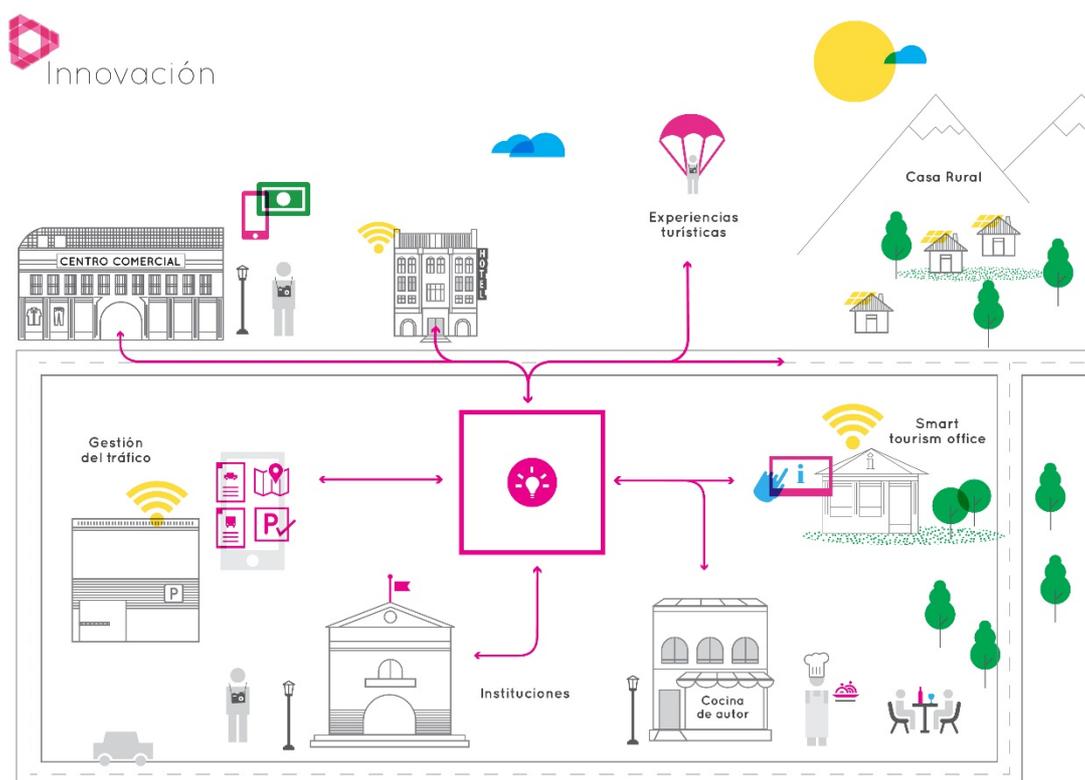
**INNOVACIÓN**



### 4.2. INNOVACIÓN

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

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





#### 4.2.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de innovación

En este eje se evalúa el desempeño innovador del destino en términos de procesos de gestión interna, producto y servicios turísticos, comercialización y marketing y, por último, la innovación aplicada a la capacitación. El objetivo es integrar el concepto 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.

##### Ámbitos de análisis de la innovación.



*Fuente: elaboración propia por SEGITTUR*

A continuación, se realiza un análisis de los requisitos por ámbitos. Dentro de cada uno de ellos, las conclusiones se presentan agrupadas por categorías para conseguir una mayor coherencia en el análisis y con el objetivo de trasladar mejor las valoraciones.

**El grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el **eje de innovación en Málaga se sitúa en el 93,3%**. El destino muestra elevado interés e inquietud por la innovación. A pesar del alto nivel de cumplimiento demostrado, cuenta con cierto margen de mejora en alguno de los ámbitos.

Se recomienda un aumento de presupuesto para el Área de Innovación y Digitalización Urbana, para un mayor trabajo en temática de innovación, con el fin de abordar estos



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

procesos el destino con ánimo de convertirlo en DTI. La disponibilidad de recursos y su organización permitirá al destino completar los requisitos necesarios para llegar a conformarse un DTI en todo sentido, trabajando la inteligencia turística desde la base.

Resulta básico realizar un trabajo para la correcta gestión de la innovación y su seguimiento, el fomento de la innovación social y reforzar la formación en temas de innovación, especialmente aquella orientada al sector privado (turístico).

El 80% de los requisitos se encuentran evaluados califican en su mayor grado de consecución. No existen requisitos sin definir o únicamente establecidos, todos ellos se encuentran planificados o integrados en la estrategia municipal.

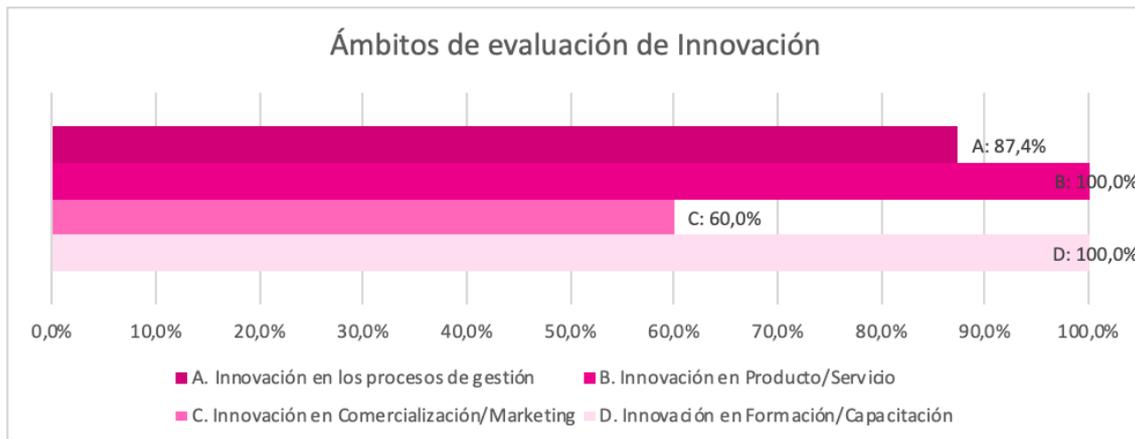


Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

Por lo que respecta a los ámbitos de evaluación, aquel donde el destino muestra más debilidad es el correspondiente a la **innovación en comercialización y marketing**, donde se logra tan solo un 60% de cumplimiento, respecto a los otros ámbitos donde sí tiene un elevado grado de consecución. En el otro lado, se sitúa los ámbitos de la **innovación en formación y capacitación e innovación en producto** que presentan un 100% de cumplimiento, siendo los ámbitos en el que más trabajo tienen desarrollado en innovación y situándose por encima del 80% de consecución de indicadores, superando el umbral mínimo para considerarse un DTI. Así mismo, cabe destacar con



un grado de cumplimiento elevado del 87,4%, el ámbito de la innovación **en procesos de gestión**.



Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

A continuación, se realiza un análisis de los requisitos por ámbitos. Dentro de cada uno de ellos, las conclusiones se presentan agrupadas por categorías para conseguir una mayor coherencia en el diagnóstico, únicamente con el objetivo de trasladar mejor las valoraciones.

### 4.2.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

#### Ámbito A. Innovación en los procesos de gestión del destino

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

En ese sentido, es necesario tener un órgano impulsor y de fomento de esa nueva cultura organizativa que plantee las herramientas con las que conseguir la introducción de la innovación, además de la capacitación necesaria para detectar las necesidades y ser capaces de coordinarse con el sector privado. Estos son requisitos que se analizan a continuación, junto con la planificación de todo ese proceso.

#### Gestión de la innovación



La ciudad de Málaga ha demostrado durante más de dos décadas su firme compromiso con la innovación. En el año 2003 comenzó su proceso de conversión en Smart City con la implantación de la tarjeta NFC para el pago en los autobuses de la EMT.

En el año 2007 se creó la concejalía de Innovación y Nuevas Tecnologías que asumió desde ese momento, el grueso de la gestión de la innovación tecnológica en la ciudad. En ese mismo año entró en vigor el II Plan Estratégico de Málaga como principal herramienta de gestión de la innovación y desarrollo de la ciudad y que contemplaba entre otros el Proyecto *Smartcity Málaga*.

Principalmente enfocado hacia la eficiencia energética, el proyecto *Smartcity Málaga* contó con un presupuesto de 31 millones de euros con financiación del CDTI y liderado por Endesa, fue reconocido como uno de los mayores proyectos en el campo de las Smart Grids por conseguir la integración de las fuentes renovables (fotovoltaica y microgeneración eólica) de energía en la red eléctrica.

Actualmente está en vigor el *Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2022, Málaga Smart* como herramienta principal de gestión.

Así mismo, Málaga participa, junto con otros municipios malagueños en el proyecto *Smart Costa del Sol*, perteneciente a la convocatoria Ciudades Inteligentes/Islands Inteligentes de Red.es. Las actuaciones del Smart Costa del Sol que pertenecen a la ciudad de Málaga están recogidas en el *Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2022, Málaga Smart*.

La apuesta por la innovación del Ayuntamiento queda patente una vez más por su promoción activa de numerosos eventos de este ámbito que se realizan en el municipio, tales como jornadas, conferencias y congresos que se desarrollan en el [Palacio de Ferias y Congresos](#):

- [Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana Greencities](#)
- [Transfiere, Foro Europeo para la Ciencia, Tecnología e Innovación](#)
- [S-moving: Smart Autonomous and Unmanned Vehicles Forum](#)
- [Startup Europe's Smart Agrifood Summit](#)

El Área de Innovación y Digitalización Urbana es responsable de las políticas de innovación y tecnología del destino. Para desarrollar su trabajo se apoya en organismos del Área como son:

- [CEMI](#) (Centro Municipal de Informática)



- [POLO DIGITAL](#)
- [OMAU](#) (Observatorio de Medio Ambiente Urbano)

Por lo que respecta a los recursos económicos, estos quedan distribuidos como sigue:

Área de Innovación	3.237.775 euros
CEMI	12.191.547 euros
Polo Digital	239.232 euros
OMAU	616.050 euros
Total	16.284.604 euros

Respecto al presupuesto total de Ayuntamiento, de 845.741.715 euros, supone 1,92%, por lo que queda por debajo del 3% que se considera deseable.

En cuanto a las funciones que desempeña, según la Resolución de Alcaldía de fecha 17 de junio de 2019 el Área de Innovación y Digitalización Urbana tiene encomendadas las siguientes:

- Alineación de los trabajos de la organización municipal al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Impulso Exposición Internacional sobre Innovación y ODS en 2026.
- Sistemas Inteligentes de Gestión.
- Digitalización de servicios.
- Instalación de generación renovable.
- Infraestructuras de recarga de movilidad eléctrica.
- Promoción del Autoconsumo.
- Implantación de medidas destinadas a evaluar y mejorar la situación energética y Medioambiental de la Ciudad.
- Modernización tecnológica en TIC,s del Ayuntamiento.
- Información, difusión y formación al ciudadano en nuevas tecnologías TIC,s.
- Incorporación a las grandes redes mundiales del conocimiento y las tecnologías.
- Despliegue de redes de Telecomunicaciones en el municipio.



- Coordinación y prescripción tecnológica en materia de sistemas de información y comunicaciones para el Ayuntamiento, sus Organismos y Empresas.
- Preparación de proyectos y pliegos de servicios o productos tecnológicos para despliegue de las TIC,s.
- Planificación e implementación de nuevos servicios de voz y datos en nuevas dependencias municipales.
- Desarrollo, gestión y control de los servicios de Radiodifusión propios del Ayuntamiento de Málaga.
- Coordinación y control de las instalaciones y servicios de telecomunicación en régimen de autoprestación del Ayuntamiento de Málaga.
- Desarrollo, gestión, control y mantenimiento de los servicios y redes de telecomunicaciones.
- Fomento de la Educación en Programación y Robótica.
- Coordinación con el Servicios de Programas Europeos para la captación de fondos europeos.
- Observatorio de Medio Ambiente Urbano. Búsqueda de Fondos H2020.
- Ejercer la tutela sobre el Organismo Autónomo [Centro Municipal de Informática](#) (CEMI).
- Ejercer las funciones propias del Excmo. Ayuntamiento en el Parque Tecnológico de Málaga, S.A. y en la Fundación COTEC.

Por lo que respecta a la actividad legisladora, el Área manifiesta que existe normativa específica en materia de I+D+i asociada a las materias concretas de cada proyecto. Se adaptan sus contratos a criterios innovadores. Dado que el Área de Contratación y Compras sigue los criterios tanto Estatales como de la Unión Europea en materia de Contratación, tiene en cuenta el Decálogo de Buenas Prácticas elaborado por La Unión Europea para llevar a cabo con éxito un procedimiento de contratación pública de innovación (CPI) y las especificidades propias de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/ UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

Por lo que respecta a la colaboración con entidades educativas, el Ayuntamiento tiene suscritos convenios de colaboración con la Universidad de Málaga y diversos centros de innovación, por ejemplo:



- Convenio de 2009 para la cooperación en Proyectos sobre tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
- Convenio de 2014 para la realización de prácticas de estudiantes universitarios.
- Convenio marco de 2016 para el desarrollo de programas conjuntos.

### Herramientas de Gestión de la innovación. Planificación

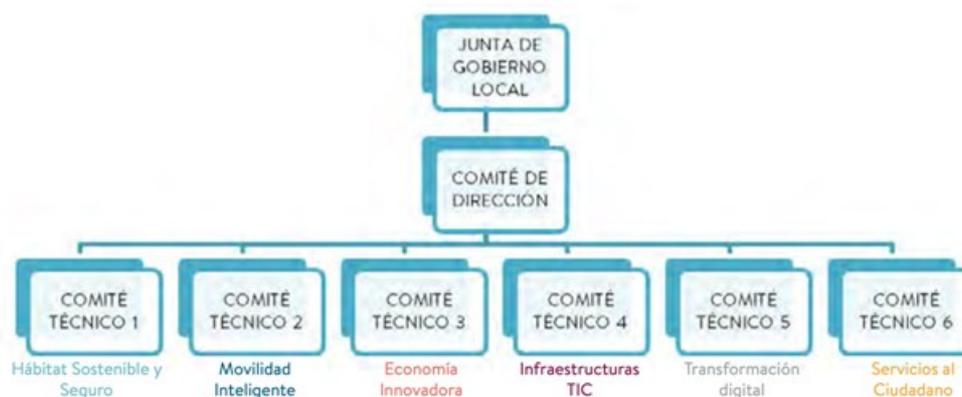
La principal herramienta de gestión y planificación de la innovación con que cuenta el Ayuntamiento es el *Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2022, Málaga Smart*, (en adelante *Plan Málaga Smart*).

En *Málaga Smart* se definen 6 ejes estratégicos:

- Eje 1. HÁBITAT SOSTENIBLE Y SEGURO
- Eje 2. MOVILIDAD INTELIGENTE
- Eje 3. ECONOMÍA INNOVADORA
- Eje 4. INFRAESTRUCTURAS TIC
- Eje 5. TRANSFORMACIÓN DIGITAL
- Eje 6. SERVICIOS AL CIUDADANO

Cada eje se divide en líneas de actuación y estas en programas de trabajo, que se concretan en proyectos. Estos proyectos están definidos en cuanto alcance, presupuesto y horizonte temporal en la sección Plan de acción.

*Málaga Smart* dota instrumentos de gestión en el Plan de Gestión, en el que se define la estructura del comité de seguimiento de del Plan:



Fuente: Plan Málaga Smart

### Herramientas de Gestión de la innovación. Vigilancia tecnológica



La ciudad de Málaga impulsa y fomenta la cultura innovadora en la organización y se apoya en la innovación para dar solución a los problemas del destino y para aprovechar sus oportunidades, pero no tiene un sistema de vigilancia tecnológica identificado o establecido.

Como herramientas para gestionar y compartir innovación entre municipios, está en desarrollo el proyecto *Smart Costa del Sol* (proyecto de *Red.es*) en el participa Málaga.

El proyecto *Smart Costa del Sol* nace en el año 2015 y, por su objetivo inicial, es una iniciativa pionera en el entorno de las ciudades inteligente: impulsar un modelo de territorio inteligente supramunicipal, para potenciar su desarrollo turístico mediante el uso de herramientas tecnológicas. En el proyecto participan quince municipios de la provincia de Málaga: Alhaurín de la Torre, Antequera, Benalmádena, Estepona, Fuengirola, **Málaga**, Marbella, Benahavís, Algarrobo, Mijas, Nerja, Rincón de la Victoria, Ronda, Torremolinos y Vélez-Málaga.

El proyecto cuenta con un presupuesto de 5.231.284 euros y lo conforman quince componentes:

- COMPONENTE 1: PLATAFORMA SMART, BI Y CUADRO DE MANDO
- COMPONENTE 2: PORTAL DE DATOS ABIERTOS
- COMPONENTE 3: GESTION INTELIGENTE DEL RIEGO
- COMPONENTE 4: SENSORIZACIÓN DE ESPACIOS MEDIOAMBIENTALES
- COMPONENTE 5: APARCAMIENTO INTELIGENTE
- COMPONENTE 6: ALUMBRADO PÚBLICO INTELIGENTE
- COMPONENTE 7: EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS
- COMPONENTE 8: CONTROL DE AFLUENCIA
- COMPONENTE 9: BIG DATA TURÍSTICO
- COMPONENTE 10: SISTEMA DE CAPACITACIÓN E-LEARNING
- COMPONENTE 11: PORTAL WEB SMART COSTA DEL SOL
- COMPONENTE 12: APP SMART COSTA DEL SOL
- COMPONENTE 13: ESPACIOS “FLAG-SHIP”
- COMPONENTE 14: WIFI SOCIAL
- COMPONENTE 15: BEACONS



Estas componentes se concretan en proyectos en Málaga que tienen reflejo en el Plan *Málaga Smart* y que se analizan con más detalle en el eje de Tecnología:

- 3.3.1.C. Control de Afluencia
- 3.3.1.D. Información sobre Espacios Medioambientales
- 3.3.1.E. Big Data
- 3.3.1.F. Portal web
- 3.3.1.G. APP
- 3.3.1.H. Oficina Flag Ship

Por lo que respecta al impulso a la creatividad y a la reflexión sobre nuevas ideas, el [POLO DIGITAL](#) organiza en el destino diversos eventos como hackatones y networkings en el marco de los congresos.



Fuente: [POLO DIGITAL](#)

La plataforma [M-Vial](#) es una herramienta de ayuda para la innovación pública que sirve de ayuda en los procesos de toma de decisiones para identificar en qué área, ámbito o aspecto innovar.

La herramienta, permite elegir entre tres tipos de innovación pública (organizativa, tecnológica y social) abriendo en cada tipo diferentes opciones que guían el proceso de decisión hasta las mejores prácticas en para cada caso concreto.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Plataforma M-Vial: Fuente: [M-Vial](#)

Además del Área de Innovación y Nuevas Tecnologías, la innovación también se impulsa desde el Servicio de Calidad y Modernización del Ayuntamiento que desarrolló entre los años 2013 y 2015 [Plan de Innovación \(PIN\)](#) que abarcaba a todo el Ayuntamiento, y sirvió como instrumento de apoyo a la Gestión, con el objetivo de mejorar la Organización mediante el uso de la innovación y la creatividad siguiendo la senda marcada por el Manual de Oslo.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### INN.A1. Evaluación y optimización de la innovación en procesos y servicios que se realizan desde el Ayuntamiento

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Gobierno Municipal
<b>Prioridad</b>	Media

Para la monitorización y evaluación de la innovación, se propone la realización de las siguientes acciones:

1. Diagnóstico de qué innovaciones se han llevado a cabo hasta el momento en el municipio de Málaga y, en concreto, a nivel interno en el Ayuntamiento, para ello realización de un análisis exhaustivo de las mismas (monitorización).
2. Identificación de qué nuevas necesidades existen en temática de innovación y cuáles han de priorizarse.
3. Puesta en marcha del plan de acción para satisfacer esas necesidades, identificando pasos a seguir y metodología para la mejora de los procesos de innovación en las diversas áreas del Ayuntamiento.
4. Evaluación de la innovación aplicada y su repercusión en los procesos de y para la gestión del Ayuntamiento y del municipio.
5. Optimización de los procesos de innovación (siguiendo el modelo).

Se hace necesario implantar un proceso de evaluación, cuantificación, monitorización de la innovación, para posterior mejora y optimización de procesos.

### INN.A2. Aumento de presupuesto dedicado a innovación

<b>Responsable</b>	Gobierno Municipal
<b>Secundario</b>	Área de Innovación



<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Para el fomento de la innovación se recomienda como objetivo prioritario el aumento de la partida para tales fines en los presupuestos del Ayuntamiento.</p> <p>Esta unidad dedicada a la innovación, debe estar compuesta por un equipo de trabajo completo, con profesionales cualificados y especializados en cada una de las áreas, que podrían dividirse en: <b>innovación organizativa, innovación tecnológica e innovación social.</b></p> <p>Este aumento de la partida presupuestaria debería tener como objetivos principales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La puesta en marcha de <b>grupos de trabajo específicos</b> en los que participe también el sector privado, de forma constante y activa.</li><li>- Aunar fuerzas y buscar sinergias en la detección de problemas y en la identificación de oportunidades, resueltas <b>a través de procesos de innovación</b> (aplicables a todo el sector turístico, especialmente).</li><li>- El impulso firme de la <b>vigilancia tecnológica</b> e inteligencia competitiva, trasladada al sector privado, así como el fomento de la creatividad en el sector.</li><li>- Establecimiento de <b>procesos de reflexión programados</b> (periódicos) para promover nuevas ideas para el desarrollo de productos, servicios y/ o procesos futuros.</li><li>- Evaluación de la <b>innovación aplicada.</b></li></ul>	

### INN.A3. Optimización del proceso de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras

Área de Innovación

Delegación de Turismo y Promoción de la Ciudad, FUNDACIÓN CIEDES, ciudadanía, sector privado, universidad

Media

Se recomienda el fomento de un **sistema colaborativo de análisis de problemas para la selección de ideas o soluciones innovadoras**, cuya finalidad sea identificar



las dificultades o hándicaps que presenta el destino y tratar de que no se conviertan en amenazas.

Para ello, se propone un sistema colaborativo en el que entren en juego y tomen parte tanto el Ayuntamiento, como el sector privado (actores turísticos del sector empresarial, asociaciones y otras organizaciones que tengan conocimiento en la temática), así como universidades, pudiéndose abrir incluso a la ciudadanía y a los visitantes.

Posibles actuaciones:

- Identificación de los **problemas o debilidades** que presenta la gestión del destino, en temas de innovación, de trabas a la puesta en marcha de modelos de negocio que permitan aprovechar las oportunidades.
- Propuesta de **coordinación entre los diversos sectores**, a través una esta mesa intersectorial, para favorecer la interacción y le generación de sinergias.
- **Búsqueda y explotación colaborativa**, por parte de todos los actores, de fuentes de información vinculadas a la innovación.
- Colaboración con la Universidad mediante aportaciones académicas y científicas, así como posibles proyectos e ideas que se esté desarrollando en el entorno académico., desde las universidades, se estén llevando a cabo. Ofrecer y promocionar la ciudad de Málaga, todavía en mayor medida, **como laboratorio ciudadano de proyectos innovadores**.
- **Apertura de la participación al visitante** habilitando las plataformas necesarias para la gestión de estas aportaciones.

### INN.A4. Orientación del plan de innovación hacia la innovación turística

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta



El Plan de Acción del Plan Estratégico de Innovación *Málaga Smart* contiene diversas actuaciones específicas de Turismo, sin embargo, el Plan está concebido más desde una perspectiva de ciudad inteligente, que de destino inteligente.

Las actuaciones de carácter turístico del vigente plan *Málaga Smart* se encuadran en los ejes estratégicos 3. Economía Innovadora y 6. Servicios al Ciudadano, por lo que quedan diluidas entre las diversas actuaciones contempladas en estos ejes.

La creación de un eje específico de turismo, incluso de forma más específica de turismo inteligente, daría más relevancia a estas actuaciones, las dotaría de mayor cohesión entre si y haría más eficaz su seguimiento.

### INN.A5. Establecimiento de un mecanismo Vigilancia Tecnológica

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se recomienda el establecimiento de un mecanismo de <b>vigilancia tecnológica</b> para la detección de oportunidades y la identificación de nuevas tecnologías adecuadas para el territorio.</p> <p>Es necesario estudiar las mejores prácticas de otros destinos nacionales e internacionales para mejorar la competitividad de Málaga como destino.</p> <p>Así mismo, es necesario prestar atención a las experiencias de implantaciones fallidas o que se han demostrado menos efectivas de lo esperado en destinos similares, con el fin de evitar cometer los mismos errores.</p>	

### INN.A6. Creación de un programa/plan para ayudar a incorporar a las empresas la innovación en procesos y su gestión

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Comercio, Gestión de la Vía Pública y Fomento de la Actividad Empresarial, Parque Tecnológico de Andalucía



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

Prioridad	Alta
<p>Resulta importante dotar a las empresas del sector de herramientas para incorporar la innovación en sus organizaciones.</p> <p>Por ello, se recomienda la creación de un <b>programa o plan para asistir al sector privado en la incorporación de la innovación</b>, que debe ser una de las tareas prioritarias por parte de la corporación municipal.</p> <p>A menudo los empresarios, especialmente las PYMES, carecen de herramientas adecuadas para la gestión de la innovación.</p> <p>El destino debe dotarse de herramientas innovadoras de cara a la formación y transmisión de experiencia desde la Administración hacia el sector privado.</p> <p>Deberán de optarse por instrumentos orientados a los distintos tipos de innovación para adaptadas a los distintos sectores de la economía.</p> <p>Por ejemplo, una plataforma como <a href="#">M-Vial</a> orientada a la innovación en el sector privado sería una excelente iniciativa.</p>	



## Ámbito B. Innovación en productos y servicios

Un DTI es aquel que incorpora de forma sistemática experiencias o características innovadoras a su cartera de productos, ya que la innovación puede actuar como palanca para solucionar o dar respuesta a algunas de las problemáticas del destino.

Los requisitos de este ámbito van en la línea de buscar recursos para productos turísticos propiamente dichos, nuevos o para la mejora de los existentes, detectar otros segmentos de mercado e impulsar la búsqueda de nuevas soluciones a problemas sociales o de movilidad.

### Nuevos productos, servicios y segmentos

Málaga fomenta desde hace años la innovación en productos y servicios turísticos, lo que ha logrado que la ciudad pase de la irrelevancia turística en 1988, año de la independencia administrativa de Torremolinos, a ser uno de los principales destinos de ciudad de España y situarse en el ranking de los destinos de ciudad más importantes de Europa.

En concreto, el destino creció un 127% en el número de visitantes alojados entre los años 2005 a 2015, pasando de 456.493 a 1.037.567 viajeros, siendo el destino de ciudad de España que más creció en ese periodo, por delante de Barcelona y Madrid.

Esto se consiguió a partir de la transformación del destino iniciada en el año 2001, con acciones como la incorporación del puerto a la ciudad, el embellecimiento y restauración del casco histórico y la mejora de las infraestructuras de comunicaciones.

Por otra parte, el destino realizó una decidida apuesta por el turismo cultural, fruto de la cual, son los 36 museos con los que Málaga cuenta en la actualidad, entre los que destacan el Centre Pompidou y el Museo de Picasso.

Cabe destacar, como innovadora la iniciativa *Málaga Pass*, que permite a través de una aplicación móvil, tener acceso a información sobre los museos de la ciudad, planificar las vistas y adquirir entradas electrónicas que se valida mediante códigos QR en los museos. Sin embargo, como la aplicación no es multi-idioma, lo que supone un problema para los visitantes extranjeros.

También es digna de mención el proyecto [Málaga Cruise Shops](#), del que ya se habló en el eje de gobernanza pero que tiene cabida en este eje como proyecto innovador.. La información sobre los comercios adheridos está disponible a través de un microsite

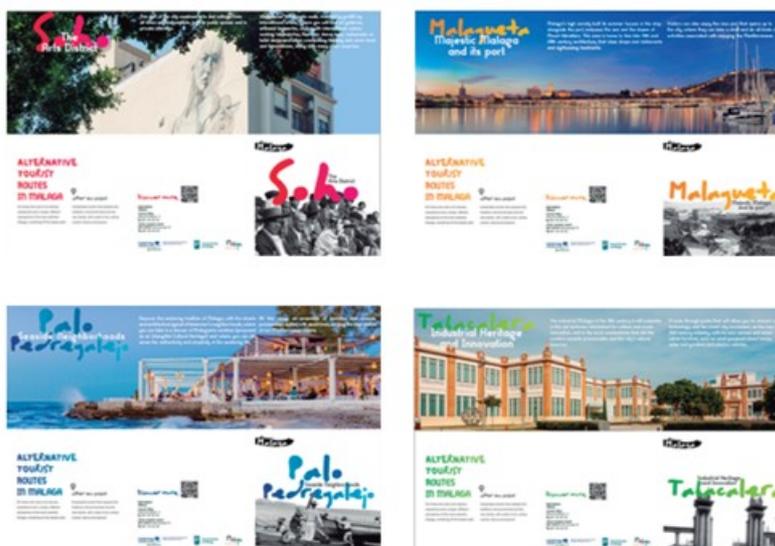


propio dentro del portal de Turismo de la app oficial de turismo. Sin embargo, es difícil localizar el microsite en el portal.

Por lo que respecta a la puesta en valor de recursos turísticos infrautilizados, el *Plan Estratégico de Turismo de Málaga (2016-20)*, hace contiene diversas propuestas interesantes, como el desarrollo del producto de Sol y Playa apoyándose en los deportes náuticos y la gastronomía ligada la mar o el desarrollo del producto Ocio para familias desarrollando actividades adecuadas para este segmento en recursos existentes.

Ejemplo de esto último es el proyecto [Descubre Málaga](#), desarrollado en marco del proyecto europeo *ALTER ECO (Alternative Tourist Strategies to Enhance the Local Sustainable Development of Tourism by Promoting Mediterranean Identity)* en la que invita a descubrir zonas poco conocidos del destino tales como, Soho-Ensanche (distrito del arte) , Malagueta (Málaga señorial y portuaria), El Palo y Pedregalejo (barrios marineros) y Tabacalera (patrimonio industrial e innovación). Descubre Málaga cuenta con su propio microsite dentro del portal oficial de Turismo, pero como ocurre con el de Málaga Cruise Shop, es difícil de localizar.

Por su parte, el Foro de Turismo trabaja para identificar y explotar nuevos nichos de mercado para el destino como son los seniors, los cosmopolitas o el segmento LGTB.



*Descubre Málaga. Fuente: [Descubre Málaga](#)*

Este proyecto para la implementación de estrategias turísticas alternativas co-diseñadas e implementadas por actores público-privados, tiene como principales objetivos:



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

- Reducir la concentración de turistas en zonas calientes donde se supera la capacidad de carga, a través de la diversificación de la oferta.
- Destacar el valor de diferenciación del destino, reforzando la identidad y la visibilidad del Mediterráneo y promoviendo a tradición local y el patrimonio cultural común.
- Mejorar la coordinación de acciones entre actores públicos y privados hacia la implementación de las estrategias planteadas para crear nuevas oportunidades de negocio.

Las principales actuaciones a desarrollar incluyen:

- Análisis de las zonas calientes: recogida de datos, actualización de indicadores vinculados con el modelo de ciudad mediterránea.
- Selección de itinerarios alternativos que pongan en valor nuevas zonas de atracción turística, así como la creación de grupos de trabajo con los actores clave, incluyendo comerciantes, residentes, servicios turísticos y áreas municipales para trabajar estas alternativas apoyados por campañas concretas.
- Aplicación TICs innovadoras para el análisis de los movimientos de los turistas y monitorización de las actuaciones y efectividad de los nuevos itinerarios turísticos que faciliten nuevas oportunidades de negocio.

Este proyecto forma parte del Plan Estratégico de Turismo, en el que existen estrategias para la descentralización del turismo en la ciudad de Málaga y se proponen rutas alternativas al Centro Histórico.

Así mismo, Málaga a través de [PROMÁLAGA](#) (empresa municipal encargada de la promoción empresarial) trabaja en el desarrollo de **nuevos productos basados en sectores económicos complementarios**, en colaboración con instituciones como el Clúster Marítimo-Marino de Andalucía para fomentar la Economía Azul.

Por otra parte, merece ser mencionado que se haya habilitado una parte de la playa como [Playa Canina](#), como ejemplo de adaptación de espacios particulares y excepcionales dedicados a actividades concretas.



Playa Canina. Fuente: [Playas de Málaga](#)

### Innovación social

El Ayuntamiento de Málaga desarrolla gran una gran variedad de iniciativas de innovación social entre las que cabe destacar las siguientes:

- Reuniones en contacto con asociaciones de empresarios y población representativa en el seno del Foro de Turismo.
- Fomento de la [participación ciudadana](#), una de las principales preocupaciones del ayuntamiento de Málaga. Por ejemplo, en los distritos se realizan Consejos Sociales de Participación en los que participan los principales actores del mismo, como Asociaciones de Vecinos, Asociaciones de Comerciantes y Peñas. etc. En ellos se da traslado de las necesidades del distrito.
- Proyecto de Adaptación al Cambio Climático, [ALICIA](#) (Evaluación de los riesgos y vulnerabilidades al cambio climático de Málaga), elaborado con participación ciudadana de asociaciones de vecinos y asociaciones intersectoriales y que cuanta con un capítulo de Turismo
- [OBAC](#) (Observatorio de Atención Ciudadana): Pone a disposición del público datos de los servicios de atención ciudadana (OMAC, 010 y Málaga24h).
- [Observatorio Municipal para la Inclusión Social](#): perteneciente al Área de Derechos Sociales permite conocer la realidad social de Málaga, en particular de las personas usuarias del Sistema Público de Servicios Sociales.

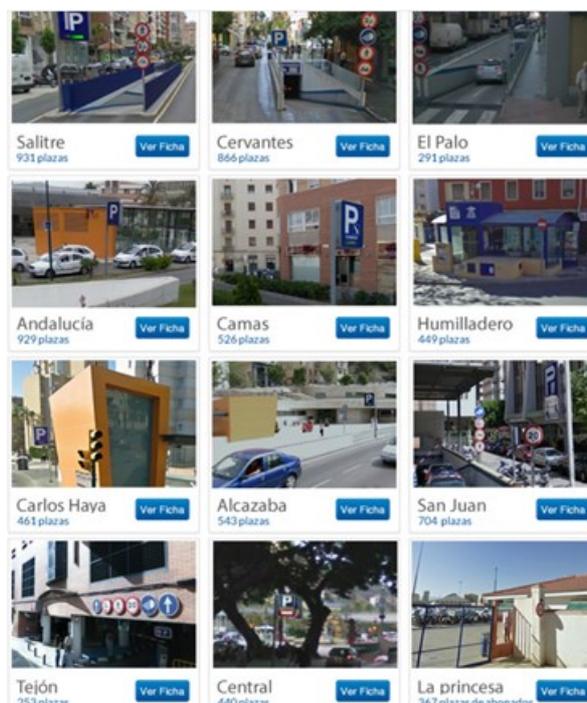


### Movilidad

Málaga es una ciudad de unas dimensiones considerables, que absorbe una población cercana al millón de habitantes, teniendo en cuenta su periurbano más inmediato. Con movimientos diarios pendulares, la población ve perjudicada su movilidad por dos factores fundamentales: su disposición lineal, costera (con casi 15 kilómetros de continuo urbano) y la estacionalidad que dificulta aún más los desplazamientos en verano por la llegada masiva de turistas, no sólo de la ciudad de Málaga, sino a toda la Costa del Sol.

El aeropuerto de Málaga se sitúa entre la ciudad y la propia Costa del Sol occidental (la más masificada), ubicación que facilita los desplazamientos entre el mismo y los principales núcleos de población de Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Marbella y Estepona. El aeropuerto se encuentra bien comunicado por un tren lanzadera de alta frecuencia en ambos sentidos, desde Fuengirola hasta Málaga.

Por lo que respecta a los aparcamientos públicos, la Sociedad Municipal de Aparcamientos y Servicios, S.A. (SMASSA) gestiona en la actualidad doce aparcamientos en explotación que ofrecen un total de 6.302 plazas, que conforman la Red Municipal de Aparcamientos.



Red Municipal de Aparcamientos de Málaga. Fuente: [SMASSA](#)



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

Existen ciertas dificultades, especialmente en los meses de verano cuando la afluencia de turistas es mayor, por volumen de vehículos alquiler y privados de los visitantes a los que se suman los vehículos de la población local. Por ello es interesante evaluar la viabilidad de opciones de transporte alternativas al vehículo privado.

En el destino no se identifican plataformas para el uso del transporte colaborativo que ayuden a dinamizar el flujo de tráfico y faciliten a la población los desplazamientos.

Por lo que respecta al transporte público, Málaga cuenta con una bien dimensionada flota de autobuses urbanos, gestionados por la [Empresa Malagueña de Transportes](#) (EMT), con una frecuencia y velocidad media de 14 km/h, por encima de la media española de 12 km/h.

Por su parte, el metro de Málaga cuenta con dos líneas de metro ligero que conectan el polo de innovación “Andalucía Tech” y el Palacio de Deportes, con el centro de la ciudad. Su velocidad media es de 30 km/h aproximadamente.



Plano esquemático del Metro de Málaga. Fuente: [Metro de Málaga](#)

En lo que concierne a los desplazamientos a pie, se han realizado acciones de zonificación 30 y peatonalización, además del trabajo por la creación de senderos continuos entre municipios (Senda Litoral por parte de la Diputación de Málaga) que favorecen y facilitan la movilidad caminando por parte de ciudadanos y turistas.

Se ha favorecido el transporte en bicicleta habilitando un mayor número de kilómetros de carril-bici que en la actualidad es de 44 km y está planificado ampliarlo hasta 69 km. Málaga cuenta con sistema de préstamo público de bicicletas, [Málaga Bici](#) con 24 estaciones de anclaje.



En cuanto a los VMP (Vehículos de Movilidad Personal), no existe aún una ordenanza reguladora en el municipio. Se ha visto incrementada su oferta, con 9 empresas operando en Málaga cerca de 2.000 patinetes.

Por lo que respecta a la electromovilidad, el desarrollo es intermedio comparado con el resto del país a pesar de ser una de las ciudades que primero se sumó al desarrollo de la movilidad eléctrica con el proyecto [Zem2All](#) (2012-2015).

Una vez concluido el proyecto [Civitas 2MOVE2](#) actualmente, se están desarrollando en la ciudad dos proyectos europeos relacionados con la movilidad eléctrica:

- [MEISTER](#)
- [POWER PROGRAMME E-MOB](#)

Desde el ayuntamiento se llevan a cabo campañas de sensibilización hacia el uso del vehículo eléctrico y se favorece su utilización mediante la habilitación de espacios de aparcamiento reservados y puntos de recarga.

Por último, es necesario mencionar otros proyectos de movilidad que desarrollados en Málaga:

- [Autodrive](#): proyecto de desarrollo de la conducción autónoma.
- [Automost](#): proyecto para el desarrollo de transporte público autónomo.
- [Victoria](#): proyecto de carga por inducción para autobuses urbanos.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### INN.B1. Desarrollo de nuevos productos turísticos

<b>Responsable</b>	Delegación de Turismo y Promoción de la Ciudad
<b>Secundario</b>	Área de Comercio, Gestión de la Vía Pública y Fomento de la Actividad Empresarial, SECTOR PRIVADO, (MÁLAGA GLOBAL)
<b>Prioridad</b>	Alta

El Plan Estratégico de Turismo hace indicaciones concretas sobre cómo potenciar los productos que soportan el destino y sobre cómo desarrollar productos y recursos infrautilizados.

Así el Plan destaca, por ejemplo, el escaso aprovechamiento del litoral como recurso sobre el que desarrollar el producto de Sol y Playa. Para ello propone, entre otras actuaciones, el desarrollo de la oferta de deportes náuticos y de eventos deportivos ligados al mar.

Se recomienda llevar a cabo las actuaciones recogidas en el Plan Estratégico de Turismo 2016-2020 incorporándolas al diseño del próximo plan estratégico.

### INN.B2. Mejoras en los microsites de producto Málaga Pass y Málaga Cruise Shops

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área Innovación Tecnológica
<b>Prioridad</b>	Alta

El destino ha hecho un esfuerzo en desarrollar microsites específicos para [Málaga Pass](#) y [Málaga Cruise Shops](#), sin embargo existen inconsistencias en planteamiento de ambos que es necesario solucionar.

#### Málaga Pass

- El microsite de Málaga Pass es un desarrollo autónomo del [Portal de Turismo](#)



y tiene su propio dominio (malagapass.com).

- No es multi-idioma.
- En lugar de enlazar al microsite, en el Portal de Turismo hay una [ficha](#) con información sobre el servicio en la sección “[Zona Profesional](#)” que por otra parte sólo está visible y disponible cuando el Portal está en español e inglés.

### Málaga Cruise Shops

- El microsite de [Málaga Cruise Shops](#) es un site del Portal de Turismo y por ello no tiene su propio dominio.
- Es multi-idioma, pero solo está disponible en español.
- En la sección “[Zona Profesional](#)” del portal de Turismo hay un enlace al site, pero sólo está visible cuando el Portal está en español.

Se recomienda llevar a cabo las siguientes actuaciones:

- Reubicar los enlaces ambos microsities en el Portal de Turismo a la sección “Qué ver qué hacer” para mejorar su visibilidad.
- Modificar el enlace de Málaga Pass para que lleve al microsite y no a la ficha.
- La información sobre ambos sites debe estar disponible en todos los idiomas del portal. Para el caso de Málaga Cruise Shops, requerirá traducir el contenido en el site multi-idioma. Para el caso de Málaga Pass, requerirá dotar al microsite de la funcionalidad multi-idioma.



### Ámbito C. Innovación en comercialización y marketing

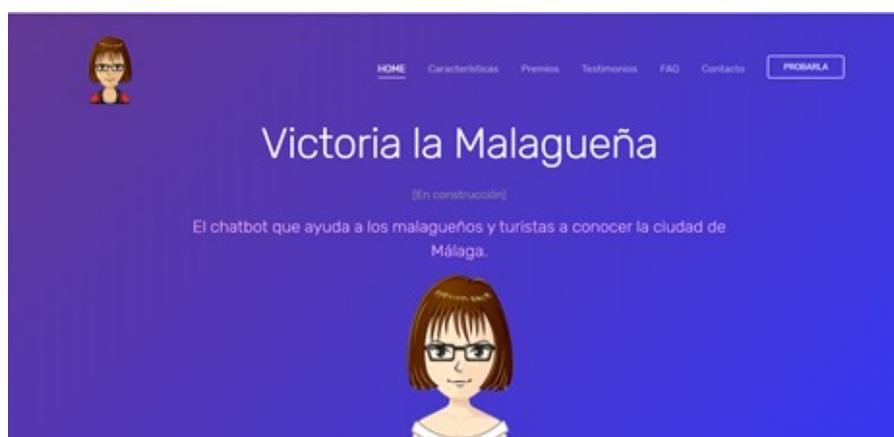
No sólo se pide a un DTI que sea innovador en el catálogo de productos que ofrece, sino que también se exige que sea innovador en la forma en que gestiona su demanda y establece una relación con el turista y los servicios alternativos que le ofrece en las distintas etapas del viaje. Así, se considera necesario que el ente gestor y, paulatinamente el conjunto del sector, apliquen fórmulas innovadoras para la gestión de su clientela.

#### Nuevas formas de comercialización y marketing

Málaga cuenta con [Portal de Turismo](#), que se analiza con detalle en el eje de tecnología del presente informe. El Portal está bien concebido desde el punto de vista de diseño y estructura y cumple bien con cometido de inspiración de la visita e información sobre los recursos del destino. Sin embargo, el Portal no es transaccional, por lo que no permite finalizar la contratación de los servicios turísticos que se presentan.

Desde el punto de vista de la oferta, no presenta oferta servicios turísticos complementarios paquetizados en forma de experiencias.

Como ejemplo de iniciativa innovadora cabe destacar el chatbot [Victoria la Malagueña](#), un asistente virtual que ofrece al turista un canal de comunicación 24x7, mejorando la experiencia del usuario y creando un canal de comunicación ágil y eficaz. Utiliza interfaces conversacionales tanto en Facebook como en el Asistente de Google. Se puede iniciar desde cualquier PC, o dispositivo móvil iPhone o Android a través de Facebook, Messenger o el propio Asistente de Google.



Fuente: [Victoria la Malagueña](#)



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

Como ya se ha valorado anteriormente, se valoran muy positivamente las iniciativas Málaga Pass y Málaga Cruise Shops, aunque se han identificado acciones de mejora que es necesario abordar.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### INN.C1. Impulso de nuevas formas de comercialización y marketing

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Innovación
<b>Prioridad</b>	Media

Se recomienda complementar las actuales campañas de marketing online con actuaciones como las siguientes:

- Acciones de **geomarketing y geofencing**. Aplicar la variable espacial al marketing tradicional arroja unos resultados mucho más eficientes a la hora de realizar las campañas. El aprovechamiento de las técnicas de marketing espacial sirve para focalizar las inversiones, priorizar las campañas y destinarlas a los recursos o sectores en los que se tiene o quiere tener un mayor impacto.
- Incorporación de la promoción y comercialización de experiencias al [Portal de Turismo](#).
- Puesta en marcha de **programas de fidelización** segmentados, dirigidos a los distintos segmentos de visitantes.
- Realizar campañas de *branded content* o contenido patrocinado, con la creación de vídeos o desarrollos multimedia para reforzar el posicionamiento del destino mediante de Málaga a sus valores diferenciadores.



## Ámbito D. Innovación en capacitación y conocimiento

A la hora de diseñar un destino turístico inteligente es fundamental el nivel de capacitación y el grado de conocimiento que tengan tanto la administración como las entidades, empresas etc. que forman parte de este. Requisitos que implican que, tanto sector público como privado, deben involucrarse y facilitar a sus trabajadores el acceso a formaciones que les permitan adquirir nuevos conocimientos para innovar y adaptarse a las necesidades del sector.

### Formación y ocupación innovadoras

El Ayuntamiento de Málaga favorece la formación continua de sus trabajadores y ayuda a que adquieran las competencias necesarias que demanda la transformación digital de las administraciones. Para ello, el [Centro Municipal de Formación](#) habilita los necesarios programas de formación.

El CMF dispone de cursos en competencias digitales, pero no cuenta con ningún curso orientado a la innovación y su gestión.

Fuente: [CMF](#)

Por otra parte, el Ayuntamiento celebra cada dos años y desde hace diez, las [Jornadas de Modernización y Calidad JOMCAL](#) que en las que se tratan la Calidad, la Modernización e Innovación en la Gestión Pública Local en las distintas áreas de la gestión y el servicio a la ciudadanía.



Fuente: [JOMCAL](#)

El [Polo Digital](#) es uno de los canales de formación municipal dirigida al sector privado, y desarrolla, con la colaboración de la [Escuela de Organización Industrial](#) (EOI) y de la Fundación ICYDE, un catálogo de cursos que pueden ser muy interesantes para los jóvenes, como son el desarrollo de videojuegos y de aplicaciones móviles.

## FORMACIÓN PARA EMPLEO JOVEN

Cursos que continúan en formato ONLINE en 2020, tras el periodo de confinamiento por coronavirus:

- (INICIADO) Programa de Emprendimiento en Videojuegos. Fundación INCYDE
  - (INICIADO) Programa de Animación 2D, 3D y Emprendimiento. Fundación INCYDE
  - (INICIADO) Curso de Desarrollo de Videojuegos y Experiencias XR con Unreal Engine. EOI
  - (INICIADO) Curso de Diseño de Videojuegos con Unity Básico. EOI
  - (INICIADO) Curso de Desarrollo de Aplicaciones Web. EOI
  - (INICIADO) Curso Técnico en Desarrollo Nativo sobre Plataformas IOS y Android. EOI
  - (INICIADO) Itinerario de Emprendimiento Juvenil en Videojuegos. Acción contra el hambre.
  - Curso de Programación en Unity Avanzado. EOI
- Formación 100% subvencionada.

Fuente: [Polo Digital](#)

Por otra parte, el Instituto [Municipal para la Formación y el Empleo](#) (IMFE) desarrolla cursos de orientación tecnológica dirigidos al público general.



Otra línea de formaciones se desarrolla a través [Instituto de Inteligencia e Innovación Turística](#) (i3t), centro de la Universidad de Málaga que reúne a investigadores de todos los ámbitos de conocimiento relacionados con el turismo, que colabora a la formación en innovación, mediante una amplia oferta de programas.



Fuente: [i3t](#)

### Innovación colaborativa y emprendimiento

El **Foro de Turismo** de Málaga, del que es miembro el Área de Turismo, es el órgano consultivo de gestión, asesoramiento y colaboración público-privada, gracias al que se han adoptado medidas políticas y un modelo de turismo que ha contribuido a posicionar a la ciudad como un referente en el turismo cultural. Su acción también ha permitido potenciar la innovación y la sostenibilidad de la actividad turística, implicar a la sociedad civil y al sector privado y adaptarse a un entorno de mercado extraordinariamente dinámico, haciendo del turismo un motor de desarrollo de la ciudad.

Otros proyectos relacionados con la **cooperación público-privada en materia de innovación** son:

- Proyecto [Coordinet](#), en colaboración con ENDESA para el desarrollo de la distribución flexible de energía eléctrica.
- Proyecto [Meister](#), para distribución de mercancías de última milla en centros urbanos a través de vehículos eléctricos, en colaboración con la Asociación de Comerciantes y varios gestores hoteleros entre otros.



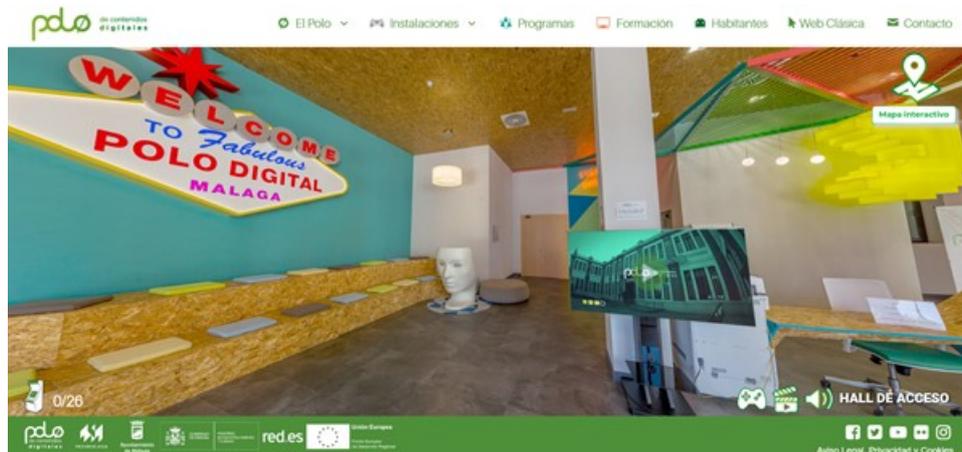
En cuanto a la existencia de **clústers, plataformas tecnológicas o Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI)**, en el municipio de Málaga nos encontramos con diversos exponentes:

- [Clúster Andalucía Smart](#): alianza de empresas privadas e instituciones que trabajan para el desarrollo de ciudades inteligentes que colaboran para desarrollar proyectos que contribuyen mejorar la competitividad de nuestros asociados y generar sinergias que potencien el desarrollo Smart City de Málaga.



Fuente: [Smart City Cluster](#)

- [Parque Tecnológico de Andalucía](#), en su sede de Málaga, es un nodo de interacciones entre el sector y ecosistema de innovación de la ciudad y de toda la Costa del Sol. Cuenta con 636 empresas que generan una facturación anual conjunta de 2.000 millones de euros y emplean a 20.000 personas.
- [Polo Digital](#): ubicado en la antigua fábrica de Tabacalera, constituye el mayor Lab y Hub de contenidos digitales de España, donde se realizan múltiples actividades especialmente vinculadas con los videojuegos y la creación digital, además de contar con espacios para el emprendimiento, *connect-working*, la innovación creativa y la formación avanzada.



Fuente: [Polo Digital](#)

### Red Municipal de Incubadoras

[Promálaga](#), empresa municipal encargada de la promoción empresarial, la creación de empleo y la atracción de talento, pone a disposición de los emprendedores la [Red Municipal de Incubadoras](#) compuesta por doce centros, con capacidad para más de 200 empresas.

La Red se adapta a todos los perfiles de empresa, puesto que los centros están clasificados por tipo de actividad en incubadoras tecnológicas, incubadoras de barrio e incubadoras de industria creativas.

Actualmente, se encuentran disponibles para solicitar espacio por parte de emprendedores las siguientes incubadoras:

- Promálaga I+D
- Promálaga Coworking
- Promálaga Saint Exupery
- Promálaga Teatinos
- Promálaga Soliva
- Promálaga Cruz de Humilladero
- Promálaga Virreina
- Promálaga Excelencia



Fuente: [Promálaga](#)

Cabe mencionar otros proyectos de emprendimiento orientados también al sector turístico:

- [Málaga Emprende](#): destinado a creación y consolidación de empresas.
- [Digital Málaga](#): Espacio virtual del ecosistema innovador de Málaga.



Fuente: [Digital Málaga](#)

### Empresas con reconocido carácter innovador

En la ciudad de Málaga existen multitud de empresas registradas como PyMEs innovadoras, como puede comprobarse en el registro del [Ministerio de Ciencia e Innovación](#).

También abundan las empresas con certificación en sistemas de gestión de I+D+i y beneficiarias de convocatorias de financiación de proyectos de I+D+i.



### Programas de apoyo al emprendimiento

Además de la ya mencionada labor que desarrollada por PROMÁLAGA, cabe destacar el programa de mentores desarrollado por el [Polo Digital](#)

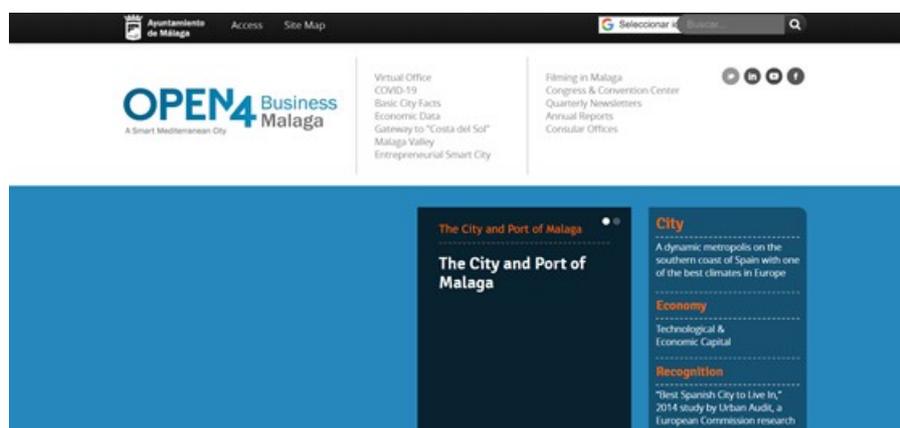


Programa de Mentores. Fuente: [Polo Digital](#)

Cabe destacar otro espacio de colaboración entre Ayuntamiento y emprendedores como es el [UrbanLab](#), un centro dotado con las últimas tecnologías de y un laboratorio urbano en el que los emprendedores pueden experimentar y desarrollar probar sus proyectos, poniendo a prueba su talento. Tienen cabida emprendedores con proyectos relacionados con “Smartcity”, Internet de las cosas, Big Data y Tecnologías Urbanas.

### Captación de financiación o inversiones

La [Oficina Virtual de Inversores](#) está dirigida a favorecer y facilitar la llegada de capital extranjero a la ciudad. Cuenta con la colaboración de instituciones gubernamentales, entidades financieras, del Cuerpo Consular acreditado en Málaga, entre otros. También presta servicios a extranjeros tanto residentes como visitantes.





Fuente: [Oficina Virtual de Inversores](#)

### Incentivos públicos a proyectos empresariales innovadores a través de subvenciones

[Programa de Promoción de Empleo y Fomento del Autoempleo](#), desarrollado por el Instituto Municipal de Formación y Empleo.



Programa PEFA. [Fuente IMFE](#)

[Programa de subvenciones para el impulso empresarial](#), desarrollado por PROMÁLAGA.

### Concursos y premios a las mejores ideas y emprendedores

El [Observatorio de Medio Ambiente Urbano](#) (OMAU) promueve la celebración de hackatons, eventos y concursos en el [Palacio de Ferias y Congresos](#). Un ejemplo actual de este tipo de acciones es el [Málaga Tourism Challenge](#), concurso de ideas para reactivar el turismo en la ciudad.



Fuente: [Málaga Tourism Challenge](#)



En el campo de la **co-creación**, el principal proyecto es el Polo Digital, reconocido internacionalmente, en el que empresas del sector tecnológico encuentran alojamiento físico y virtual para desarrollar proyectos relacionadas con innovación y tecnología.

### Participación en programas nacionales y europeos de apoyo a la I+D+i

El Servicio de Programas Europeos del Ayuntamiento de Málaga, encuadrado en el [Observatorio de Medio Ambiente Urbano](#) (OMAU), es el encargado de la gestión de [proyectos europeos del Ayuntamiento](#) de Málaga. Para ello cuenta con un equipo técnico habituado a trabajar con los distintos programas y proyectos comunitarios, así como con el cumplimiento de los requisitos específicos como beneficiarios de los fondos de la Unión Europea.

El Ayuntamiento de Málaga cuenta con una dilatada experiencia en la captación y gestión de Fondos Europeos, habiendo tramitado desde el año 1994 más de [50 proyectos](#), entre los que cabe destacar:

- *Iniciativa Urbana III* (2007-2013),
- *Proyectos URBACT User* y *URBACT Re-Block*
- Programas de cooperación transfronteriza España-Fronteras exteriores Marruecos y de Cooperación Territorial Europea en el ámbito Mediterráneo, con los siguientes proyectos:
  - *CAT-MED*
  - *ELIH-MED*
- *URBAN EMPATHY*, en el marco del Programa de Cooperación Territorial del Espacio Sudoeste Europeo.
- Proyecto *Mi Ciudad AC2*, y el proyecto *CIVITAS*, "2MOVE2" encuadrado en el 7º Programa Marco.

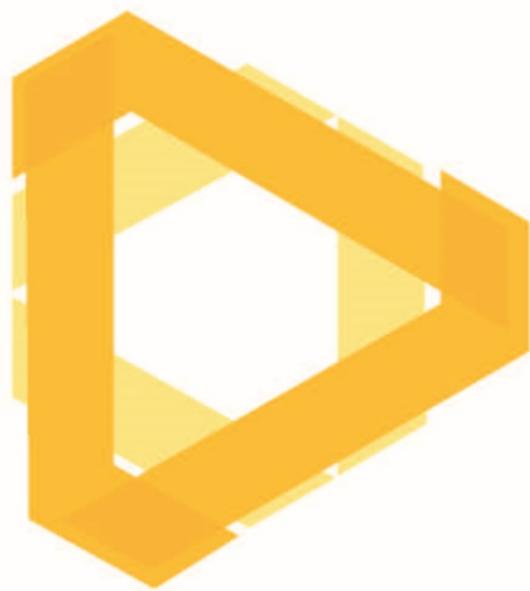
Todos ellos enfocados la renovación de distintas áreas de la ciudad con un enfoque integral de la sostenibilidad urbana.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### INN.D1. Elaboración de un plan formativo en innovación dirigido al sector turístico

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se recomienda elaborar un <b>plan específico de formación en innovación</b> para los empresarios y las empresas del destino, concretamente dirigido a aquellos actores involucrados con el turismo.</p> <p>El responsable de este plan debe ser diseñado y ejecutado por el Área de Innovación en colaboración con el Área de Turismo.</p> <p>Se recomienda contar con la colaboración de las asociaciones y organizaciones del sector.</p> <p>Así mismo, se debe contemplar el impuso de la formación en innovación dentro del sector turístico por parte de terceros, mediante ayudas o convocatorias de cursos de formación.</p>	



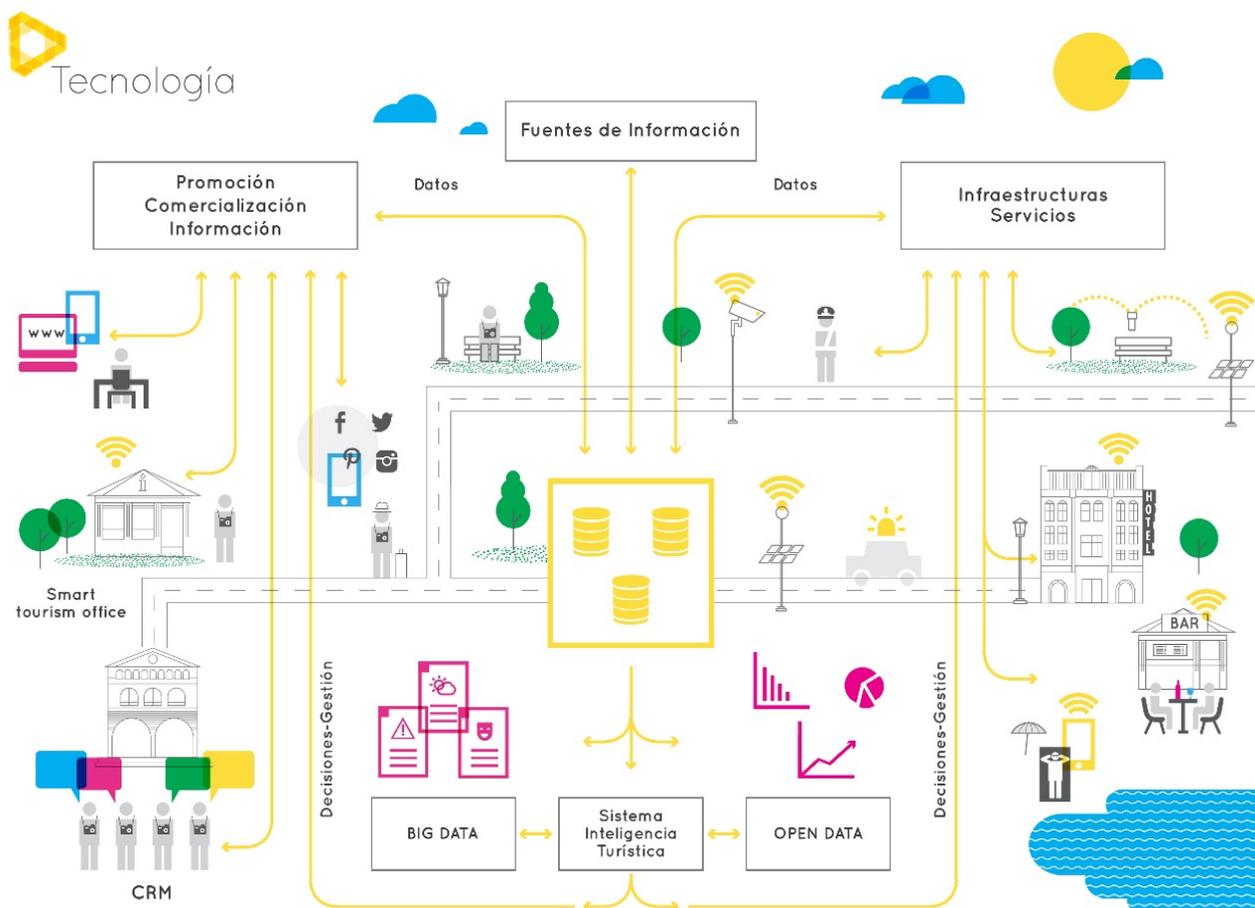
TECNOLOGÍA



### 4.3. 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.





### 4.3.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de tecnología

Esta sección analiza el estado actual de las tecnologías de la información aplicadas en el destino evaluando tanto la implantación actual como en un futuro cercano de nuevos proyectos innovadores tecnológicamente avanzados. Todo ello se hace desde diferentes perspectivas coincidentes con los ámbitos en los que se agrupan los requisitos:



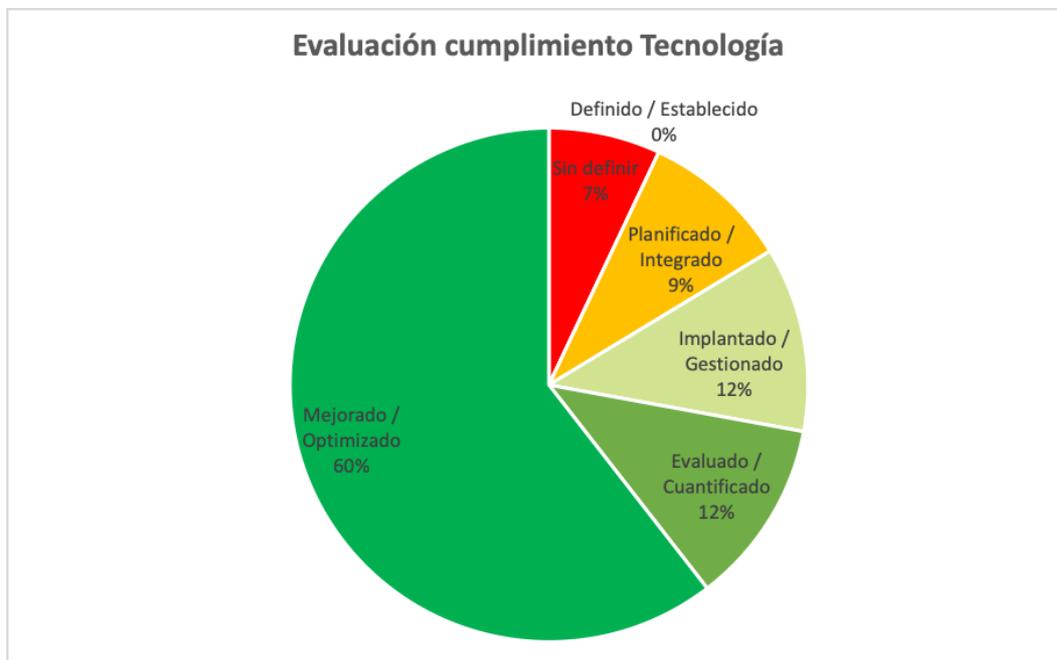
A través de los distintos requisitos recogidos en cada uno de los ejes, se determina que el **grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el **eje de tecnología en el municipio de Málaga es del 80,5%**. Lo que implica que en este eje alcanza el nivel de Destino Turístico Inteligente.

Según refleja el gráfico, para el 72% de los requisitos analizados el nivel de madurez es alto o muy alto.



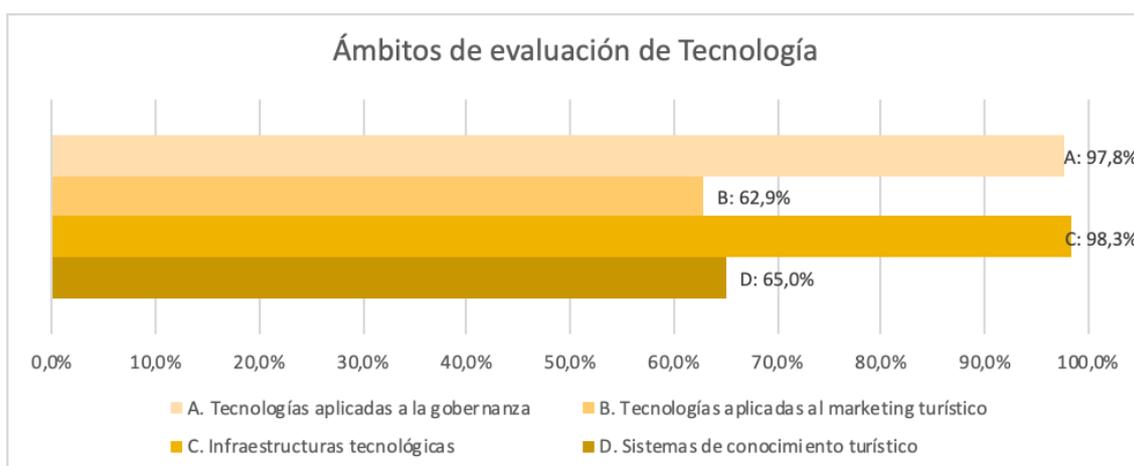
## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

El análisis del eje por ámbitos muestra el típico caso de desarrollo Smart City en el que la implantación de tecnología se concentra en los ámbitos de relacionados con la gestión de la ciudad (**gobernanza 97,8%** e **infraestructuras tecnológicas 98,3%**) y con una menor implantación de tecnologías en los que los ámbitos directamente relacionados con turismo (**marketing 62,9%** y **sistemas de conocimiento turístico 65,0%**).



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR



A continuación, se realiza un análisis de los requisitos por ámbitos. Dentro de cada uno de ellos, las conclusiones se presentan agrupadas por categorías para conseguir una mayor coherencia en el análisis y con el objetivo de trasladar mejor las valoraciones.

### 4.3.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

#### Ámbito A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza

Para emprender un proyecto de conversión de un destino en un Destino Turístico Inteligente (DTI), es necesario hacer un uso adecuado de la tecnología, impulsar y promover el desarrollo e implantación de herramientas tecnológicas y ponerlas a disposición de todos los actores implicados, además de desarrollar programas de formación que mejoren la capacitación en materia tecnología.

En este caso, se debe velar por el fomento y utilización de avances tecnológicos que permitan gestionar el destino de una forma eficiente y con información de calidad para que la toma de decisiones sea efectiva. Será necesario promover e impulsar la participación digital, ofrecer al ciudadano acceso a la información o datos abiertos y permitir una comunicación eficaz para que el destino pueda conocer y solventar con agilidad las posibles incidencias en los servicios prestados, siempre apoyándose en el uso de las nuevas tecnologías para facilitar el establecimiento de un gobierno abierto y transparente.

El Área de Innovación y Digitalización Urbana del Ayuntamiento de Málaga es la responsable del diseño e implantación y supervisión de proyectos de innovación tecnológica en el destino.

Como se ha señalado en el análisis del eje de Innovación del presente informe, la Resolución del 17 de junio de 2019 le confiere al Área de Innovación y Digitalización Urbana las competencias necesarias para llevar a buen término las actuaciones relativas al eje de Tecnología que emanen del presente informe. Su estructura y funcionamiento ha sido analizado en el ámbito de Innovación del presente informe.

El Centro Municipal de Informática, sobre el que ejerce tutela, es el encargado de la implantación y mantenimiento de las aplicaciones informáticas municipales, relacionadas con Administración Electrónica, Málaga Ciudad Inteligente y Servicios TI para el Ayuntamiento.



Así mismo el CEMI se encarga de la gestión del CDC y de las redes de telecomunicaciones municipales.

Málaga impulsa diversos proyectos tecnológicos en el marco del desarrollo Smart de la ciudad. Los proyectos de implantación tecnológica actualmente en curso están contemplados o siguen las líneas marcadas en el Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2022 "MÁLAGA SMART".

De entre todos los proyectos cabe destacar los enmarcados en la iniciativa Smart Costa del Sol como son:

- Smart Costa del Sol - Información sobre espacios medioambientales: Monitorización de playas mediante la instalación de:
  - Estaciones de monitorización meteorológica (radiaciones UV, velocidad y dirección del viento, temperatura del aire, presión atmosférica, humedad relativa y sensación térmica).
  - Calmaras de baja resolución (compatibles con LOPD) instaladas en las estaciones de medición para captar instantáneas de la zona a demanda.

En las playas de San Julián, Guadalmar, La Misericordia, San Andrés, La Malagueta, La Caleta, Baños del Carmen, Pedregalejo, El Palo y El Dedo.

- Smart Costa del Sol - Big data turístico: análisis de datos de visitantes para mejorar el conocimiento del destino y la toma de decisiones.
- Smart Costa del Sol - App: Aplicación de destino transaccional con cuaderno de viaje y configuración de rutas además de las funcionalidades habituales en este tipo de apps.
- Smart Costa del Sol: Oficina Flag-ship: Rediseño de la oficina de Turismo de la Plaza de Marina dotándola de las últimas tecnologías.

Málaga pone a disposición de sus residentes y visitantes numerosos servicios públicos a través de aplicaciones móviles:

**Aplicación móvil EMT:** Aplicación oficial de la Empresa Municipal de Transportes con información sobre rutas y paradas. Cuenta con una funcionalidad que hace uso de realidad virtual para ubica paradas en el entorno del usuario. No es multi-idioma.



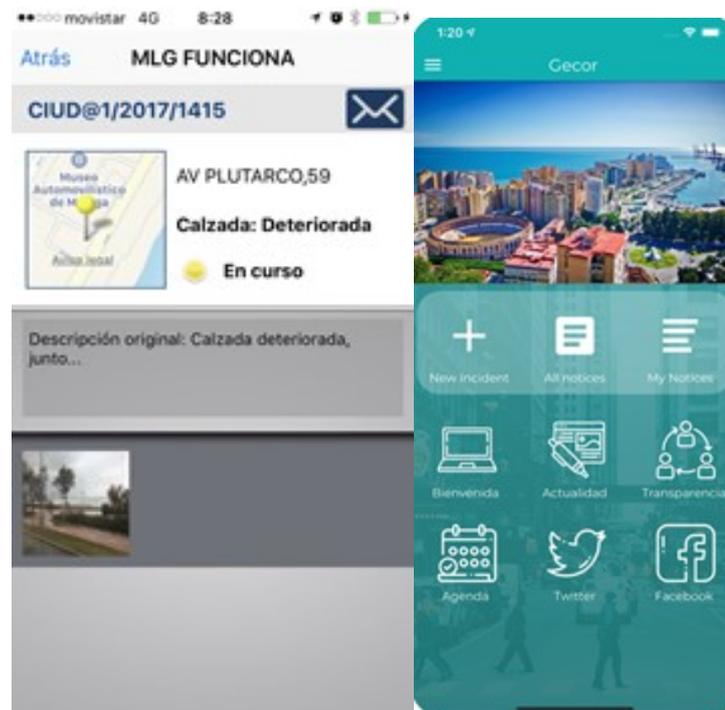
## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Fuente: Apple App Store

**Aplicación Málaga funciona y GECOR:** Aplicaciones de reporte y gestión de incidencias en la vía pública. “Málaga funciona” está dirigida a la ciudadanía por lo que tiene una usabilidad mejorada respecto a GECOR que es más utilizada por los técnicos municipales. No son multi-idioma



Fuente: Apple App Store



**TRAMITA:** Sede electrónica del Ayuntamiento.

- 195 servicios publicados.
- 775 trabajadores municipales formados en la plataforma.
- 25.248 usuarios registrados en el servicio MiCarpeta y 639 usuarios internos de la plataforma.

**Chatbot [Victoria la Malagueña](#):** Disponible para dispositivos Android y próximamente par iOS. Ofrece información geolocalizada sobre equipamientos, autobuses, aparcamientos, restaurantes y rutas. Incluso cuenta chistes.



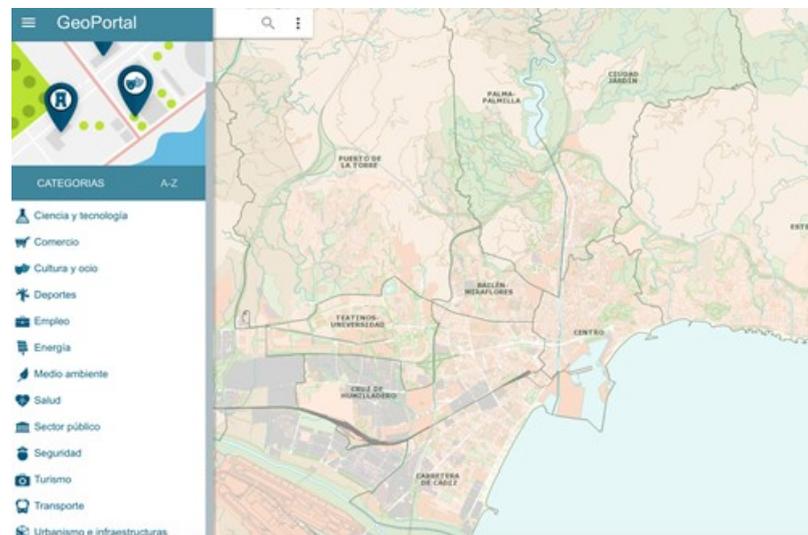
Fuente: [Victoria la malaqueña](#)

**[GeoPortal](#):** Desarrollado por el CEMI sobre la base del GIS municipal, ofrece información geolocalizada sobre recursos de la ciudad organizados en trece categorías.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Fuente: [GeoPortal](#)

**Aplicación Playas Málaga:** información geolocalizada sobre las playas de la capital. No es multi-idioma.



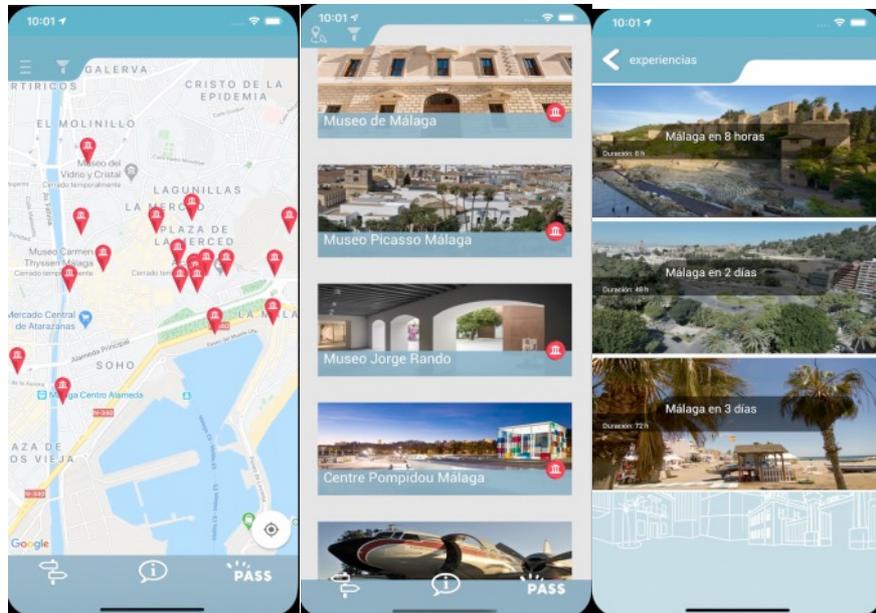
Fuente: *Apple App Store*

**Aplicación Málaga Pass:** Información sobre los museos de la ciudad. Permite la compra de entradas electrónicas para acceder a las exposiciones. No es multi-idioma.



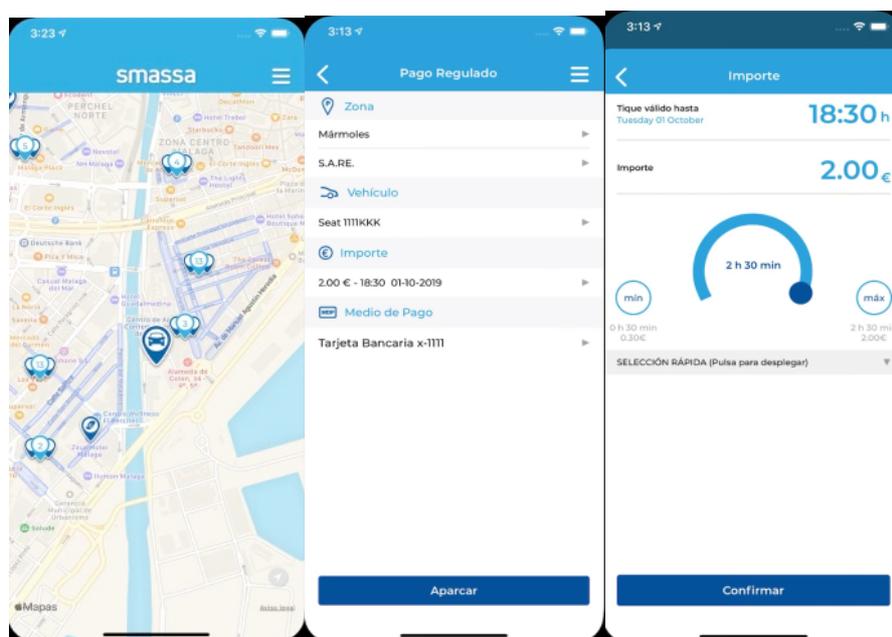
## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Fuente: Apple App Store

**Aplicación SMASSA:** Información sobre ubicación accesos y nivel de ocupación de los aparcamientos gestionados por la Sociedad Municipal del Aparcamientos de Málaga. Permite realizar pagos. No es multi-idioma.



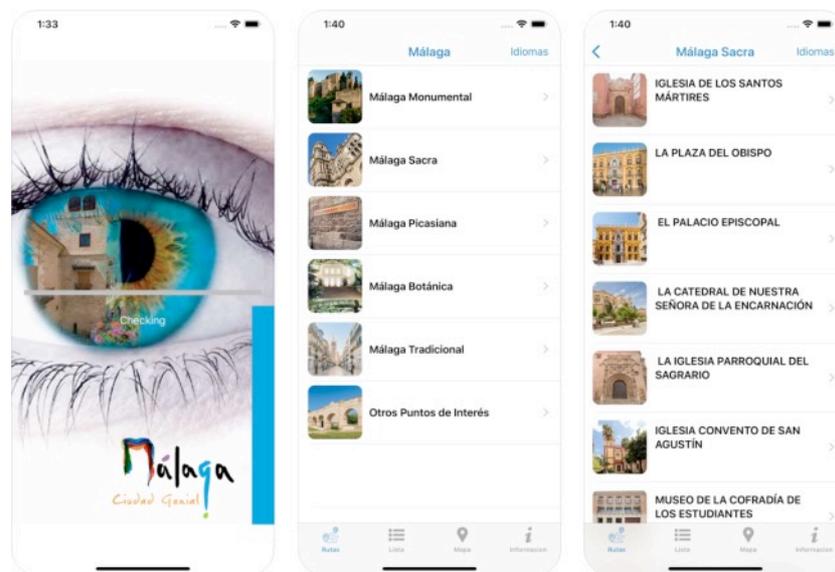
Fuente: Apple App Store



## Destinos Turísticos Inteligentes

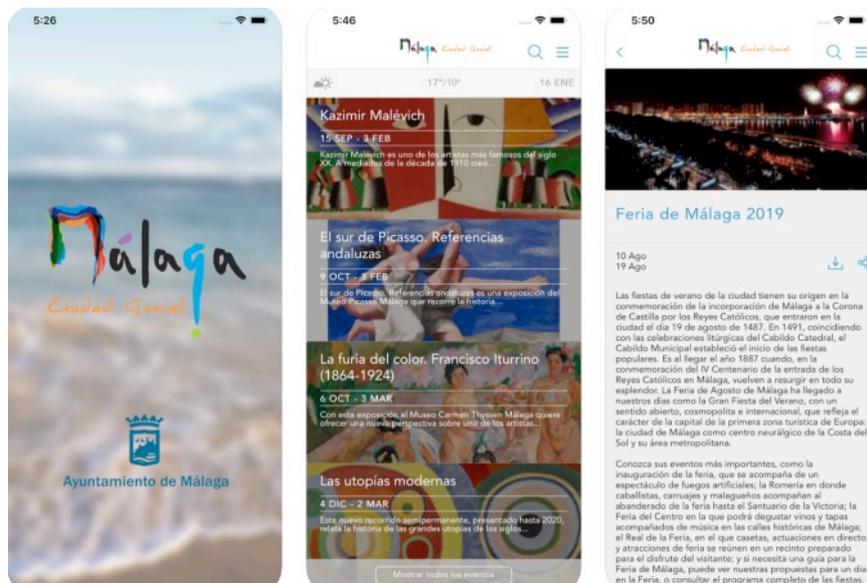
Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

**Málaga Ciudad Genial Audioguía:** Información sobre más de 100 puntos de interés turístico. Aplicación multi-idioma. No se ejecuta correctamente en iOS.



Fuente: Apple App Store

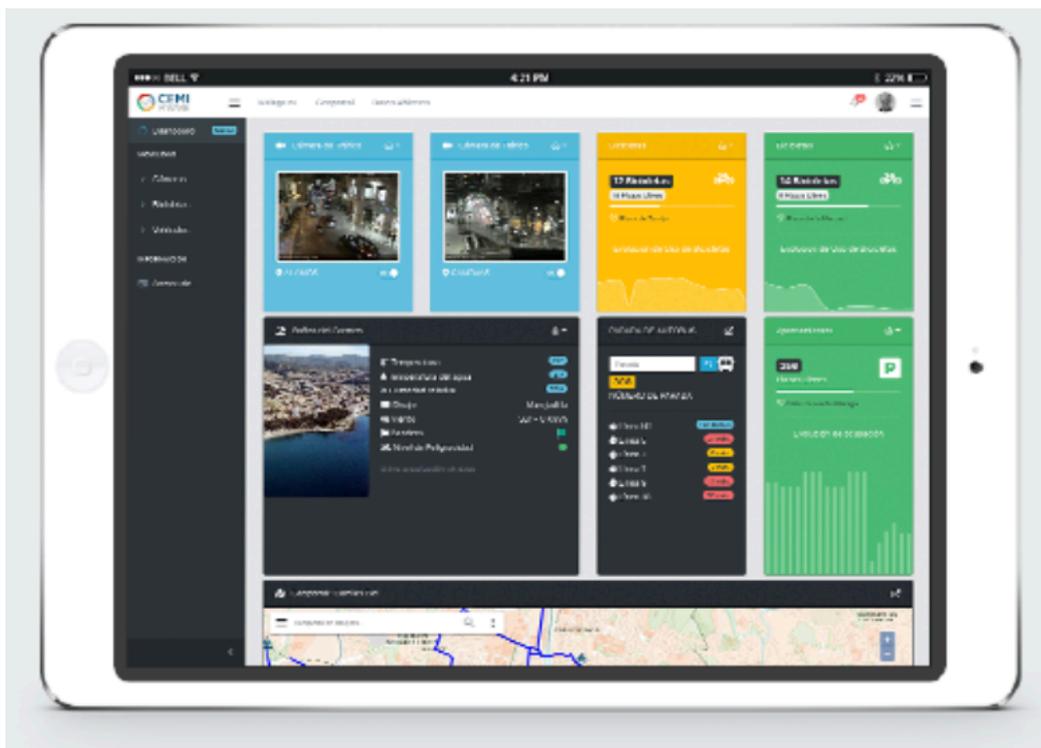
**Málaga Turismo:** Aplicación oficial de turismo de Málaga. Aplicación multi-idioma.



Fuente: Apple App Store



Es necesario destacar como buena práctica la aplicación “Mi panel”, desarrollada por el CEMI, que permite poner a disposición de los ciudadanos los más de 850 conjuntos de datos del Portal de Datos Abiertos y las más de 80 capas del Geoportal. Cada usuario puede seleccionar los datos de su interés para configurar su panel personalizado.



Fuente: [Mi panel](#)

Málaga cuenta con un excelente [Portal municipal](#) que pone a disposición de los ciudadanos toda la información necesaria. Desde la página de inicio hay accesos directos a la Sede Electrónica y al Portal de Transparencia.

No contiene información turística ya que enlaza directamente con el portal de Turismo, algo que se considera una buena práctica.

Se identifica correctamente como portal oficial del Ayuntamiento haciendo un uso adecuado de la imagen institucional.

Así mismo, hay presencia destacada de enlaces a los canales municipales en redes sociales.



## Destinos Turísticos Inteligentes

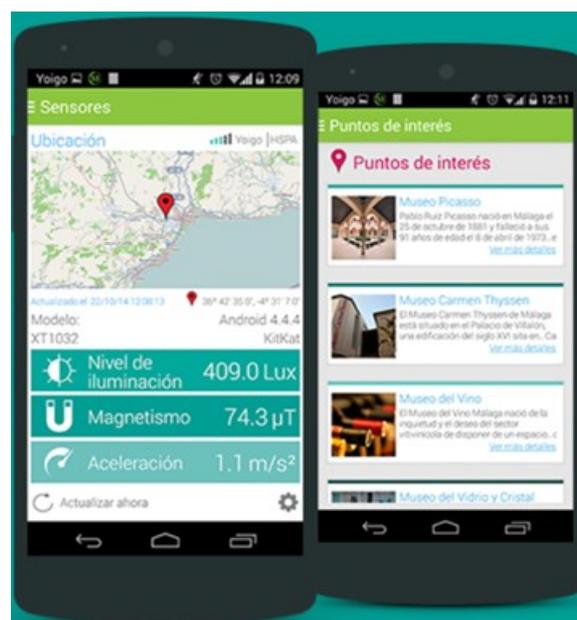
### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Fuente: [Portal municipal](#)

Por lo que respecta a las aplicaciones de captura voluntaria de datos desde ciudadanos y turistas, Málaga ha puesto en marcha el proyecto [CitySense](#), por el que los ciudadanos actúan como sensores enviando información anonimizada sobre que se procesa y se publica en la plataforma de [Datos Abiertos](#) del destino.

Los usuarios se descargan una aplicación (disponible sólo en Android) que envía los datos de forma automática. La frecuencia de envío es configurable para optimizar el uso de la batería.



Fuente: [CitySense](#)



## Destinos Turísticos Inteligentes

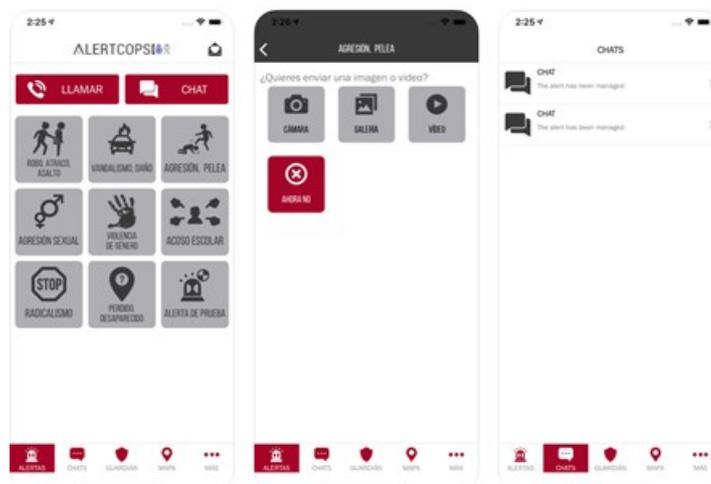
Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

Málaga dispone de un portal de [Datos Abiertos](#) que cuenta con importante catálogo 889 conjuntos de datos ordenados por categorías. Por otra parte, el CEMI ha diseñado un módulo que ha compartido como software libre y que permite que otras ciudades puedan “federar” sus datos (integrarlos con otros portales web) con el portal del gobierno, o con el portal de FiWare.



Fuente: [Datos Abiertos](#)

En cuanto a sistemas de denuncia online, Málaga dispone de la aplicación AlertCops del Ministerio de interior.



Fuente: Apple App Store



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### TEC.A1. Desarrollo APP Repositorio Aplicaciones

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Málaga dispone de un número importante de aplicaciones para dispositivos móviles. Las aplicaciones Málaga Playas, Málaga Pass, Audioguía y Turismo, ofrecen información sobre recursos turísticos. Se podría haber optado por una aplicación que agrupase la funcionalidad de las cinco, pero habiéndose decidido desarrollar aplicaciones separadas, sería conveniente orientar de alguna forma a los usuarios, ya que las similitudes entre ellas pueden llevar a confusión.</p> <p>Se recomienda el desarrollo de una aplicación repositorio para todas las aplicaciones oficiales del destino, con información específica de cada una, desde la que los usuarios se puedan descargar las que necesiten en cada momento.</p>	

### TEC.A2. Implantación de certificados HTTPS en páginas web municipales

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se ha comprobado que tanto el portal municipal como un número significativo de páginas web temáticas municipales carecen de certificados HTTPS.</p> <p>A continuación se relacionan algunas de ellas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">Portal Municipal</a> y las webs que se alojan en subdominios de este.</li><li>• <a href="#">Portal de Turismo</a></li></ul>	



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

- [Canal Málaga](#)
- [CAC Málaga](#)
- [EMT](#)

Se recomienda la implementación de certificados de seguridad HTTPS en todos los portales y páginas web municipales que carecen ellos en la actualidad.



### Ámbito B. Tecnologías aplicadas al marketing turístico

La transformación digital de la sociedad tiene consecuencias en todos los ámbitos de las relaciones humanas y, en particular en el turismo, ha cambiado el modo que tienen los destinos de interactuar con sus visitantes y residentes. Los nuevos turistas hiperconectados tienen nuevas necesidades y los destinos se deben 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. Además de estas posibilidades, las redes sociales crean efectos positivos en las relaciones usuario-marca, que a la vez comporta una mayor credibilidad y lealtad de marca.

#### Portal de turismo

La página web de un destino es, generalmente, el primer contacto con el turista potencial. **La experiencia del usuario** durante la búsqueda de contenidos en esta web será clave para que éste se genere una percepción a priori positiva o negativa. Será determinante trabajar en la actualización y mantenimiento continuo.



Fuente: [Málaga Turismo](#)



Málaga cuenta con un excelente [Portal oficial de Turismo](#) de que cumple sobradamente con su cometido de informar sobre el destino e inspirar la visita. A continuación se realiza un análisis en detalle del mismo.

CONCEPTO	SÍ/NO	COMENTARIO/RECOMENDACIÓN
Diseño responsivo	SI	El diseño responsivo permite adaptar la apariencia del portal a los distintos formatos de pantalla. Esto mejora su usabilidad desde dispositivos móviles, por lo que es una buena alternativa a contar con una versión específica para estos dispositivos.
Mapa del site	SI	El mapa del site ayuda a la correcta indexación de los portales por parte de los buscadores y sirven de orientación a los usuarios para la navegación, por lo que es recomendable incorporarlo.
Buscador interno en una posición destacada	SI	El buscador interno es visible desde todas las secciones del portal en una barra de enlaces fija en la parte superior derecha de la pantalla.
Galería de imágenes	SI	Seis imágenes asociadas a productos turísticos.
<a href="#">Vídeo</a> de presentación del destino en la home	SI	Los videos de presentación son recomendables ya que los usuarios tienen una creciente atracción por el contenido audiovisual.  En la sección multimedia hay siete vídeos de buena calidad.  Se visualizan mediante un widget de YouTube que no permite la visualización en pantalla completa.
Presencia institucional	SI	Se identifica claramente que se trata de un portal institucional, haciendo un uso adecuado de textos y logos.
Posibilidad de registro para contenido premium o	SI	Enlaces fijos en la en la cabecera y pie de todas las secciones al formulario de registro.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

newsletter		
Aparecen iconos de aplicaciones web 2.0 vinculadas con el territorio	SI	Enlaces fijos en la en la cabecera y pie de todas las secciones a los canales de Facebook, Twitter, e Instagram, YouTube y Pinterest.
Enlaces reconocibles y predecibles	SI	Todos los enlaces del portal se destacan al hacer mouse over.
Orientación del usuario en la navegación Ej.: Rastro de migas.	SI	El rastro de migas es una herramienta muy útil para orientar al usuario en la navegación y contribuye positivamente al posicionamiento en buscadores.
Agenda de eventos	SI	Existe una agenda de eventos accesible desde la home.
Existe una sección de FAQs y/o ayuda al usuario.	NO	Las preguntas frecuentes son un buen recurso para orientar al usuario en la navegación, por lo que se recomienda su uso
Mapa de situación referencial	NO	Es recomendable la utilización de mapas para ubicar geográficamente el destino.
Información relativa a cómo llegar al destino desde las distintas vías de comunicación.	SI	En la sección <a href="#">Cómo llegar</a>
Cómo moverse en el destino	SI	En la sección <a href="#">Cómo desplazarse</a> hay información sobre el transporte colectivo urbano, los aparcamientos públicos, el autobús turístico, el servicio de alquiler bicicletas, coches de caballos y vehículos eléctricos.
Donde dormir	SI	En la sección Alojamientos hay completa información de la oferta alojativa.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

Dónde comer	No	Haya una sección de gastronomía, pero no hay un directorio de establecimientos de hostelería y restauración
Que hacer	SI	La sección “Qué hacer y ver” ofrece variada información sobre la oferta de productos y servicios turísticos del destino, incluyendo propuestas de planes.  Se considera adecuado haber incluido el “que ver” con el “qué hacer” en una sola sección, que en otros portales de turismo suelen ser dos.
Experiencias turísticas	NO	Es muy recomendable la configuración de experiencias turísticas que han demostrado ser una efectiva palanca de diferenciación de los destinos.
Comercialización de productos y servicios	NO	El portal no es transaccional.
Espacios para congresos y turismo de negocios	SI	El <a href="#">Málaga Convention Bureau</a> tiene su propia página web.
Meteorología	SI	Fija y destacada en la parte superior derecha
Información de interés general: policía, bomberos, emergencias, hospitales o legislación del destino.	SI	En la sección <a href="#">De interés</a> se ofrece información de utilidad para los visitantes.
Oficinas de información turística	SI	En la sección <a href="#">Oficinas de información turística</a> , está la dirección e información de contacto de las tres oficinas de información turística.
Contacto institucional	SI	Fija en la parte inferior de todas las páginas.
Coordinación gráfica	SI	El portal mantiene la coordinación gráfica y la



y consistencia visual		consistencia visual en todas sus secciones.
Actualización del contenido	SI	El contenido del portal tiene un nivel adecuado de actualización.
Legibilidad	SI	El texto se lee con claridad gracias al uso correcto de la tipografía y la adecuada disposición de interlineados y espaciados, así como una correcta longitud de línea.
Calidad de las imágenes	SI	Las imágenes están bien recortadas y tienen buena resolución.
Iconos o metáforas visuales	SI	Los iconos son comprensibles para cualquier usuario.
Valor añadido del contenido multimedia	SI	El contenido multimedia contribuye positivamente al objetivo inspiracional del portal.
Vídeos	SI	Los vídeos, que se visualizan mediante widgets de YouTube, se ejecutan con rapidez y sin interrupciones.
Idiomas	SI	El portal es multi idioma: español, inglés, francés, alemán, italiano, chino y ruso.
Adecuado tratamiento de la marca	SI	El tratamiento de la marca es muy bueno y el look & feel del portal está acorde con la misma y es homogéneo en todas las secciones.
Visualización multimedia Tours virtuales y cámaras web.	SI	En la sección <a href="#">Málaga Tour 360º</a> hay 22 tours virtuales de gran calidad y que se ejecutan con fluidez.
Opción de descarga de aplicaciones móviles	SI	En la sección <a href="#">Aplicaciones</a> hay información sobre las aplicaciones oficiales y enlaces a su descarga.
Planificador de viaje	SI	El portal dispone de una herramienta de



		planificación de la visita
--	--	----------------------------

Para el análisis de **rendimiento general** del portal, se ha utilizado la herramienta **1&1 Análisis Web**, que revisa 4 aspectos fundamentales de la página web, como son la presentación de la página, visibilidad en motores de búsqueda, seguridad y velocidad y ofrece consejos sobre cómo mejorarla.



Fuente: [www.1and1.es](http://www.1and1.es).

El resultado del análisis de rendimiento es excelente. Cabe añadir que el Portal se posiciona correctamente en Google con los términos de búsqueda habituales para turismo.

### Redes Sociales

Málaga, como destino turístico, tiene una presencia destacada en redes sociales. El Área de Turismo gestiona los perfiles en Facebook, Twitter, YouTube e Instagram con independencia del resto de perfiles del Ayuntamiento. Tanto en Facebook como en Twitter se utiliza la marca “Málaga Ciudad Genial” lo que da continuidad a la imagen del Portal de Turismo y da seguridad al usuario respecto la oficialidad de los mismos. La cuenta de Twitter está verificada.

Red Social/ Nº subscriptores	Observaciones
 178.395	<a href="#">Málaga Ciudad Genial</a> Ocupa la segunda posición, tras Madrid, en el ranking de destinos



	nacionales. Publicaciones recientes, timeline actualizado, fotos de buena calidad y de colaboradores, nombre del perfil fácilmente identificable, buena posición en las búsquedas orgánicas. El área de información (about) está bien aprovechada
 29.600	<a href="#">Málaga Ciudad Genial</a> Sexto en el ranking de destinos encabezado por Sevilla, Turismo Andaluz y Granada. Perfil dinámico, adecuadamente actualizado. Verificado 
 3.460	<a href="#">Málaga Turismo</a> El canal acumula más de 830.000 visualizaciones en sus 37 vídeos.
 47.100	<a href="#">malagaturismo</a> Tercero en el ranking nacional por detrás de Barcelona y Madrid. Contenido reciente, con 1.368 publicaciones de gran calidad.

### Aplicaciones móviles

En el contexto actual, las aplicaciones compiten con muchos otros servicios por el espacio en los dispositivos móviles. Por ello, una aplicación debe estar muy bien diseñada y ofrecer un valor añadido específico que incentive su descarga por parte de los ciudadanos y visitantes.

Málaga dispone de numerosas aplicaciones para prestar servicios a sus ciudadanos y visitantes. A continuación, se analizan las aplicaciones turísticas oficiales.

Turismo Málaga: Aplicación nativa, disponible para Android e iOS, con un peso de 56,6 MB.

El look and feel de la aplicación es similar al del Portal de Turismo y hace uso de la marca Málaga Ciudad Genial, lo que contribuye a su correcta identificación como aplicación oficial de turismo.

La aplicación es multi-idioma y está disponible en es español, inglés, francés, alemán, italiano, chino y ruso, mismos idiomas que el portal.

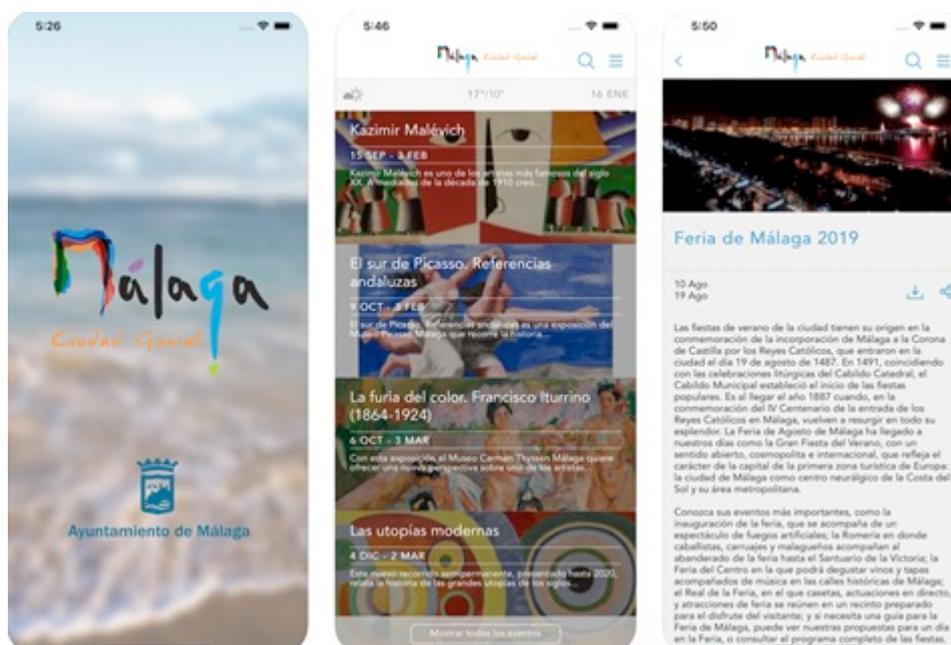
Sólo permite navegación logada, dando la opción de registro o ingreso con el usuario de Facebook.



La usabilidad de la aplicación es correcta, permitiendo un acceso fácil al menú de y una navegación intuitiva por las diferentes secciones.

Los recursos están estructurados en las mismas categorías que el portal, lo que favorece la transición de un interfaz a otro. Todos los recursos están geolocalizados, aunque aparecen fichas vacías o con información incompleta.

Se hace un uso adecuado de las imágenes que son de buena calidad.



Fuente: Apple App Store

### Gestión del Marketing Online

La gestión de las plataformas digitales de turismo de Málaga (Portal, redes sociales y apps) está subcontratada a la empresa [AccionMk](#) que tiene encomendada la optimización del posicionamiento del destino en los diferentes canales. Elabora informes mensuales de seguimiento.

Así mismo, [AccionMk](#) se encarga de la gestión de contenidos del Portal de Turismo.

### Señalética Smart / QR / NFC

La EMT ha tiene desplegado un sistema que permite a los usuarios de smartphones el empleo de la cámara de fotos incorporada en el terminal para la captura de un código de QR. Una vez efectuada la lectura, la aplicación redirige directamente a la página web de la EMT, donde se muestra en la pantalla del móvil el tiempo de paso de los



próximos autobuses por dicha parada. Todo ello en una operación que supone escasos segundos y sin coste para el usuario.

El sistema incluye el pago a bordo de los autobuses mediante tecnología NFC, que permite validar el viaje acercando el móvil al lector situado dentro del autobús, comprar y hacer uso de los títulos de transporte en el 100% de la flota, e informar al usuario a través de etiquetas NFC sobre horarios, líneas y tiempos de espera en las paradas.

En la actualidad no existe despliegue de beacons en el destino, pero el Plan Estratégico de Innovación en su **Proyecto 3.3.2.A. Puntos de Acceso Wi-Fi y Beacons en Mercados Municipales**, contempla la implantación de puntos de acceso Wi-Fi gratuito o Wi-Fi social en la totalidad de mercados municipales, como parte de las acciones contempladas en la iniciativa Smart Costa del Sol

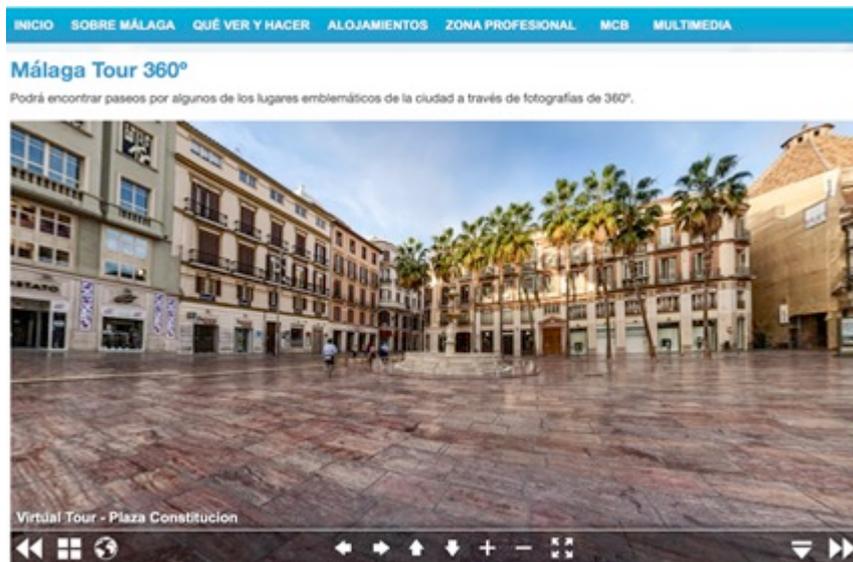
La actuación contempla además la implantación de 88 beacons en distintas zonas de interés turístico de la ciudad.

Por otro lado, el **Proyecto 6.3.2.B Beacons es Museos**, contempla el despliegue de una red de beacons en el Museo del Patrimonio Municipal de Málaga (MUPAM).

Los beacons deben actuar con aplicaciones para dispositivos móviles, ya sea mediante la adaptación de las existentes mediante el desarrollo de nuevas aplicaciones como es el caso de la aplicación Smart Costa del Sol contemplada en la Componente 12 de la iniciativa homónima.

### **Tecnologías de visualización de recursos**

El Portal de turismo dispone, en la sección [Málaga Tour 360º](#) de 22 tours virtuales de gran calidad y que se ejecutan con fluidez.



Fuente: [Málaga Turismo](#)

Por otra parte, la aplicación de la EMT, hace uso de realidad aumentada para mostrar a los usuarios la ubicación de las paradas más cercanas.

### **Oficina de información turística inteligente.**

La Oficina de Información Turística de la plaza de la Marina cuenta con dos pantallas táctiles instaladas como parte de la Componente 13 del Smart Costa del Sol “Espacios Flag-Ship”. Las pantallas no cuentan con software específico ni están integradas con un gestor de contenidos.

Así mismo cuenta con un sistema de control de afluencia correspondiente a la Componente 8 del Smart Costa del Sol.

De cara a la posible implantación de tecnologías en la oficina de Información Turística, a continuación, se relacionan una serie de recomendaciones generales para una “Oficina de Turismo Smart”:

- La oficina debe disponer de una red Wi-fi de acceso gratuito con un dimensionamiento adecuado en cuanto a ancho de banda por usuario y número de usuarios simultáneos que permita el acceso a información y la descarga de contenidos digitales de forma ágil. Aunque la red Wi-fi permita el libre acceso a internet, en primera instancia debe enviar a los usuarios a un portal cautivo de turismo en el que deben destacarse enlaces al portal de



turismo del destino, a la descarga de la APP del destino (si existe) y de cualquier otro contenido digital que esté disponible.

- Mesas o mostradores táctiles interactivos, permitan el acceso a una plataforma de comercialización del destino para informar, reservar y compartir experiencias en el destino. Para ello, toda la información sobre el destino debe estar disponible en formato digital.
- Si existe una APP del destino, esta debe estar convenientemente anunciada en la oficina para invitar a la descarga de la misma. Los carteles en los que se informe sobre la APP tendrán códigos QR que escaneándolos lleven a la descarga de la APP en sus versiones iOS y Android.
- Videowall conformado por una pared de monitores, que van a permitir proyectar vídeos del destino y retransmisiones en directo a través de “streaming” de eventos que estén aconteciendo en el destino, o de cualquier otro contenido audiovisual disponible con la resolución adecuada al tamaño del videowall.
- Experiencias inmersivas mediante el uso de realidad aumentada, mixta o virtual. Hace posible interactuar con vídeos e imágenes del destino, productos y servicios turísticos de manera inteligente y personalizada. Esta tecnología se puede utilizar para dotar de tridimensionalidad a objetos de dos dimensiones, como mapas o guías turísticas. También permite la recreación histórica de edificios y monumentos antiguos, añadiendo capas de información sobre la imagen real, modificándola para que el usuario la observe cómo era originalmente o insertar personajes virtuales (guías) que sitúen al usuario en el contexto histórico del que se trate. Estos sistemas pueden ser interactivos mediante sensores que permitan al usuario interactuar mediante gestos o movimientos con lo que está ocurriendo en ese momento.
- Video MAPPING: Consiste en proyectar imágenes sobre una superficie para conseguir efectos de movimiento o 3D. Lo más habitual es proyectar imágenes sobre edificios, aunque es posible realizarlo sobre cualquier otro objeto, acompañado de efectos visuales y sonoros, aportando una mayor espectacularidad. Es una herramienta que permite dar vida a los edificios recreando ilusiones ópticas, dando volumen y tridimensionalidad a las superficies de proyección. Esta tecnología tiene un gran valor porque permite crear contenidos artísticos que den información sobre el destino y un



espectáculo audiovisual nocturno incrementando el potencial de pernoctaciones.

- Beacons: Es una herramienta de marketing de proximidad. Los “beacons” interactúan con dispositivos móviles a través de aplicaciones enviando los mensajes (ofertas, propuestas, etc.) de interés para el visitante. En el caso de la Oficina de Información Turística, los “beacons” se pueden usar en el interior para generar interacción con los visitantes en función de la zona en la que estén.
- Libro de visitas interactivo, que permite al visitante grabar o compartir su experiencia de viaje tanto en redes sociales como con otros viajeros, lo que ayuda a que futuros visitantes de la oficina y del destino puedan hacerse eco de las opiniones y decidir en tiempo real cuál puede ser la ruta a seguir.
- Totem exterior interactivo: El tótem en el exterior de la oficina permite seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina. Los más completos, de tipo kiosco, permiten realizar el pago servicios con tarjeta de crédito.
- Soluciones de conectividad móvil (mi-fi) para los usuarios a través de routers portátiles que funcionan con tarjetas 4G de operadores nacionales y soportan la conexión de hasta cinco dispositivos. Otros servicios pueden ser las tablets con conexión 4G que incorporaran todas las aplicaciones turísticas preinstaladas que pueda necesitar el visitante.
- Dispositivos wearables: a modo de ejemplo se pueden mencionar las pulseras inteligentes para niños que envían un mensaje al dispositivo móvil que se configure (el de los padres normalmente) cuando el niño se aleja más de una distancia determinada. Estos dispositivos son relativamente económicos y pueden ofrecer un servicio de valor añadido en destinos de turismo para familias. A medida que se extienda el uso de los wearables las aplicaciones que se desarrollen en los destinos deberán tener en cuenta este tipo de dispositivos. Por ejemplo, en una zona equipada con beacons el turista puede recibir alertas en un smartwatch en lugar de tener que estar pendiente de su smartphone.

### **Sistemas de Información turística 24/7**

En el marco de la Estrategia EDUSI de 2019 se acondicionaron 10 cabinas telefónicas como puntos de información turística de proximidad.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Mapa de susceptibilidad de crecimiento Fuente: Agenda 21 Málaga 2015*



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### TEC.B1. Mejoras en el Portal de Turismo

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Innovación
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>El Área de Turismo ha comunicado su intención de iniciar el proyecto de un nuevo portal de Turismo. Mientras esto ocurre, cabe hacer los siguientes comentarios sobre el actual.</p> <p>En general el Portal de Turismo de Málaga cumple con su cometido, sin embargo, cabe hacer algunas recomendaciones de mejora.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Implementación de certificados HTTPS.</li><li>• Geolocalización de recursos: La gran mayoría de los recursos del portal está adecuadamente geolocalizados, pero hay algunos como los <a href="#">Miradores</a>, que no lo están. Se recomienda completar la geolocalización de recursos.</li><li>• Se recomienda crear una sección de preguntas y respuestas ya que son muy útiles para los usuarios.</li><li>• Se recomienda incluir un mapa de situación referencial de Málaga en la sección <a href="#">Situación</a></li><li>• Habilitación del mapa del site y reconstrucción del enlace inactivo al mismo en la parte inferior de las páginas.</li></ul>	

### TEC.B2. Gestión de contenidos de la aplicación Turismo Málaga

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta



Algunas de las fichas de recursos de la aplicación están vacías o incompletas, como es el caso de las playas.

Se recomienda la actualización del contenido de la aplicación completando las fichas incompletas.

### TEC.B3. Resolución errores de la aplicación Audioguía Málaga

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta
La aplicación Audioguía Málaga en su versión iOS no se ejecuta correctamente. Se recomienda llevar a cabo las acciones necesarias para solucionar esta incidencia.	

### TEC.B4. Plataforma de comercialización online

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Innovación
<b>Prioridad</b>	Alta
Se recomienda la implantación de una plataforma de comercialización online que permita la comercialización de productos y servicios turísticos del destino. La plataforma debe permitir la configuración y comercialización de experiencias turísticas.	

### TEC.B5. Aprovechamiento del despliegue de beacons previsto en el Smart Costa del Sol

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
--------------------	--------------------



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta
Se recomienda el aprovechamiento del despliegue de beacons previsto en la iniciativa Smart Costa del Sol para las aplicaciones turísticas existentes en el destino, dotando a las mismas de un módulo de gestión para este tipo de dispositivos.	



### Ámbito C. Infraestructuras tecnológicas

Las infraestructuras tecnológicas desplegadas en un destino son la base para el óptimo aprovechamiento de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes. Los turistas demandan conectividad por lo que es importante que cualquier despliegue de infraestructuras tecnológicas permita realizar una gestión más eficiente de los servicios y que los gestores del destino tengan un mejor conocimiento de su realidad a la hora de afrontar el proceso de toma de decisiones informadas e inteligentes.

#### **Sensórica desplegada en el destino**

##### Sensores para la calidad del aire

El Ayuntamiento de Málaga cuenta con un sistema de monitorización de la calidad de aire basado en la adquisición, almacenamiento y procesamiento de información ambiental a través de sensores.

En concreto, existen 59 unidades de monitoreo ambiental repartidas por toda la ciudad (3 fijas, 15 móviles, 40 móviles de bajo coste y 1 Laboratoriomóvil).

Los datos recolectados son enviados posteriormente a través de GPRS/Wi-Fi o Bluetooth a los correspondientes servidores, para finalmente estar a disposición de la ciudadanía a través del portal de Datos Abiertos del Ayuntamiento.

Las 15 unidades móviles se encuentran ubicadas en carros de reparto postal. Además, participan voluntariamente 40 ciclistas que llevan incorporados en sus bicicletas dispositivos móviles de bajo coste, los cuales proporcionan datos cualitativos sobre la calidad del aire. A través de una aplicación móvil, los ciclistas reciben información sobre las rutas más saludables para transitar en bicicleta.

##### Sensores de uso y calidad del agua

EMASA realiza una serie de acciones encaminadas a la mejora del rendimiento de la red de distribución:

- Sectorización de la red
- Gestión de presiones
- Detección de fugas
- Telelectura



Esto ha permitido mejorar los indicadores de rendimiento y ha posibilitado llevar a cabo trabajos preventivos para evitar averías, lo que ha llevado a una disminución de los costes de operación y una mejora en la calidad del servicio.

EMASA gestiona 220.000 contadores, de los cuales 140.000 son electrónicos. De éstos, 50.000 permiten realizar lecturas diarias.

### Sensores en vehículos públicos

En el marco del proyecto [2MOVE2](#) se han instalado sensores de calidad del aire en la parte superior de cuatro autobuses de la flota de transporte público, lo que permite obtener datos fiables de la evolución de la calidad del aire en varias zonas de la ciudad.

### Sensores para medir movilidad y/o aparcamiento

Los aparcamientos subterráneos gestionados por SAMASSA, disponen de un sistema de guiado de aparcamiento basado en la instalación de sensores que detectan la disponibilidad de plazas en la zona definida, transmitiendo esta información en tiempo real e indicando a los conductores la ubicación del aparcamiento libre más cercano a través de la aplicación móvil.

### Tecnología asociada a la gestión de ruidos

Málaga dispone de una Red Telemática de Limitadores o Controladores Acústicos ha sido creada con el fin de combatir el ruido generado por los equipos de reproducción sonora de los establecimientos de ocio nocturno y es controlada a través de la aplicación TELCA (Sistema de Telegestión de Limitadores Acústicos).

## **Plataformas de Integración de la Información del destino (plataforma Smart)**

La componente 1 del proyecto Smart Costa del Sol contempla el desarrollo e implantación de “PLATAFORMA SMART, BI Y CUADRO DE MANDO” que integrará para su gestión fuentes de datos diversas, entre ellos deberá ser capaz de integrar entre otras la información proveniente de sensores/actuadores gestionadas por la ciudad, dispositivos de los ciudadanos, de redes sociales, de flujos de datos, otros sistemas de gestión TI como SCADAS, fuentes Big Data o soluciones de gestión implantadas en el ayuntamiento.

La plataforma aglutinará los verticales existentes de Energía, Medio Ambiente, Seguridad y Emergencia, Transporte Público, Gestión Integral del Tráfico y Estacionamientos.



### **Conectividad en el destino**

#### Fibra óptica

La ciudad de Málaga ha desplegado más de 70 km de fibra óptica municipal que permite la interconexión de sedes municipales bajo un diseño que incorpora los servicios de datos, voz, y video de muy alta velocidad, seguridad y sin coste por uso.

El CEMI está registrado como operador de telecomunicaciones en régimen de autoprestación.

#### Red inalámbrica municipal

Este proyecto consiste en el despliegue de una red inalámbrica con tecnología de acceso WIMAX y en troncal de banda licenciada, con el objetivo de dar servicio a:

- Emergencias de Policía, Bomberos y Protección Civil.
- Respaldo de nodos de conmutación de fibra.
- Acceso para sedes con coberturas deficientes por cable.
- Red de cámaras turísticas en la Web.
- Red Wi-Fi Municipal.

La red Wi-Fi municipal para acceso ciudadano, gestionada por el Centro CEMI, tiene como objetivo ofrecer a los ciudadanos conectividad inalámbrica a Internet en edificios municipales, consta de 140 puntos de acceso en el interior de los edificios municipales.

### **Sistemas de información, gestión y cobro para el uso de elementos de movilidad urbana individual**

Málaga cuenta con un sistema público de préstamo de bicicletas convencionales con 400 bicicletas en 23 estaciones y una media de 26.000 usuarios anuales. El uso de la bicicleta se ve favorecido por los 43 km de carril bici y los 900 estacionamientos reservados para bicicletas. Está planificada la ampliación del carril bici a 69 km.

En Málaga hay desplegados 35 puntos de recarga públicos, siendo 26 de ellos de carga rápida gestionados por la empresa pública SMASSA.

Por otra parte, Málaga participa junto con Berlín y Gotemburgo en el proyecto 'Meister', dentro del Horizonte 2020 de la Comisión Europea, para proporcionar a las ciudades plataformas y servicios interoperables para el acceso al servicio de carga y facturación para vehículos eléctricos.



### Plataforma de Vigilancia Urbana

#### CENTRO MUNICIPAL DE EMERGENCIAS (CME)

En Centro Municipal de Emergencias (CME) se integran los servicios de atención y emergencias municipales, en una única central de llamadas a los teléfonos 092 (policía local), 010 (Servicio de Atención Integral al Ciudadano y del Servicio Urgente de Atención a la Mujer Maltratada) y 080 (bomberos) o al servicio 112.

#### CENTRO INTEGRADO DE SEÑALES DE ALARMA Y VIDEOVIGILANCIA (CISAVI)

Ubicado en el CEM, controla las señales de videovigilancia y de alarma, tanto de intrusión como de incendio, instaladas en los edificios municipales. También se controlan las cámaras de videovigilancia del Centro Histórico.

La videovigilancia del Centro está implantada en ocho calles, con una superficie total de 15.000 metros cuadrados, controladas las 24 horas, y se almacenan las imágenes durante un plazo máximo de un mes antes de su eliminación.

Por otra parte, hay treinta cámaras de videovigilancia nocturna en los polígonos industriales de Guadalhorce, Azucarera y Santa Bárbara.



CISAVI. Fuente: Ayuntamiento de Málaga



### SOCORRISMO Y VIGILANCIA DE PLAYAS

El Ayuntamiento de Málaga ha instalado tres [Puntos Naranjas](#): dispositivos de salvamento acuático que permiten controlar 3 zonas de la Playa de la Malagueta en un radio de 300 m. Por medio de estos dispositivos, los socorristas pueden rescatar a bañistas pulsando un mando a distancia que conectan con el centro de recepción de alarma y que recoge un arnés unido al punto de salvamento por medio de un motor eléctrico. De esta manera, es posible retornar a la orilla sin necesidad de esfuerzo y realizar las labores de atención sanitaria al máximo de sus capacidades.

El sistema cuenta con un micrófono y un altavoz que garantizan la comunicación tierra-agua en todo momento y con un módulo GSM/GPRS, que le permite enviar a los terminales telefónicos datos sobre la radiación solar, la fuerza y el cambio de la marea y los vientos, la temperatura o la calidad del agua.

Se encuentra disponible los 365 días del año, pudiendo ser utilizado por cualquier persona al contar con instrucciones detalladas de uso en su exterior y estar protegido frente a vandalismo.



Punto naranja. Fuente: [Nomad-Room](#)



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### TEC.C1. Testeo de la utilización de los pasos de peatones inteligentes

<b>Responsable</b>	Área de Movilidad
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Otra de las medidas que se recomienda llevar a cabo en temas de seguridad es la instalación de pasos de peatones inteligentes. Estos pasos de peatones se activan a partir de la detección de movimiento a la acera cuando se pretende cruzar y enciende dos puntos de luz muy potentes para alertar los vehículos, reduciendo el número de atropellos.</p> <p>Se recomienda realizar un testeo con el fin de que se pruebe la eficacia de su utilización y se amplíe su uso, en caso de ser positivo, progresivamente a toda la ciudad. Este testeo se debería realizar comparando datos de accidentes de tráfico en la zona en distintos años y recogiendo información mediante encuestas.</p>	

### TEC.C2. Impulso a la infraestructura de recarga de vehículos eléctricos

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Se recomienda fomentar el uso de vehículo eléctrico mediante la instalación de puntos de carga en superficie con la correspondiente reserva de plaza.</p> <p>Una vez se disponga de los mismos, se recomienda incorporar al portal de turismo y del Ayuntamiento la información geolocalizada sobre los puntos de recarga para vehículos eléctricos. A futuro se podría hacer un desarrollo que permita a los usuarios conocer en tiempo real el estado del punto (si está siendo utilizado por</p>	



ejemplo).

En algunos municipios se está pensando en la posibilidad de activación del servicio a través de un teléfono móvil inteligente con una aplicación específica o bien mediante un código QR o sistema similar, lo facilitaría el uso del servicio.

Además, el gestor deberá disponer de acceso a las estadísticas de uso y consultar el histórico.

### TEC.C3. Incorporación de wereables para niños en playas

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Baja

Dado que es un habitual y que va en consonancia con la estrategia de turismo familiar del destino, se recomienda que se incluyan dispositivos wereables que permitan a padres y niños encontrarse en la playa en caso de perderse.

Se propone el uso de *Smartbands*, que son dispositivos que funcionan con tecnología NFC que posibilita la búsqueda del menor. Estas pulseras **inteligentes** contienen un chip o código QR que incorpora información del pequeño y de sus familiares, así como su dirección. De esta forma no hay ningún dato visible, para respetar el derecho a la protección de datos del menor y de la familia.

También existen otras opciones que envían un mensaje al dispositivo móvil que se configure (de los padres normalmente) cuando el niño se aleja más de una distancia determinada.



### Ámbito D. Sistemas de conocimiento turístico

La gestión del conocimiento e inteligencia turística generados en un destino es un factor clave en el proceso de toma de decisiones. Los requisitos para un DTI pasan por el conocimiento individualizado del turista, de la oferta y una gestión transparente y pública de los datos del sistema.

En cuanto al uso de **herramientas de Business Intelligence**, Málaga no dispone de las mismas para el tratamiento de información de carácter turístico. Con esta información el equipo gestor podrá anticiparse a los hechos y planear acciones más informadas.

No se realizan estudios **de escucha activa** que permitirían hacer un análisis de Big Data a partir de las diferentes redes sociales de Málaga. Sí se realizan análisis de escucha en redes sociales, pero es recomendable ir un paso más allá y trabajar la reputación online. El objetivo es analizar a través de todos los canales online aquellas conversaciones que pueden tener relación directa o indirecta Málaga y utilizar herramientas que permitan monitorizar redes, foros, blogs, etc. Con el ánimo de saber dónde se habla de Málaga como destino, en qué contexto, y si su tono es positivo o negativo.

Con respecto a la **transparencia y publicación de los datos**, Málaga pone a publica los informes de los informes de los que dispone a través de las diferentes plataformas que gestiona, como es el caso del [Portal de Datos Abiertos](#).

Será fundamental que todos estos datos y los que se están generando en el destino continuamente sean identificados y se puedan agrupar en una herramienta que permita su análisis, ya que tener herramientas de escucha activa o datos de distintas fuentes resulta interesante, pero lo que genera valor añadido es conectarlo con el sistema.

Por ello, se debe promover la creación de cuadros de mando de turismo o de un **Sistema de Inteligencia Turística**, que englobe las diferentes fuentes de información turística y que incluya una capa de análisis que permita sacar todo el partido a los datos. Esta herramienta sistematizada e inteligente permite automatizar el análisis de la coyuntura turística del destino y facilita la transformación de los datos en conocimiento útil para el desarrollo turístico de la ciudad.

En cuanto a sistemas de **Big Data Turístico**, la componente 9 del proyecto Smart Costa del Sol contempla un estudio Big Data Turístico que se basará en el análisis de datos anonimizados sobre visitantes, con el fin de mejorar la inteligencia turística de los



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

gestores del destino, habilitándoles así para la toma de decisiones informadas y la mejor planificación de sus estrategias.

Se utilizarán fuentes de datos externas como dispositivos móviles y/o información de TPVs de tarjetas de crédito, durante cuatro periodos de dos semanas en febrero, Semana Santa, agosto y Navidad.

Si bien este planteamiento es correcto y las fuentes de datos seleccionadas aporta una información de calidad que permite conocer en detalles el comportamiento de compras de los turistas y sus movimientos por el destino, la limitación en la duración de los periodos de captación de datos, debido al alto coste de obtención de los mismos, hacen que la información que arrojan no es más que una foto, muy precisa, de los periodos estudiados. Por esta razón, es conveniente recurrir a fuentes de datos más estables en el tiempo, que permitan dibujar tendencias e identificar patrones.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### TEC.D1. Dotación de herramientas de gestión estadística al destino

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media

Se recomienda dotar al destino y a todos los agentes que intervienen en el sector turístico de herramientas de gestión estadística que permitan centralizar y unificar toda la información en formatos que faciliten su análisis o sean documentos informativos.

Será imprescindible fomentar el interés en recopilar y suministrar datos estadísticos entre las empresas privadas que todavía no lo hagan y premiar estas acciones generando análisis e informes que se distribuyan al sector con los datos suministrados, de modo que sean conscientes de la importancia de recopilar información.

### TEC.D2. Realización de estudios de escucha activa

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media

Se recomienda que Málaga utilice sistemas de escucha activa de Internet, sobre todo de redes como Facebook, Instagram y Twitter, mediante los cuales el equipo gestor del destino podrá anticiparse a los hechos y actuar de la mejor manera. Los datos obtenidos se deberán añadir al sistema de inteligencia que desarrolle, ya que tener herramientas de escucha activa resulta interesante, pero lo que genera valor añadido es conectarlo con el sistema.



En este sentido, en destinos nacionales se está trabajando en este sentido de una manera creciente, como por ejemplo en Salou. A nivel internacional, una buena práctica a tener en cuenta es la realizada por la [Oficina de Turismo de Calgary](#), en colaboración con socios y partners tecnológicos, ha impulsado el desarrollo de una iniciativa de *social listening*, dentro del proyecto *Brand Evolution Project*, que busca redefinir la marca de la ciudad con el objetivo de representar fielmente el valor turístico del destino.

### TEC.D3. Dotación de herramientas de Business Intelligence

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media

Existen 3 tipos de herramientas de BI que harán que Málaga pueda entender, analizar y poner en valor la información de la que dispone y que por lo tanto serán necesarias para la conversión del destino en un Destino Turístico Inteligente:

- Herramientas para la gestión de datos (del inglés, data management tools): Permiten desde la depuración y estandarización de datos de procedencia diversa hasta su extracción, transformación y traslado a un determinado sistema.
- Las aplicaciones para descubrir nuevos datos: Permiten recopilar y evaluar nueva información (data mining o minería de datos) y aplicar sobre la nueva o sobre la ya disponible técnicas de análisis predictivo para realizar proyecciones de futuro.
- Herramientas de *reporting*.: Una vez recopilada y tratada toda esa información preexistente o nueva, ayudan a las empresas a visualizarla de manera gráfica e intuitiva. Esta herramienta va relacionada con la última recomendación dentro del área de tecnología y deberá ser vista en conjunto.



#### TEC.D4. Creación de una plataforma de Sistema de Inteligencia Turística

**Responsable** Área de Innovación

**Secundario** Área de Turismo

**Prioridad** Media

Se recomienda la implantación Sistema de Inteligencia Turística (SIT), un instrumento basado en el análisis exhaustivo de distintas fuentes de información seleccionadas en función de las necesidades e idiosincrasia de un territorio y las prioridades que se marquen por sus gestores.

El sistema debe ser capaz de cargar, procesar y analizar información que transformará en conocimiento de utilidad, relevante, sistematizado y ordenado, para ponerlo al servicio del gestor del destino y todos los actores del mismo.

El SIT debe ser capaz de integrarse como vertical de Turismo con otras plataformas de ciudad.

Más allá del valor innovador y del uso de tecnologías de última generación (Big Data y Business Intelligence), es de vital importancia detectar y fomentar la generación de información relevante, de forma que el destino sea capaz de constituirse como principal fuente generadora de inteligencia y conocimiento turístico a nivel local.

#### **Elementos fundamentales con los que deberá contar un SIT:**

##### CONOCIMIENTO

TURISMO + ESTADÍSTICA + TECNOLOGÍA imprescindible tener conocimiento en:

- El sector turístico
- Métodos y procedimientos académicos de la investigación social
- Estadística y técnicas de data mining
- Análisis turístico

##### DATOS e INFORMACIÓN

- Identificación de nuevas fuentes de datos que permiten superar las limitaciones actuales de la información
- Nuevas propuestas para obtener datos propios a menor coste
- Información basada en actividad real
- Máximo alcance de la información geográfica
- Alta frecuencia en la periodicidad del dato

##### TECNOLOGÍA



La información debe estar pre calculada y, por tanto:

- Libre de errores
- Debe incluir reglas de validación
- Los procedimientos de captura, depuración y análisis de la información deben ser automáticos

Configuración por módulos: personalización.

### TEC.D5. Big Data Turístico

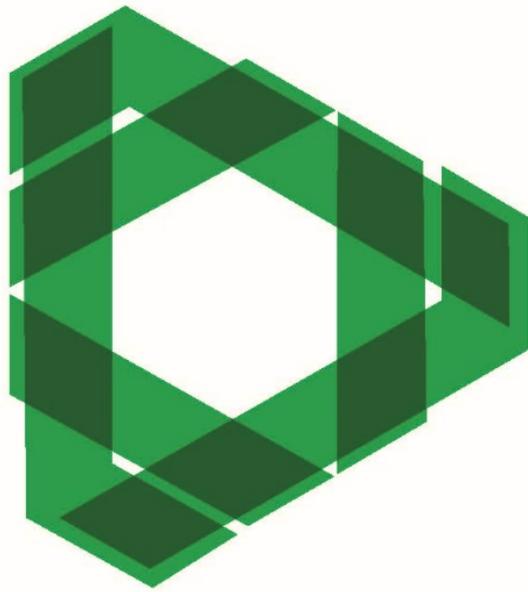
<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta

A pesar de que el proyecto Smart Costa del Sol contempla un estudio Big Data Turístico, este se basa en el análisis de fuentes externas en cuatro periodos de dos semanas. Esto proporcionará al destino una foto precisa de sus visitantes ese año.

Se recomienda el establecimiento de un sistema estable de inteligencia turística mediante la configuración de un Big Data Turístico con fuentes estables en el tiempo. Para ello, se pueden usar tanto fuente de datos externas (redes sociales, TPVs, o dispositivos móviles), como internas (sensórica, aplicaciones).

En la medida en que recurrir a fuentes externas sigue siendo económicamente poco viable, se recomienda apoyar se en fuentes internas todo lo que sea posible.

Las aplicaciones móviles pueden ser una buena fuente de datos si se utilizan correctamente. Una aplicación como TurismoMálaga puede ser una excelente fuente de datos, sobre todo si se la complementa con despliegues de beacons como los que están previstos en el destino.



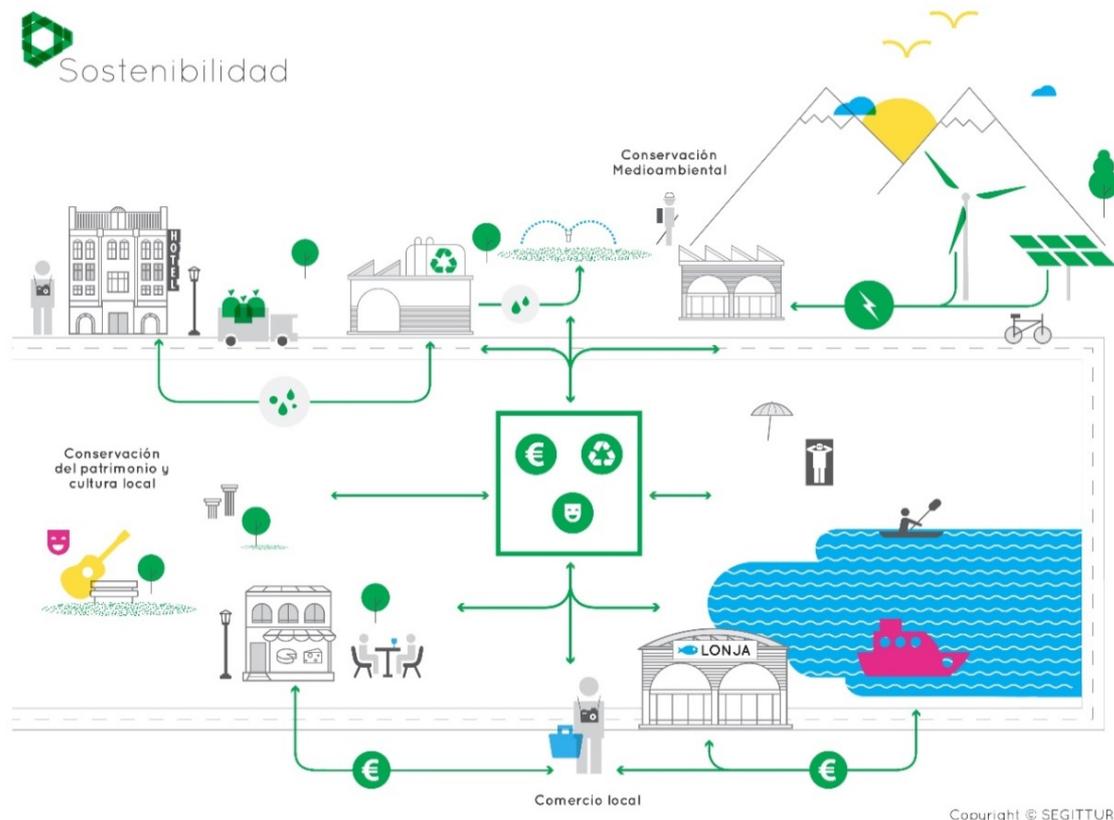
**SOSTENIBILIDAD**



### 4.4. 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.

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





#### 4.4.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad

Para ajustarse a la definición de turismo sostenible, el destino debe adoptar enfoques transversales, interdisciplinarios e integradores, que incluyan **cuatro objetivos principales**, y que sirven para definir los cuatro ámbitos de análisis:

- Demostrar una gestión sostenible del destino: **política turística sostenible y responsable**.
- Maximizar los beneficios para las comunidades, los visitantes y el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos: **conservación y mejora del patrimonio cultural**.
- Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos: **conservación y mejora medioambiental**.
- Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad receptora, minimizando los impactos negativos: **desarrollo social y económico del destino**.



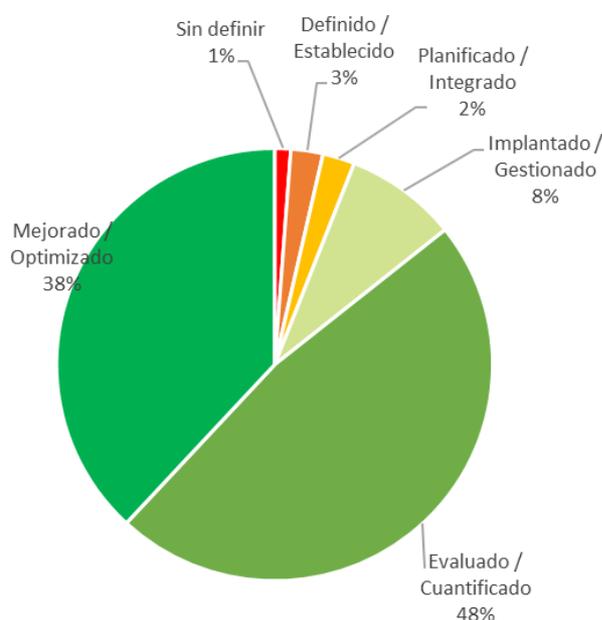


En la ciudad de **Málaga**, se han analizado los **cuatro ámbitos del eje de sostenibilidad**, comprobando que se ha realizado un notable esfuerzo en sostenibilidad turística, implicando tanto al sector público como al privado. Málaga supone una referencia de buenas prácticas sostenibles para otros destinos turísticos, aunque puede seguir mejorando. El **grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en **el eje de sostenibilidad es del 82,6%**.

En sostenibilidad el Ayuntamiento de Málaga lleva años trabajando, así como en la protección de su cultura, en su sentido más amplio. Estas acciones son fruto del esfuerzo realizado por el Consistorio desde hace más de 20 años para posicionar a Málaga como ciudad de referencia en sostenibilidad turística.

En un porcentaje muy elevado se da un cumplimiento satisfactorio de los requisitos exigibles. En la mayor parte de los requisitos ya hay proyectos asentados y maduros, o bien existen proyectos que pretenden ser ejecutados en el corto plazo.

### Evaluación cumplimiento sostenibilidad



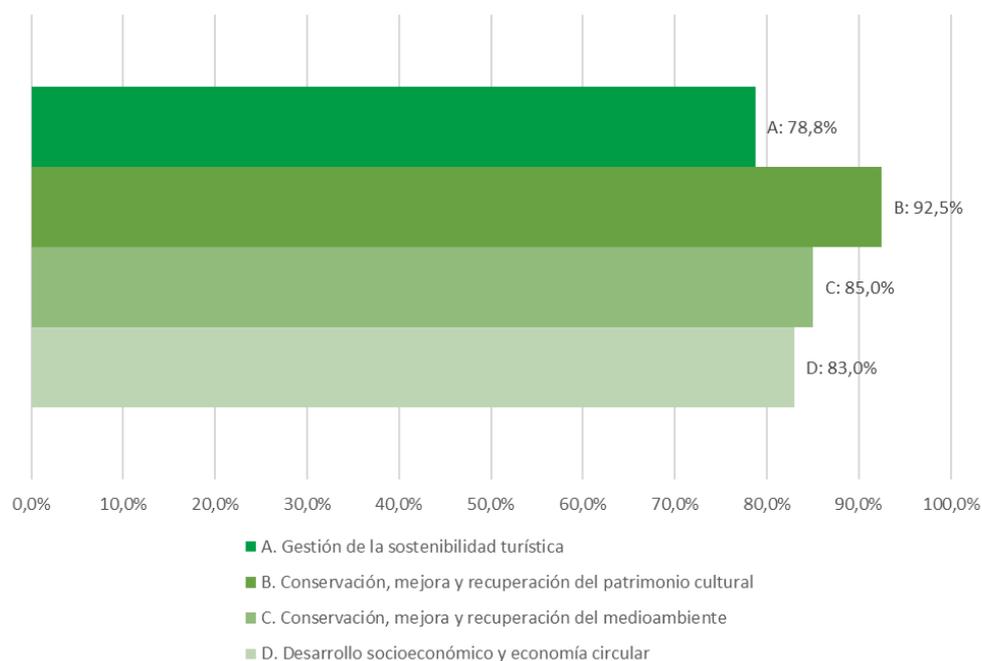
Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

En cuanto a los cuatro ámbitos de evaluación del eje, destaca positivamente que prácticamente todos ellos llegan a 80%. En **Conservación y mejora del patrimonio cultural (92,5%** de grado de cumplimiento) casi se roza la excelencia, seguido de la **Conservación y mejora ambiental (85,0%** de grado de cumplimiento), en tercer lugar



el **Desarrollo en sostenibilidad socioeconómica del destino y economía circular (83,0%** de cumplimiento) y, aunque en último lugar, también con buen porcentaje de cumplimiento **Gestión de la sostenibilidad turística y disponibilidad de instrumentos de turismo sostenible (78,%** de grado de cumplimiento).

### Ámbitos de evaluación de la sostenibilidad



*Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR*

A continuación, se realiza un análisis de los requisitos por ámbitos. Dentro de cada uno de ellos, las conclusiones se presentan agrupadas por categorías para conseguir una mayor coherencia en el análisis y con el objetivo de trasladar mejor las valoraciones.



#### 4.4.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

##### Ámbito A. Instrumentos de política de turismo responsable y sostenible

En este apartado se analizan los elementos necesarios para la puesta en marcha de una política sostenible en turismo, desde la definición de la estrategia a los elementos normativos, de control, uso y comunicación que permitan su implantación y desarrollo.

##### Planificación y monitorización

Por lo que respecta a la planificación se ha analizado, por una parte, la gestión de la sostenibilidad turística en el destino, la existencia de un ente gestor y de un plan de política turística sostenible y responsable, la disponibilidad de un plan de acción con ejes de actuación basados en la sostenibilidad con carácter de estrategia de turismo plurianual, y un compromiso documentado con la sostenibilidad, la gestión de la sostenibilidad en el sector privado, los planes de gestión de los visitantes, la gestión de la estacionalidad, etc. Por otra parte, se ha examinado la existencia de una política común ambiental en el municipio con proyectos integrales de sostenibilidad municipal, estrategias de desarrollo urbano sostenible, movilidad sostenible, etc.

Málaga actualmente tiene en vigor el *Plan Estratégico del Turismo de Málaga 2016-2020*. El Plan estratégico del turismo de Málaga 2020 establece una serie de líneas estratégicas que hace necesario que todos los agentes turísticos del destino, tanto públicos como privados trabajen al unísono:

- Fortalecimiento del destino Málaga
- Estrategia de conciencia ciudadana
- Apuesta por la calidad del sector
- Intensificación de la coordinación institucional
- Consolidación de los segmentos turísticos tradicionales
- Apuesta por nuevos segmentos

Málaga ahora ha de abordar un nuevo Plan turístico, una vez que el periodo de vida del anterior plan termina este año. Para ello, dentro de las funciones del Área de



Turismo y Promoción de la Ciudad está el redactar un *Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2020-2030*. El Plan tendrá como referencia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con estrategias bien asociadas a los objetivos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y bajo la premisa de primar la calidad del turismo. Otro de los objetivos del nuevo Plan es redirigir flujos y crear nuevos pasillos turísticos para ofrecer las nuevas centralidades como alternativas al uso de los espacios urbanos mayoritariamente utilizados ahora.

Existen algunos documentos anteriores sobre turismo sostenible en la ciudad, como el Diagnóstico sectorial sobre turismo sostenible / responsable en la ciudad de Málaga y Alhucemas (2012), que analizaba la realidad del turismo sostenible / responsable y sus ámbitos afines (turismo rural, de aventura, ecológico, cultural...) tanto de la ciudad de Málaga como del Norte de Marruecos, ciudad de Al Hoceima. Este estudio se enmarcaba en el proyecto HORIZONTE del POCTEFEX (Programa de Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores) en el que se llevaron a cabo diagnósticos sectoriales sobre Turismo Sostenible y un programa de Especialización en Dirección de Empresas de Turismo Sostenible.

Junto con la planificación específica en turismo, Málaga cuenta con otros documentos de planificación de ciudad. El documento de planificación estratégica actual (aunque posteriormente adaptado a los ODS 2030) de la ciudad es el redactado por la Fundación CIEDES en 2017, *Estrategia Málaga 2020*. Este plan surge tras el *II Plan Estratégico de Málaga* que cubría el periodo 2010-2014.

Entre uno y otro Plan existen documentos de evaluación, como *Evaluación del II Plan Estratégico de Málaga 2007 – 2014 y propuesta marco para una Estrategia Integrada de Desarrollo Sostenible Málaga 2020* (2015) y otros que son un primer esbozo de la nueva estrategia *Propuesta de impulso a la Estrategia Málaga 2020* (2016)



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Visión 2020. Fuente: Documento de propuesta de impulso a la Estrategia Málaga 2020

El *Plan Estrategia Málaga 2020* toma como referencia en su planteamiento estratégico la Estrategia Europea Horizonte 2020, intentando adaptarse a los objetivos de crecimiento inteligente, sostenible e integrador en el plano integral de Europa 2020.

Esta estrategia se desglosa en 4 objetivos o grandes bloques:

- Capital Internacional de la Cultura
- Capital Turística Internacional
- Málaga Creativa
- Málaga Educadora

En el objetivo referente al turismo, se promueve la idea de impulsar a Málaga como una capital turística internacional. Para lograr este objetivo se dibujan algunas líneas de actuación como trabajar para que sea “smart destination”, ofreciendo un destino sostenible, innovador, accesible, socialmente competitivo y friendly.

Se busca dimensionar el crecimiento de la industria turística con un crecimiento equilibrado y paralelo del destino y su oferta complementaria que permita tener un calendario de eventos equilibrado y competitivo en precio y calidad. Se promueven eventos en la línea de la innovación, la tecnología, litoral, cultura..., acciones que permitan posicionar Málaga como destino urbano con mayor gasto turístico, referente del Mediterráneo y de Oriente Medio.



Es interesante el enfoque de turismo resiliente y sostenible, en el que se presta especial cuidado de las áreas centrales y de alta afluencia turística, para evitar la expulsión de población residente.

En 2018 sobre la Estrategia Málaga 2020 se lleva un informe de progreso y un plan de acción de Málaga para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS). Se alinea el Plan Estratégico con los ODS y se marcan las líneas del *Diagnóstico y Plan de Acción ODS Málaga 2030*.

Fruto del esfuerzo continuado de la ciudad en la planificación turística y por ofrecer al viajero lo mejor de ella, Málaga fue designada a finales de 2020 como **Capital Europea de Turismo Inteligente 2020** junto con Gotemburgo (Suecia). Estos premios (European Smart Tourism Awards), son una iniciativa de la Unión Europea basada en una propuesta del Parlamento Europeo, cuyo objetivo es el fortalecimiento del desarrollo turístico innovador de las ciudades europeas. En este 2020 Málaga también será elegida **Capital Europea del Deporte 2020**, a propuesta de la Asociación de Capitales y Ciudades Europeas del Deporte (ACES Europe).



*Distintivo de Capital Europea de Turismo Inteligente 2020 Fuente: Web de la Comisión Europea*

Otras herramientas de planificación en la ciudad son el *Plan Municipal Málaga Ciudad Saludable 2016-2020*, enfocado a la protección y promoción de la salud entre los diversos colectivos de ciudadanos (mayores, menores, mujeres); y el *Plan Estratégico de Subvenciones del Ayuntamiento de Málaga 2020* que tiene como objetivo gestionar subvenciones en áreas, distritos, organismos, empresas municipales, fundaciones y consorcios del Ayuntamiento de Málaga. Junto con este Plan anual de subvenciones, se presenta el *Informe anual de seguimiento y evaluación de la gestión del Plan Estratégico de Subvenciones* del año anterior.

En lo que se refiere a la identificación de los retos ambientales y política común de turismo sostenible, Málaga cuenta con el Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU) que nace a raíz del Programa URB-AL (2000-2006) con cuatro líneas de trabajo fundamentales a la hora de gestionar la sostenibilidad en la ciudad:



- La configuración de la ciudad, el planeamiento urbanístico y el modelo urbano. La sostenibilidad del territorio
- La gestión de los recursos naturales
- La inclusión social y el desarrollo económico
- El gobierno de la ciudad. Nuevas formas de planeamiento municipal.
  - Los planes estratégicos urbanos.
  - Observatorios, indicadores de evaluación y bases de buenas prácticas. Participación ciudadana.
  - Agenda Local 21.

La ciudad de Málaga redactó su primera **Agenda Local 21** en 1995, y recibió el nombre de “La Carta Verde de Málaga”. En el año 2005 se pone en marcha la Agenda Local 21 partiendo desde la experiencia de la implementación y la actualización (1999) del primer documento. En 2015 se aprueba una nueva *Agenda 21 Agenda Urbana* en la estrategia de sostenibilidad integrada 2020-2050.

En este documento encontramos algún análisis turístico como el de la ciudad antigua como referente turístico y su capacidad de carga, donde pone de manifiesto la necesidad de equilibrio territorial ante un exceso de densidad de usos comerciales y de hostelería.



Actividad comercial en planta en la ciudad antigua de Málaga Fuente: Agenda 21 Málaga 2015



La Agenda local 21 cuenta con objetivos y actuaciones concretas en las que se estudia su viabilidad y prioridad. Hay una propuesta de actuaciones por distrito, repartidas entre los 11 existentes, y para cada una de ellas se plantea un sistema de indicadores con un histórico y el grado de consecución en un horizonte 2020-2050.

Estos indicadores se agrupan en 4 bloques: El territorio y la configuración de la ciudad, la gestión de los recursos naturales, la cohesión social y desarrollo económico y el gobierno de la ciudad.

Muchas de estas actuaciones tienen una clara intención de regular y mejorar la calidad turística, como por ejemplo delimitando “el uso hotelero, apartamentos, hostales y *bed & breakfast* para un determinado ámbito de proximidad”; o por ejemplo el mayor aprovechamiento del entorno natural a través de “medidas como la catalogación de la Sierra de Churriana con una figura legal de protección y la creación de parques con vegetación autóctona que fomenten actividades de turismo de naturaleza y deportivo”.

Se realiza una revisión de resultados e indicadores, siendo el último informe la *Agenda Urbana de Málaga. Indicadores de Sostenibilidad 2019*, que supone una actualización de los indicadores incluyendo algunos nuevos, y vinculándolo con los 17 ODS.

Como se ha señalado con anterioridad, toda esta capacidad estratégica, planificadora y evaluadora, no es una acción de un día para otro, sino que es el trabajo de años en una misma línea, formando parte de los principales foros medioambientales. Evidencia de esto es que en 1998, Málaga recibió el Premio Habitat de Naciones Unidas por los programas para la renovación urbana y ambiental de la ciudad, siendo la primera ciudad europea que obtuvo ese galardón, o la integración de los compromisos Aalborg +10 en 2004, o la firma del Pacto de Alcaldes en 2008.

En cuanto a las políticas de calidad, el área de turismo del Ayuntamiento, tiene un breve documento en su web en el que se relatan los principios por los que se rigen como son la permanente orientación hacia el visitante y sus necesidades.

El sector turístico de Málaga es un ejemplo de calidad. Todas las oficinas de turismo se encuentran certificadas por norma ISO 9001, de la legislación y normativa aplicable en los procesos desarrollados, UNE-ISO14785:2015 Oficinas de información turística.



Servicios de atención e información turística. De hecho, la oficina de turismo de la Plaza de la Marina fue la primera de Andalucía en lograr esta distinción.

Málaga ha sido galardonada como el mejor destino del **SICTED** en tres ocasiones. La ciudad es actualmente el tercer destino turístico de España con mayor número de adhesiones al SICTED, sólo por detrás de Pontevedra-Rías Bajas y Gijón, y la primera de las grandes ciudades. También la responsable del **Sistema de Calidad Turística en Destino (SICTED)** del Ayuntamiento de Málaga, tiene el galardón en 2019 de mejor gestora de este sistema de calidad en toda España.

Su Palacio de Ferias y Congresos tiene la distinción de 'Compromiso de calidad Turística', también cuenta con la **ISO 9001**, que establece los principios de mejora continua, enfoque al cliente y gestión a través de los procesos; la **Q de Calidad Turística** otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española, ahora UNE 187004, como reconocimiento a la diferenciación, fiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados, y la **Q de Calidad de la Asociación de Ferias Españolas**, UNE 187005 Convention Bureau.

En lo que se refiere a la medición del turismo, Málaga cuenta con su **Observatorio Turístico** que lleva a cabo informes estadísticos anuales en el que se analiza el perfil de visitantes y las visitas que realiza, sus motivaciones, como organizan el viaje, las actividades que realiza o como valoran la oferta disponible y el viaje en función de sus expectativas iniciales. Además del Observatorio, se realiza un balance anual donde se exponen los resultados del sector analizando los indicadores más relevantes y su evolución coyuntural y variación interanual.

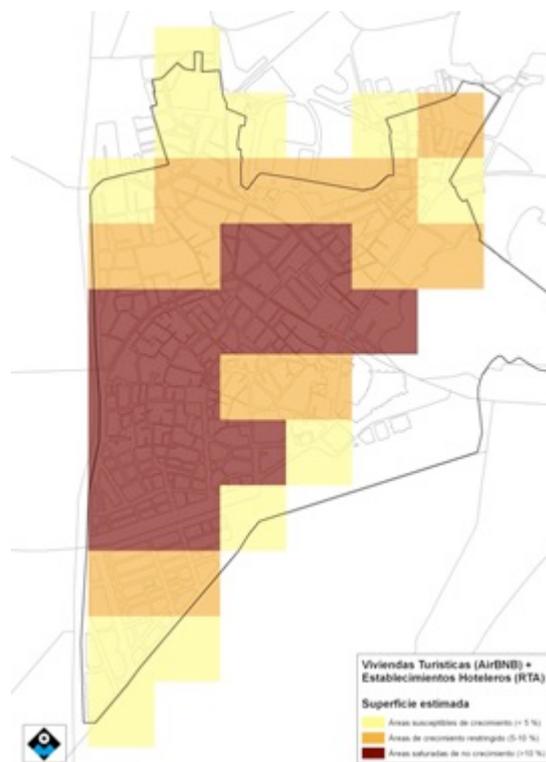
Dentro del Proyecto Europeo *Locations* (Low-Carbon Transport in Cruise Destination Cities) que mejoraba la movilidad de los cruceristas analizando la movilidad urbana y proponiendo soluciones con bajas emisiones de carbono y medidas específicas relacionadas con el crucero y lo que su presencia acarrea: movimiento de pasajeros, de equipajes en caso de ser base, de mercancías para aprovisionar los buques, etc... con el fin de reducir la contaminación y los impactos ambientales.

Como recomendación del proyecto Interreg Mediterranean Alter Eco de turismo sostenible, Málaga realizó el estudio *Aproximación a las intensidades del uso turístico*. En el estudio se identifica la necesidad de mantener una visión integral de los problemas derivados de la masificación del Centro Histórico.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Mapa de susceptibilidad de crecimiento Fuente: Agenda 21 Málaga 2015

Aunque no exista un sistema de *visitor payback* en Málaga, si existe interés al respecto, ya que en el Observatorio turístico se comparte un informe sobre la implantación y repercusiones de la tasa turística en otros destinos.

Málaga tiene un perfil de turista que no acude solo en verano, y en parte se debe a los esfuerzos en comercializar el destino desde las entidades públicas y mixtas como Turismo y Planificación Costa del Sol (Diputación de Málaga) y Málaga Turismo (Ayuntamiento de Málaga). El *Plan Estratégico de turismo 2016-2020* dedica su punto 7 a la Comunicación y el marketing digital. En este sentido se debe mencionar el recién presentado *Plan de Marketing 2020-2023 de Costa del Sol* con 213 acciones, repartidas entre aquellas que mejoran la competitividad turística y el resto dirigidas a la mejora de la eficiencia del marketing.

En lo que se refiere a la planificación urbanística del destino, Málaga cuenta con un *Plan General de Ordenación Urbana de 2011*, pero que en su Documento C. Normas urbanísticas y ordenanzas ha sufrido una actualización de febrero de 2018. A finales de 2018 se plantea una modificación del PGOU de forma que quede recogida en su normativa la definición del concepto de vivienda que se alquila con un fin turístico.



Esta tipología de alojamiento está definida en las normas de la Junta de Andalucía, pero no así en las que regulan los usos urbanísticos de los ayuntamientos, y es por esta vía por la que el Consistorio malagueño quiere empezar a actuar para regular la proliferación incontrolada de los pisos turísticos.

En relación con esta modificación conviene hablar de la *Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado, EDUSI "Perchel-Lagunillas"* presentada en 2016, que entre sus líneas de actuación está el impulso de la idea de ciudad verde y lucha contra el cambio climático, la ciudad inteligente, que optimice la gestión de la energía y el transporte, la inclusión social y la recuperación del empleo y la participación ciudadana en las cuestiones urbanas.

El destino también cuenta también con *Avance del Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible* de Málaga que tiene entre sus objetivos generales.

- Optimizar los desplazamientos
- Promover el uso racional del vehículo privado
- Priorizar y mejorar los modos no motorizados (peatonal y ciclista)
- Priorizar y mejorar el transporte público urbano e interurbano
- Disminuir el consumo energético
- Disminuir el impacto ambiental
- Aumentar la seguridad vial

Este Plan de movilidad se complementa con el *Plan de mejora de la seguridad vial en entornos escolares* que pretende la mejora de los itinerarios peatonales del entorno de centros educativos con medidas de calmado para reducir la velocidad del tráfico rodado a través de vallado peatonal, nuevos pasos de peatones y la implantación de zonas 30.

### Legislación

Málaga cuenta con legislación amplia y adecuada sobre sostenibilidad, mediante **ordenanzas municipales**. Se destaca como principales aquellas que guardan relación con:

#### Residuos:

- Ordenanza frente a la Contaminación por Residuos Sólidos.



- Ordenanza para la limpieza de espacios públicos y gestión integral de residuos sólidos urbanos.

### **Tráfico:**

- Ordenanza de movilidad de la Ciudad de Málaga
- Ordenanza sobre la Movilidad en Bicicleta de la Ciudad de Málaga.
- Ordenanza Municipal sobre la Regulación de Medidas para Moderar la Velocidad en la Ciudad de Málaga

### **Ruido:**

- Ordenanza Municipal para la prevención y control de ruido, vibraciones.

### **Emisiones y contaminación del aire:**

- Ordenanza frente a la Contaminación Atmosférica

Así mismo, existen más ordenanzas municipales que regulan la sostenibilidad en el municipio como es la Ordenanza para a Garantía de la Convivencia Ciudadana y la Protección del Espacio Urbano en la Ciudad de Málaga, la Ordenanza Municipal de Protección contra Incendios, la Ordenanza de las Instalaciones y las Actividades Publicitarias, la Ordenanza de uso y disfrute de las Playas del Término Municipal de Málaga y la Ordenanza Municipal Reguladora del Servicio de Transporte de Viajeros en Coches de Caballos.

El destino también ha elaborado legislación y normas que protegen sus espacios patrimoniales e históricos, como las Normas de protección de Patrimonio histórico, arquitectónico y Arqueológico que se recogen en el PGOU y los acuerdos adoptados sobre "Protección de los edificios con decoraciones pictóricas en la ciudad de Málaga".

Por otra parte, existe legislación específica para aquellas zonas con una protección ambiental, Decreto 187/2003, de 24 de junio, por el que se aprueban el Plan de Ordenación de Recursos Naturales y el Plan Rector de Uso y Gestión del Parque Natural Montes de Málaga.

Málaga cuenta con legislación específica sobre la protección del patrimonio cultural y natural que emana del Gobierno del País Vasco. Las más relevantes en cuanto a patrimonio natural son Ley 2/1989, de 18 de julio, por la que se aprueba el inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía y se establecen medidas adicionales para su protección, la Ley 2/1992, de 15 de junio, Forestal de Andalucía, Decreto 104/1994, de 10 de mayo, por el que se establece el Catálogo Andaluz de Especies de



la Flora Silvestre Amenazada o el Decreto 236/2003, de 25 de Noviembre, Reglamento de Protección contra la Contaminación Acústica. En lo referente a patrimonio cultural es fundamental la Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía.

Las principales leyes estatales que regulan el patrimonio son la **Ley 16/1985 de Protección y Conservación del Patrimonio Histórico Español** y el **Real Decreto 111/1986 de desarrollo parcial de la Ley 16/1985**, a los que hay que añadir otras leyes y decretos estatales relacionados con ellas. La **Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español**, es la que regula la definición e identificación, obligaciones y competencias, en relación al Patrimonio Histórico Español, citando ya en su Preámbulo que, de acuerdo con el artículo 46 de la Constitución, su protección constituye una obligación fundamental de todos los poderes públicos a partir de disposiciones que estimulen a su conservación.

### **Sector privado**

Desde el Ayuntamiento de Málaga se impulsa que el sector privado implante certificaciones de calidad para sus negocios. Con este objetivo se creó la Mesa de Calidad del Destino Málaga, órgano de representación público-privado encargado del desarrollo del Sistema Integral de **Calidad Turística en Destinos (SICTED)**. La Mesa de Calidad está integrada por representantes de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM); del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad; de la Asociación de Hosteleros de Málaga, MAHOS; de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol AEHCOS; y la gestora del SICTED del destino. El distintivo *Compromiso de Calidad Turística* es el soporte que acredita el cumplimiento de los requisitos establecidos en su metodología y reconoce el esfuerzo y el compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue a la empresa frente a la competencia. El distintivo tiene validez bienal, aunque está condicionado a una evaluación anual de seguimiento. Málaga como se ha dicho anteriormente, tiene varios premios tanto al destino como al gestor.





Certificado de Calidad Ambiental Fuente: [Ayuntamiento de Málaga](#)

El Foro de Turismo es el órgano consultivo en el que participan de forma conjunta el Ayuntamiento y el sector turístico para defender los intereses de Málaga.

Además de lo señalado anteriormente, existen otras medidas para apoyar la sostenibilidad en el sector privado. Por ejemplo, en el *Plan Estratégico de Subvenciones* hay medidas para el “Cuidado y respeto al Medio Ambiente” que están enfocadas principalmente a la concienciación del respeto al medio ambiente, sostenibilidad y a las entidades de conservación para el mantenimiento de zonas verdes.

### Participación y comunicación

Málaga cuenta con el **Consejo Social de la Ciudad de Málaga**, que es un espacio participativo de distintos agentes malagueños, donde está representado desde instituciones sociales, empresarios, asociaciones vecinales y otros agentes sociales. En él se debate sobre la planificación estratégica de la ciudad, como por ejemplo el PGOU. Tienen independencia en sus funciones y estudios, pero los dictámenes son solo facultativos, no vinculantes. Existen 4 mesas de trabajo:

- Mesa I Desarrollo Económico Local
- Mesa II Proyectos Singulares
- Mesa III Bienestar Social, Educación y mejora de la Participación Ciudadana
- Mesa IV de Trabajo en torno a la Sanidad en Málaga



Existen diversas **campañas de información** sobre acciones en materia de sostenibilidad para visitantes, en las que pueden participar como son: *Nuestras playas, un tesoro que preservar*, para proteger el litoral malagueño; la campaña de sensibilización ambiental *El váter no es una papelera* o la campaña de concienciación ciudadana *Málaga como te quiero!?*. En menor medida para los visitantes *Pasaporte verde*, proyecto de educación ambiental para la comunidad educativa.

El destino garantiza el acceso del turista a los espacios naturales y culturales con distintas medidas. En su web el Ayuntamiento pone a disposición del visitante los mapas de los espacios naturales protegidos. Se ponen en marcha acciones dentro de la estrategia EDUSI, para mejorar la accesibilidad universal en cuanto a la atención a los visitantes, como el *Plan de señalética y digitalización en la Alcazaba de Málaga y el Castillo de Gibralfaro*. Así mismo se desarrollan iniciativas dirigidas a mejorar los servicios para los turistas y residentes, con acciones como la formación en inglés, francés y alemán de policías locales y la mejora en la señalización y el mobiliario urbano.

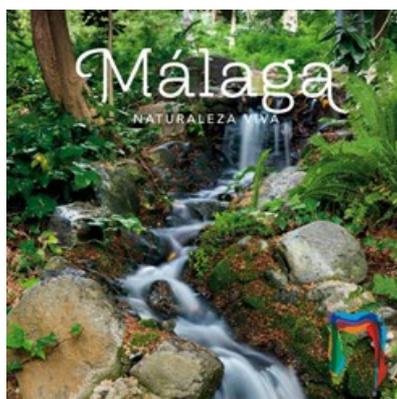


Mapas con los itinerarios ambientales para visitar espacios protegidos. Fuente: Ayuntamiento de Málaga

La comunicación que se realiza por parte del Ayuntamiento de su oferta turística es apropiada. Desde las distintas **redes sociales** se da la visión más verde y sostenible de la ciudad, así como las distintas campañas medioambientales que se ponen en marcha. Desde la página web se ofrece información de los espacios naturales y espacios verdes de la ciudad. En la web y en la oficina de turismo se pueden encontrar folletos específicos de los recursos naturales. La guía [Málaga Naturaleza Viva](#), recoge información detallada sobre el Parque Natural Montes de Málaga, el Paraje Natural



Desembocadura del Guadalhorce, el Jardín Botánico-Histórico de Málaga “La Concepción”, el Parque de Málaga, o el Museo Alborania.



Portada de la guía Málaga Naturaleza Viva Fuente: Ayuntamiento de Málaga

En las publicaciones y mapas turísticos se refleja la preocupación del destino por la calidad y la importancia que tiene para ellos. En las distintas publicaciones se encuentran los sellos de calidad que el destino obtiene y renueva.



Reverso del mapa turístico Fuente: Ayuntamiento de Málaga

Málaga invita al visitante sentirse involucrado en la sostenibilidad en destino. Existe una clara vocación por parte del destino de transmitir su esfuerzo en la sostenibilidad y hace partícipe al visitante a través de distintas iniciativas de sensibilización medioambiental.

Además de esas iniciativas, existen unas *pautas de comportamiento del turista* en castellano e inglés que se muestran en los distintos puntos de información turística llamados *Derechos y deberes de las personas usuarias del Servicio Municipal de información turística*. En los deberes se pide a los turistas tener un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, ser cívicos y respetar las costumbres de la ciudad o seguir las reglas de higiene.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

En ese sentido se realiza la campaña de sensibilización sobre el ruido de ocio: *"Málaga - Ruido, TU concienciación, el beneficio de TODOS"*, para restar contaminación acústica generada por el ocio y la restauración especialmente en el horario nocturno. Esa campaña pretende concienciar a ciudadanos, visitantes y hosteleros de que con un pequeño esfuerzo se puede obtener un gran beneficio en la disminución del ruido producido por el ocio.

Como no podía ser de otra manera, se garantiza el acceso de la población local a infraestructuras y servicios turísticos del destino. No existe en casi en ningún museo descuento para residentes, pero la mayoría de ellos tiene un día entre semana gratuito para facilitar el acceso a estos espacios culturales. Las únicas excepciones son el Museo de Málaga, que es gratuito para los residentes en la Unión Europea y la Catedral que no cobra el acceso a los residentes de la capital.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### SOS.A1. Estudio de impacto ambiental por turismo

<b>Responsable</b>	Área de Sostenibilidad medioambiental
<b>Secundario</b>	Área de turismo
<b>Prioridad</b>	Media
<p>El destino ha realizado la evaluación del impacto social y territorial del turismo, estos estudios y planteamientos se recogen en varios documentos de planificación o proyectos europeos, pero no existe ninguno que haga referencia en exclusiva y desarrolle convenientemente el impacto que la acción turística tiene sobre el medio físico. No son muchos los estudios que existen en este sentido, pero Málaga debe mantenerse en los más altos estándares que le permitan seguir siendo un destino que destaque por su sostenibilidad. Algunos buenos ejemplos de ello son: <i>Análisis de externalidades ambientales del turismo en Barcelona</i> o el <i>Estudio de Impacto Ambiental del Turismo en Gijón/Xixón</i>. El nuevo plan de turismo sostenible debería someterse a la Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental.</p>	

### SOS.A2. Plan de gestión de visitantes

<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>No existe un plan de gestión de visitantes como tal, aunque a través del Observatorio Turístico si se trabaja sobre el análisis de visitantes a los principales recursos turísticos. La recomendación no es en el sentido de que no se esté trabajando, pero existe un margen de mejora y Málaga debe trabajar por la excelencia como destino, en el escenario actual de visitantes como en condiciones futuras.</p>	



Se propone la creación de un Plan de gestión de visitantes para regular los espacios turísticos teniendo en cuenta variables como la capacidad de carga de los atractivos, las franjas horarias de visita o la accesibilidad. La finalidad es limitar la oferta turística o incluso restringirla si se llegara a dar el caso de que se supera la capacidad de carga del espacio turístico. Establecer medidas para mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen en dicho espacio, la movilidad de los viandantes y también establecer un equilibrio entre el uso ocioso y la actividad económica que se realizan en este entorno turístico. Medidas en este sentido pueden ser fomentar las reservas online anticipadas o establecer nuevos accesos.

Málaga ofrece gran parte de sus atractivos turísticos en espacios naturales, incluidas las playas, al respecto la **Carta Europea de Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos** recomienda *“Crear e implementar un plan de gestión de visitantes: se deberá adoptar un enfoque estratégico para la gestión de visitantes, que incluya medidas para canalizar el flujo de visitantes y regular sus actividades en el espacio protegido. La ubicación de los servicios turísticos, la planificación de caminos para el descubrimiento del territorio y la facilitación de información e interpretación de la naturaleza, contribuirán a la gestión de visitantes, teniendo siempre en cuenta la conservación del entorno natural, cultural y social de la zona y la calidad de la experiencia turística. Una planificación eficiente de la gestión de visitantes debería aumentar el aporte económico que representa el turismo, a la vez que reducir la desventaja derivada de la estacionalidad.”*

### SOS.A3. Acciones que impliquen al turista en la sostenibilidad del destino

<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	Área de Sostenibilidad medioambiental
<b>Prioridad</b>	Media

El turista cada vez está más concienciado con el medio ambiente y preocupado por el impacto medioambiental del turismo. No solo prefiere, cada vez más, visitar un destino que sea sostenible y respetuoso con su entorno, sino que desea contribuir durante su visita a mejorarlo. Málaga tiene varias líneas de trabajo de voluntariado ambiental, pero enfocado principalmente al residente en la ciudad. Se debería



facilitar al turista la participación en estas acciones o crear algunos programas específicos donde el visitante pueda colaborar en la sostenibilidad del destino.

Algunas ideas para desarrollar en esta línea son que el turista pueda colaborar con la limpieza de residuos en entornos naturales y playas, plantaciones y protección de árboles, rehabilitación y puesta en valor de elementos etnográficos, recuperación del acervo local, difusión en redes de los valores naturales del patrimonio, mejora del hábitat animal o anillamientos y seguimiento científicos de determinadas especies.

### SOS.A4. Medidas que eviten turistificación. Integración turismo / vida social.

<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Alta

Uno de los impactos negativos que puede traer consigo el turismo es el exilio obligado de la población autóctona de los barrios más turísticos de las ciudades, turistificación. Se deben tomar medidas, que emanen de procesos de participación ciudadana, que lleven a Málaga a tener un modelo turístico que favorezca su propia sostenibilidad y su contribución a la riqueza colectiva y al bienestar comunitario. Estas medidas pueden ser de tipo regulatorio como las llevadas a cabo por el Ayuntamiento de Madrid que eviten conflictos con vecinos como en Cádiz. Esta recomendación guarda relación con **SOS.D1. Evaluación de la satisfacción del residente.**



## Ámbito B. Conservación y mejora del patrimonio cultural

Son objeto de análisis en este punto los elementos de protección del patrimonio cultural material e inmaterial, así como el fomento y uso de los recursos relacionados.

### Conservación del patrimonio cultural

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

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

En el *Plan General de Ordenación Urbana* de 2011, en su documento D, se recogen los diferentes catálogos de espacios, edificios y bienes protegidos. Estos catálogos son tres:

1. Catálogo de edificaciones protegidas: Este catálogo tiene un carácter periférico, y los edificios son los que se encuentran fuera del centro histórico de la ciudad, ya que estos se encuentran en otro planeamiento de desarrollo como PE, PERI o PEPRI.
2. Catálogo de jardines protegidos: Se recogen los jardines de interés para dar cumplimiento a la LOUA (Ley de Ordenación Urbanística). Se recogen 14 jardines de máximo interés, y se incluyen los 4 jardines históricos de la ciudad. Se encuentran en este catálogo por el interés botánico de las especies, la situación del conjunto, estructura o estilo.
3. Catálogo de protecciones arqueológicas con las fichas de cada uno de los espacios que tienen algún valor arqueológico.

Otro documento donde se refleja el especial interés del destino en proteger su patrimonio es en *Plan Especial de Reforma y Protección* (PEPRI), y en la declaración del



centro histórico como Bien de Interés Cultural. El destino tiene una estrategia para rehabilitar el centro histórico, y por eso se pone en marcha esta operación para adaptar las fachadas de los locales comerciales a su estado original. La mayoría de los locales fueron transformados durante los años 70 y 80, buscando la rentabilidad económica, y destruyendo parte del valor patrimonial del centro histórico. En los últimos 25 años se han recuperado muchos de los locales conforme a la documentación histórica, las preexistencias dentro del propio edificio u otros elementos que han permitido saber cómo era el edificio. Esto repercute positivamente en las cualidades del paisaje urbano y redundando en una revalorización de la propia actividad económica.

Se destaca en los objetivos del **PEPRI** la protección contra la comercialización turística de sitios protegidos, o la recuperación. Entre estos objetivos está la conservación de la estructura urbana y la tipología, recuperar la homogeneización o controlar las actividades terciarias. Además de un exhaustivo listado el PEPRI cuenta con un visor cartográfico.



Visor web del PEPRI. Fuente: Ayuntamiento de Málaga

También se regula la intervención de recuperación y puesta en valor de las **“Arquitecturas Pintadas de Málaga”**, inmuebles en los que se ha confirmado la existencia de pinturas murales y repertorio ornamental de fachada, o bien son susceptibles de contenerlas bajo capas de cal posteriores a la ejecución original. Se recoge un catálogo con todos los edificios con pinturas.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

La protección emana de La Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía que obliga a la protección en los planes de ordenación municipales de los espacios de especial valor. Además, hay que destacar el trabajo de la Junta de Andalucía al realizar un profuso *Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz*.

Estos catálogos de patrimonio elaborados desde un prisma de desarrollo urbanístico tienen su trasposición a una visión turística. Los principales elementos de patrimonio cultural se recogen en las guías y mapas turísticos.

En Portal de Turismo de Málaga los monumentos históricos se ordenan en Monumentos históricos, iglesias y capillas, palacios, edificios notables, plazas, fuentes y calles, parques y jardines y otros monumentos.



Mapa con los principales edificios y espacios turísticos. Fuente: Folleto Málaga en 8 horas.

Todo el material informativo se puede descargar del [Portal de Turismo](#) y está disponible en la Oficina de turismo y puntos de interés turístico. Existen aplicaciones específicas para dar a conocer todo este patrimonio cultural del municipio. La más enfocada es la app Málaga Turismo, donde se recogen las rutas o edificios principales.



App Málaga Turismo. Fuente: [Portal de Turismo](#)

Además de este patrimonio arquitectónico, Málaga pone en valor su **patrimonio industrial**, que conecta al turista con la tradición de la ciudad en espacios que se han aprovechado para usos artísticos, culturales o gastronómicos. Este impulso viene de la mano del proyecto Alter Eco al que se hizo referencia anteriormente. También existe oferta de la Málaga portuaria y los barrios marineros.

Dentro del interés del municipio en mantener la historia y su patrimonio, hay que destacar el [Archivo Municipal](#) y su *Plan Estratégico del Plan Municipal de Archivos*, que se encarga de mantener el Archivo histórico entre otros.

### Fomento del patrimonio cultural

En Málaga la cultura y su promoción ha ocupado buena parte de la agenda municipal en los últimos años, que ha servido para potenciar el empleo y el desarrollo local y con ello el turismo. Actualmente el municipio cuenta con 35 espacios expositivos en los que se realiza el 62% de las actividades que los turistas realizan en el destino.

Uno de los hitos de este impulso es que en la Ley de Presupuestos Generales del Estado de 2016 se distinguió como Acontecimiento de Excepcional Interés Público (AEIP) el *Plan Decenio Málaga Cultura Innovadora 2025*, para los ejercicios 2016, 2017 y 2018.

Los objetivos de este plan perseguían mostrar a Málaga como una ciudad educativa, una colaboración público-privada, que la ciudad fuese un espacio de cultura e



innovación digital y principalmente que el turismo cultural fuese un factor dinamizador del empleo y de la integración social.



*Plan Decenio Málaga Cultura Innovadora 2025. Fuente: [Portal Municipal](#)*

Muy importantes son las acciones que lleva a cabo la **Fundación Málaga**, de la que es Patrono el Ayuntamiento, es una institución privada sin ánimo de lucro que desarrolla actividades de tipo patrimonial, cultural, investigador o social. Estas acciones se centran en promocionar la arqueología, pintura y escultura ligadas a la ciudad de Málaga y a la provincia.

El patrimonio malagueño está perfectamente integrado como recurso turístico. Además de lo señalado anteriormente de su patrimonio arquitectónico, el destino propone visitas a la ciudad a través de varias rutas. Desde Portal de Turismo se proponen varias rutas temáticas, de la Málaga histórica, musulmana, barroca... Además, existen muchas empresas privadas que ofrecen rutas y visitas guiadas. Además, ya se nombraron antes, se quiere mostrar nuevas caras del municipio como son la Málaga señorial y portuaria: Malagueta, Soho Barrio de las Artes, Barrios Marineros: Pedregalejo, El Palo o de Patrimonio industrial e innovación: Tabacalera.

Málaga posee una **extensa red de museos**, de importancia internacional, que son un elemento tractor de su turismo y ponen en valor su patrimonio mueble e inmaterial. Los más importantes y que más visitas reciben son el Museo Picasso de Málaga, el Museo Carmen Thyssen, el Centre Pompidou o el Centro de Arte Contemporáneo.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Parte de la oferta cultural de Málaga. Fuente: [Portal de Turismo](#)

Málaga tiene a lo largo del año una oferta extensa de eventos y festivales que le permite desestacionalizar la oferta. Son muy numerosos a lo largo del año, pero las principales son la Semana Santa, la Festividad de Nuestra Señora del Carmen o la Feria de Málaga.

Otro evento cultural que es motor del turismo es su festival de **Festival de Cine**, y por supuesto tener **dos equipos deportivos** de máxima categoría como son el equipo de baloncesto, Unicaja Málaga y el equipo de fútbol, Málaga Club de Fútbol.

También existen mercados artesanales repartidos a lo largo de la semana en los que se venden artesanías locales y productos y alimentos de la zona. Estos mercados son principalmente: Mercado Barrio de las Artes (SOHO), Mercado Paseo Marítimo Antonio Banderas (Huelin), Mercado Paseo Marítimo Ciudad de Melilla y Mercado Plaza de la Merced.



### Ámbito C. Conservación medioambiental

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

El éxito de Málaga en la gestión medioambiental en buena medida se debe al **Área de Sostenibilidad Medioambiental**, que desarrolla iniciativas sobre flora y fauna, calificaciones ambientales, vertidos, la legislación en prevención, calidad y responsabilidad ambiental, zonas verdes, piscinas, playa, campañas y jornadas de concienciación, puntos de reciclaje, la biodiversidad o el control del ruido.

#### Espacios naturales

El destino cuenta con espacios naturales que tienen planes de protección del medio físico como se ha ido comentando anteriormente en el informe.

Los **espacios naturales protegidos en el municipio de Málaga** son dos: El Parque Natural de los Montes de Málaga (4.995 Has.) y el Paraje Natural de la Desembocadura del Guadalhorce (67 Has). Ambos gestionados por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

El **Parque Natural de los Montes de Málaga** fue declarado en 1989 y los municipios incluidos en el Parque Natural son: Málaga (4704 has) y Casabermeja (196 has). Se originó con la repoblación de los Montes desde 1929 para proteger la ciudad de las inundaciones que se producían desde el siglo XVI y ahora se utiliza como área de uso público de la ciudad de Málaga y como espacio destinado a actividades de educación ambiental. Aunque algunas de sus amenazas vienen originadas por el turismo, como son la afluencia incontrolada de visitantes y el trasiego con vehículos, además del peligro de incendios forestales y prácticas cinegéticas incompatibles con el uso público preferente.

El **Paraje Natural de la Desembocadura del Guadalhorce** se compone de una zona húmeda del litoral localizada en el delta aluvial del río Guadalhorce. Es de gran importancia para las aves sedentarias y migratorias.

El Parque Natural Montes de Málaga sigue las directrices del *Plan Rector de Uso y Gestión (P.R.U.G.)* y el *Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (P.O.R.N.)*. La



Desembocadura del Guadalhorce se rige por las directrices del *Plan de Humedales* de la Consejería de Medio Ambiente.

También una parte del **Río Guadalmedina es Lugar de Interés Comunitario (LIC)**, perteneciente a la Red Natura 2000.

El Ayuntamiento realiza campañas y programas de divulgación dirigidas a los visitantes y a la población local. Apoyo y difunde las acciones del aula de la Naturaleza Las Contadoras, un Centro de Educación Ambiental (CEA) en los Montes de Málaga que es de Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

Otros espacios como el Monte de San Antón no son un espacio natural protegido, pero el Ayuntamiento si lo ha protegido urbanísticamente desde su PGOU, como ocurre con la Laguna de los Prados.

A estos espacios naturales protegidos habría que incluir los Jardines catalogados que se encuentran dentro de la ciudad.

### **Impacto paisajístico**

La sensibilidad que el planeamiento territorial, sectorial y municipal muestre hacia el **paisaje** es esencial, ya que esta planificación se materializa en la transformación y modificación de los paisajes, con la implantación de redes eléctricas, redes de comunicaciones, construcciones, etc. y en muchos casos la transformación es vertiginosa como ocurre en Málaga.

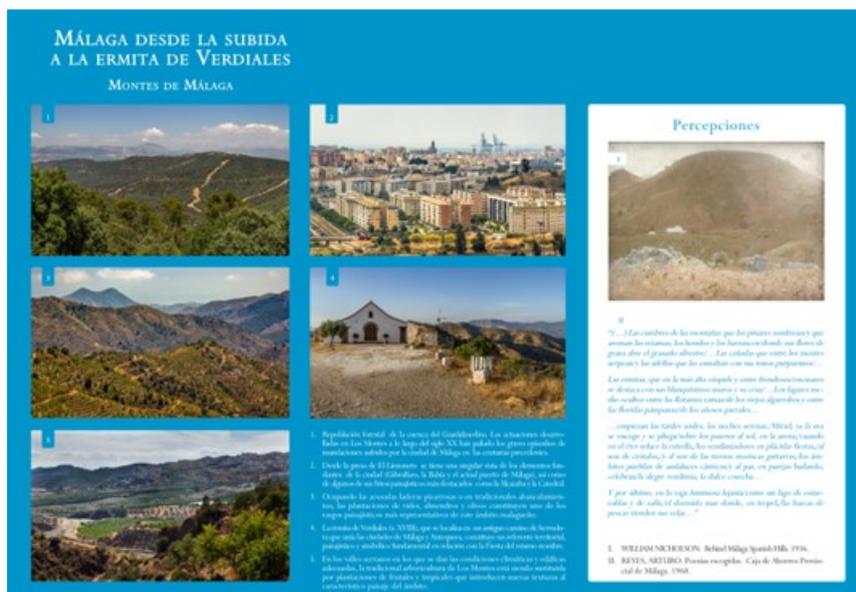
Desde su PGOU se tiene en cuenta el impacto paisajístico que se pueda causar con el desarrollo urbanístico, para ello se presentan una serie de medidas correctoras que se recogen en el Documento E. *Estudio de Impacto Ambiental*, concretamente en su capítulo V. Prescripción de corrección, control y desarrollo ambiental del planeamiento. También muestra esa preocupación por el paisaje con los planes de señalización turística, que intenta homogeneizar.

En la normativa urbanística actualizada de 2018 se recogen varias medidas en el **Artículo 9.2.7. Protección del paisaje**. Entre esas medidas destacan la protección de masas arbóreas típicas del paisaje urbano, la protección paisajística de todas las perspectivas visuales de carácter singular, en las que se pedirá un estudio más detallado de la afección ante una nueva obra. En suelo no urbanizable se prohíbe la publicidad exterior, y donde se pueda colocar publicidad, las edificaciones y carteles publicitarios o identificativos deberán mantenerse en buenas condiciones de



seguridad, higiene y ornato. Importante es esta consideración en las solicitudes de licencia para la construcción de imágenes y símbolos conmemorativos en las cumbres y otros lugares especialmente visibles, o de minas, canteras, vertederos, depósitos de vehículos o chatarra, y otros usos que puedan generar un fuerte impacto en el paisaje, los proyectos deberán ir acompañados de un estudio paisajístico en el que se valore su incidencia en el conjunto de la cuenca visual afectada, en especial desde carreteras y caminos desde los que sean visibles. También destacar el interés por la creación de nuevos Planes Especiales de Áreas de Protección Paisajística.

Fuera de la competencia municipal, pero que conviene destacar, está la *Estrategia de Paisaje de Andalucía* que es un marco de referencia y planificación, del que deriva la *Guía para el tratamiento del paisaje en la planificación urbanística. Manual de buenas prácticas* y el *Catálogo de Paisajes de la provincia de Málaga*.



Análisis de paisaje de Málaga Fuente: Catálogo de paisaje de la provincia de Málaga

Al *Catálogo de Paisajes de la provincia de Málaga* hay que añadir otros documentos que analizan el paisaje y su evolución como la Catalogación de paisajes artísticos de la provincia de Málaga, el Estudio de literatura y paisaje de la provincia de Málaga o el Estudio sobre imágenes no pictóricas y paisaje de la provincia de Málaga, que en buena parte analizan la imagen de Málaga, provincia y ciudad desde la visión que tiene el turista y como el paisaje ha evolucionado con su presencia.



### Movilidad

Málaga garantiza la accesibilidad del turista a un transporte público de calidad y en su PEMUS se recogen muchas medidas que así lo demuestran. Desde el Ayuntamiento se impulsó que se celebrase en la ciudad el II Congreso de Movilidad y Turismo Sostenible.

La ciudad de Málaga cuenta con el **Observatorio de la Movilidad Viaria de Málaga (MOVIMA)**, que está formado por el Centro de Gestión, el Centro de Semaforización y el Centro de Señalización.

Su documento de planificación principal de la movilidad es el *Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible (PEMUS)*, en él se desarrollan las medidas y acciones a un horizonte hasta el 2035, con tres etapas de implantación. En lo que respecta al turismo, el PEMUS protege especialmente la ciudad vieja, el centro de Málaga, donde existen restricciones de paso en pos de una mejora de la calidad ambiental y ahorro energético. Los clientes de la oferta hotelera en el interior del perímetro de “Entorno Protegido” pueden acceder para estacionar en las plazas del mismo establecimiento o para realizar operaciones de llegada o salida.

Tiene en cuenta aquellos visitantes que no vienen en su propio vehículo. El PEMUS establece los principales puntos atractores y generadores de visitantes por donde entra el turismo. Son la Estación de ferrocarril María Zambrano, la estación de autobuses, el Puerto de Málaga, donde se encuentran los autobuses para cruceristas o el Aeropuerto Costa del Sol.

Uno de los puntos fuertes de la ciudad es su apuesta por el transporte público de baja emisión, se potencia la oferta de transporte público se fundamenta en el autobús urbano, complementado por el autobús metropolitano, dos líneas de cercanías, un servicio de taxis, y el Metro.

Específicamente para el visitante en Málaga existe un servicio urbano de autobuses turísticos que muestran los lugares de mayor interés monumental y emblemático de la ciudad en sus recorridos.

Dentro del *Plan de movilidad del vehículo eléctrico Málaga (PMVE)* se han llevado a cabo varios proyectos. Desarrolló en el [Proyecto Victoria](#) un sistema de carga por inducción para autobuses eléctricos. Un autobús completamente eléctrico con carga por inducción en su recorrido o [AutoDrive](#). Fue una prueba piloto para la validación de la conducción autónoma de un autobús eléctrico/automatizado en un recorrido acotado.



Uno de los primeros proyectos en España de implantación de vehículo eléctrico fue [ZEM2ALL](#) (2011-2015) con 200 vehículos eléctricos y 23 puntos de carga.

Otro proyecto piloto fue el de [E-Mov](#) para gestión inteligente de la red de distribución para la recarga de vehículos eléctricos y la implantación masiva de vehículos eléctricos en el ámbito urbano.

También se está potenciando la peatonalización de la ciudad y los caminos escolares seguros.

En cuanto a la implantación de la bicicleta actualmente existe una malla de carriles bici de 45 km, bajo el *Plan Andaluz Bicicleta 2020*. Cuenta con un sistema público de 400 bicicletas en 23 estaciones que se prevé ampliar con la creación de zonas de estacionamientos para bicicletas en la ciudad e incluir en la red las vías 30 de la ciudad.

Un elemento que el Ayuntamiento ha tenido que regular es el uso de los patinetes eléctricos, donde pronto aprobará la ordenanza mediante la que se regulará el funcionamiento de los denominados Vehículos de Movilidad Personal (VPM).

### Recursos Naturales

Se han comentado anteriormente las distintas iniciativas que Málaga pone en marcha para la protección de su paisaje. En lo que respecta a biodiversidad, el destino también pone desarrolla iniciativas para proteger la biodiversidad en su entorno.

Málaga es Ciudad amiga de los animales y trabaja en la protección de especies autóctonas, como el Camaleón común. Málaga es una de las zonas con mayor presencia en la provincia, por lo que se ha puesto en marcha el **Proyecto Camaleón común**, para conservar las poblaciones existentes (323 ejemplares y han nacido otros 233) y ampliar sus territorios. Para este fin se ha creado el centro de Control de la Biodiversidad.

Otra iniciativa para la protección de la avifauna ha sido la creación del Jardín del Recuerdo por parte de la empresa PARCEMASA. En el cementerio se ha creado un jardín con 40.000 m<sup>2</sup> para dar cobijo a distintas especies de fauna.

El Aula del Mar juega un papel fundamental en la **protección de especies marinas amenazadas**. El CREMA -Centro de Recuperación de Especies Marinas Amenazadas-, recupera cientos de tortugas marinas y cetáceos varados en las costas de la provincia de Málaga. Tras su rescate, los ejemplares son atendidos y tratados con el objetivo de poder devolverlos a su hábitat natural lo antes posible. Se llevan a cabo actividades de



sensibilización, para dar a conocer las estrategias de conservación de las especies protegidas y sus hábitos, que ayuden a proteger y cuidar estos entornos tan frágiles.

A raíz del *Decreto 23/2012 por el que se regula la conservación y el uso sostenible de la flora y fauna silvestres y sus hábitats*, en Andalucía se elabora el Catálogo Andaluz de Especies Amenazadas, en el que se incluyen todas las categorías de extintas, en peligro de extinción o vulnerables. En el área de Biodiversidad del Ayuntamiento también se lleva a cabo un listado del **catálogo de especies del municipio** que está disponible a través de su página web. Por su parte el [Jardín histórico de La Concepción](#) ha elaborado un listado de aves con SEO, y un catálogo de especies de acuerdo con los principios del Código Internacional de nomenclatura Botánica. Otro documento donde se recogen principios de biodiversidad es en el *Plan Director del Arbolado* de Málaga.

### Calidad de Aguas

EMASA es la Empresa Municipal Aguas de Málaga, dependiente del Área de Medio Ambiente. En EMASA llevan a cabo iniciativas de ahorro de agua en a nivel público manteniendo un programa continuo de control de fugas, protocolos de rehabilitación de depósitos, y en la búsqueda de mecanismos que permitan mejorar el aprovechamiento de agua de la planta desaladora del Atabal. La EMT reduce el uso de agua en procesos de lavado de la flota de autobuses urbana mediante la reutilización agua de lavado.



*Campaña de concienciación en ahorro de agua Fuente: EMASA*

Para el ahorro de agua a nivel privado se ha instalado una red de contadores inteligentes **Smart Metering** en la red de distribución de agua. Se han instalado 140.000 contadores de red inalámbrica vía radio y GSM (el 63% de la planta total de contadores). Además, se conciencia del consumo de agua en tiempo real.



También se realizan campañas periódicas de ahorro de agua, *Cuida tu agua, Siembra vida, o Agua te quiero* o concienciación sobre los vertidos a la red de saneamiento, como las toallitas.

En cuanto a la disponibilidad de aguas, existen infraestructuras suficientes para garantizar el suministro de agua sin menoscabo de la población local o impactar sobre los acuíferos de la zona.

Desde EMASA se mantiene un exhaustivo control de la calidad del agua que suministran a la población conforme a la legislación y colaboran en la monitorización de la calidad de las aguas de baño en temporada de baños. También hay controles diarios de las aguas depuradas y se mantiene información de las mismas conforme a la legislación de la Junta de Andalucía.

Se gestionan correctamente los residuos a través de las tres depuradoras que asisten a la ciudad de Málaga y a dos municipios colindantes, Torremolinos y Alhaurín de la Torre. Se realizan controles de vertidos en continuo, aplicando las medidas marcadas por las ordenanzas existentes. Desde EMASA llevan un control y tratamiento de olores en las EBAR y EDAR a partir del nuevo sistema de tratamiento Biotrickling mediante la reutilización del carbón activo logrando un 100% del rendimiento en la desodorización.

Se realiza la división de redes en pluviales y de saneamiento para facilitar la evacuación de aguas en episodios de lluvias torrenciales. En total se han invertido 1,5 millones de euros distribuidos en 44 actuaciones. Otras acciones consisten en la restauración hidrológica de humedales en la desembocadura del Guadalhorce regenerando 67 hectáreas, aportando 650 millones de litros de agua depurada en 3 años.

En cuanto al agua de riego la depuradora de Guadalhorce tiene tratamiento terciario. También el destino cuenta con un sistema de riego inteligente en el que se utiliza información de sensores y de datos abiertos para optimizar el riego. La aplicación Softgreen permite visualizar y gestionar el riego de los jardines en tiempo real. El 100% de las instalaciones habilitadas para el riego han sido revisadas y mejoradas para optimizar su funcionamiento con un estudio pormenorizado de especies y sectorización que han permitido reubicar los puntos de riego para un mayor ahorro de agua. En este sentido se han tomado criterios de xerojardinería en nueve zonas del municipio para disminuir el consumo hídrico en los espacios públicos.

También se indica la no potabilidad del agua sobre todo a fuentes ornamentales.



### Calidad del Aire

Málaga cuenta con una Ordenanza frente a la Contaminación Atmosférica y un *Plan de Calidad del Aire* elaborado en colaboración el COAMBA Colegio profesional de graduados y licenciados en Ciencias Ambientales de Andalucía y los datos de la Red de Estaciones de medición de Calidad del Aire de que dispone la Junta de Andalucía se ofrecen a través de los Informes diarios de calidad del aire de la Junta de Andalucía. Se utilizan 59 sensores instalados (3 estaciones fijas de precisión, 15 Estaciones móviles colocadas en carros de correos, 40 Estaciones móviles de bajo coste repartidas a ciclistas voluntarios, 1 laboratorio móvil).

Muchos de los datos de la calidad del aire se obtienen a través del **Proyecto de Monitorización de Calidad del Aire-Curmos**, que recoge datos de cuarenta dispositivos instalados en bicicletas de usuarios habituales de este vehículo y los ofrece de toda la ciudad.

Otro proyecto similar es **ScotCity**, que incluye movilidad y calidad del aire y ruido. Se han cedido motos al Ayuntamiento que tienen integrados dos sensores; uno para medir la calidad del aire y otro para medir la contaminación acústica.

También se monitorizan los niveles de **polen en el aire**, con la instalación de una estación medidora en el centro asesor ambiental. Hay seguimiento diario de niveles de polen, se puede realizar la consulta en tiempo real de los niveles de polen con un sistema de alerta para niveles altos.

### Ruido y contaminación acústica

Se han desarrollado actuaciones en pro de la mejora de la **calidad acústica** enmarcadas en el *Mapa Estratégico de Ruido de la Ciudad de Málaga* (II Fase 2012), el *Plan de Acción contra el Ruido de la Ciudad de Málaga* (II PAR 2014) y la zonificación acústica de la ciudad (actualización 2011).

Se ha instalado la red móvil de **monitorización del ruido de ocio y otras fuentes** en Málaga, con mediciones acústicas y encuestas ciudadanas. En total, analiza el ruido en 41 ubicaciones del Centro y Teatinos. Se puede conseguir las fuentes de ruido y su evolución temporal, los niveles sonoros en diferentes periodos del día y se planean soluciones adaptadas.



Se han llevado varias **iniciativas de concienciación** con la colaboración de las principales asociaciones de hostelería de la ciudad, AEHMA (Asociación de Empresarios de Hostelería de Málaga), ASERCA (Asociación de Empresarios de Restaurantes a la Carta de Málaga) y ABEMUS (Asociación de Bares y Establecimientos Musicales de Málaga), así como pilotos de **semáforos sonómetros** en las terrazas del centro.



*Campaña de concienciación Fuente: Portal municipal*

### **Cambio Climático**

En lo que se refiere a la minimización de gases de efecto invernadero, el destino cuenta con el **registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono** que gestiona la Oficina de Cambio Climático.

Desde el Jardín Botánico-Histórico La Concepción de Málaga, la Asociación Ibero-Macaronésica de jardines botánicos (AIMJB), en la que se integran los de España y Portugal se sumó a la Alianza contra el Cambio Climático a través de la denominada *Declaración de Málaga*. Uno de los objetivos más claros de esta declaración es identificar los efectos del cambio climático en las colecciones vivas de los jardines botánicos que integran la AIMJB y proponer acciones que ayuden a evaluar las consecuencias que tiene sobre ellas.

Con **Smart City Málaga**, en diferentes ámbitos desde 2009, el destino ha logrado el 25% de ahorro energético y la reducción del 20% de las emisiones de CO2. Esto ha sido



posible gracias a iniciativas como la implantación de coches eléctricos, el uso del excedente de energía eléctrica o la implantación de alumbrado LED.

El destino fue uno de los beneficiarios principales del proyecto **Mi Ciudad AC2** basado en mejorar la adaptación y mitigación de los efectos del Cambio climático, mediante criterios innovadores de planeamiento urbano, planificación de zonas verdes, políticas de eficiencia y ahorro energético y concienciación.

Así mismo, en su *Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2020*, varias actuaciones van en la línea de adaptarse y mitigar el cambio climático. Esto se recoge en el *reto 25. Aplicar las nuevas tecnologías a favor del ahorro energético y la lucha contra el cambio climático.*

### **Eficiencia energética**

Málaga cuenta con una **Agencia Municipal de la Energía**, un organismo autónomo del que tiene como objetivo general ser un instrumento de planificación y gestión energética municipal, en coordinación con todas las Áreas, Empresas y Entidades municipales.

En 2010 se firmó el *Plan de Acción para la Energía Sostenible (PAES)* que establece una serie de líneas estratégicas para la mejora de la eficiencia energética y la reducción de emisiones en las distintas áreas de actividad de la ciudad.

En cuanto a un sistema que permita registrar, controlar, seguir e interpretar los datos relacionados con energética Málaga cuenta con las mejoras del programa **Flexiciency** que a través de redes inteligentes en la ciudad se puede monitorizar de los valores de consumo de los edificios municipales, el control inteligente de cargas en una vivienda simulada y la mejora de la estabilidad y la seguridad de la red de la distribuidora. Bibliotecas, colegios y oficinas ven sus datos trasladados a una plataforma desde la cual se evalúa dónde es necesario reducir potencia o consumo.

La ciudad de Málaga está en constante renovación del alumbrado público para mejorar la sostenibilidad y eficiencia de las instalaciones. En 2017 se mejoró el sistema de alumbrado público cambiando casi 4.000 puntos de luz que fueron sustituidos por led. Se consiguió un 60% de ahorro respecto a la tecnología anterior, y se regularon los relojes para optimizar el apagado y encendido de las instalaciones.

En el Parque forestal de la Laguna de la Barrera se instalaron LED Light Blue Sun para reducir la **contaminación lumínica**, aumentar la eficiencia energética e iluminar el



parque usando energía limpia. Son autosuficientes, recogen datos de energía solar y tienen sensores de movimiento que detienen la iluminación si no hay tránsito

Otras iniciativas llevadas a cabo para el mejor aprovechamiento energético es la de la empresa pública de limpieza, LIMASA aprovechando la energía del biogás generado por los residuos depositados en vertederos. También EMASA tiene aprovechamiento termoeléctrico del **Biogas** en la EDAR Guadalhorce. El 74% de la energía que emplea proviene de la cogeneración.

Desde la EMT se han llevado también mejoras, como mejoras de la eficiencia energética de los sistemas de iluminación. En el taller mecánico sustitución de halogenuros por LED, en los de chapa la sustitución de luminarias de vapor de sodio (475W) por halogenuro metálico (300W), y en las oficinas se instalaron temporizadores de conexión/desconexión de sistema de iluminación y aire acondicionado. También se instalaron mantas fotovoltaicas e incorporaron nueva flota de autobuses de la EMT, con 4 autobuses híbridos y 48 autobuses E6.

### **Residuos y reciclaje**

El Ayuntamiento de Málaga certifica y audita el 100% del servicio de residuos y limpieza de la ciudad.

Se han sustituido los equipos de baldeo para aumentar eficiencia y disminuir presión sobre los recursos naturales. Se emplean 220.000 litros de agua no potable al día en el baldeo.

Como se decía en el apartado anterior sobre eficiencia energética, se favorece el aprovechamiento energético del biogás generado por los residuos urbanos depositados en los vertederos. Su obtención ha permitido reducir un 73% las emisiones de gas. El 85% del gas obtenido se exporta a la red y el resto se dedica al autoconsumo de las instalaciones de Los Ruices.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Certificados de LIMASA Fuente: Portal Municipal*

Se fomentan las infraestructuras para el fomento del **reciclaje selectivo** con contenedores para el depósito de los residuos. Málaga cuenta con 1.536 contenedores de plástico, 1.300 de vidrio y 1.537 de papel y cartón, y en algunas zonas con predominio de la actividad hostelera, se realiza la recogida selectiva puerta a puerta. En la planta de tratamiento de Málaga se separan cada día 35 toneladas de envases para su reciclaje. La mayor parte del proceso es automática y permite clasificar siete tipos de materiales.

El Centro asesor ambiental, redactó un documento sobre concienciación sobre la generación de los **residuos en la hostelería y los comercios**. En este documento se dan pautas sobre ahorro de energía, para reducir la generación de residuos y buenas prácticas en su gestión.

En el ámbito de la jardinería existe reutilización de materiales. Se han utilizado 1.080 toneladas obtenidas como restos de poda, reconvertidas en 25 toneladas de compost en el mantenimiento de los jardines de Málaga.

El municipio cuenta con un punto limpio fijo y uno móvil que cada día de la semana está en un distrito distinto, informando en la web de donde se encuentra casa día.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### SOS.C1. Medidas para evitar malos olores en la ciudad

<b>Responsable</b>	Área de Sostenibilidad medioambiental
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Se recomienda al destino poner en marcha acciones concretas y continuadas para evitar los malos olores en la ciudad. Son reiteradas en el tiempo las noticias que hablan sobre distintos focos y fuentes de malos olores en el municipio, pero sin llegar a atajarse definitivamente. Los hoteles y restaurantes, así como los touroperadores son muy sensibles a estos problemas que pueden afectar al turismo. Desde el servicio de medio ambiente se deben impulsar campañas que involucren al ciudadano como las que realiza por ejemplo A Coruña con <u>el Dispositivo de Olores Molestos de Málaga</u>.</p>	

### SOS.C2. Acciones que favorezcan envases retornables en el sector privado

<b>Responsable</b>	Área de Sostenibilidad medioambiental
<b>Secundario</b>	Área de turismo
<b>Prioridad</b>	Baja
<p>Se recomienda al destino que ponga en marcha acciones para la utilización de envases retornables en el sector privado. Málaga destaca por la multitud de fiestas y ferias que se realizan en la calle. No siendo necesariamente una medida que se pone en marcha solo en fiestas, sino que puede ser algo habitual, también en los chiringuitos de la playa, se establezcan medidas como las que ha llevado <u>DTI Vitoria-Gasteiz</u> en sus fiestas. Utilización de vasos retornables, pero el cliente siempre utilizará vasos nuevos y limpios.</p> <p>Aunque el Ayuntamiento ya viene trabajando en campañas como “No ensucies las</p>	



playas”, sería bueno una campaña que no solo fuera de sensibilización, sino de mejora de la recogida separada de envases.

### SOS.C3. Mapas de calidad del aire

<b>Responsable</b>	Área de Sostenibilidad medioambiental
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Baja

Se recomienda poner en marcha un visor que permita conocer fácilmente los datos de las estaciones de control del aire instaladas. Es importante mostrar al ciudadano y al visitante que el destino es un espacio con buena calidad del aire, debido la relación entre contaminación y prevalencia de contagios de coronavirus. Es un factor más de los que lo considera un motivo para escoger o no una ciudad a la hora de viajar. Es una medida barata y sencilla de implementar y existen varias soluciones en el mercado y desarrollos que permiten mostrar esos datos.



### Ámbito D. Desarrollo social y económico del destino y la comunidad local

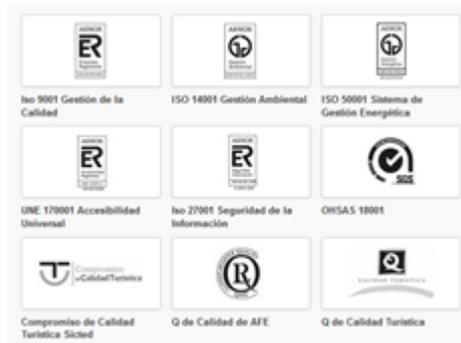
La sostenibilidad económica y social es lo que se analiza con los requisitos de este ámbito, desde varias perspectivas, la de la calidad turística con las medidas que se adopten para alcanzarla, programas, formaciones o manuales, y desde las perspectivas de los mecanismos de protección y fomento de la economía local y la oferta turística, las medidas de redistribución de los costes y beneficios de la actividad turística, la satisfacción del residente y del turista, el contar con conocimiento en turismo, la atención sanitaria a los visitantes, y la seguridad y protección civil al turista.

#### Calidad turística

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

Como ya se ha dicho anteriormente el destino tiene una clara línea de trabajo para que sus empresas se reconozcan en SICTED. No solo conoce el grado de implantación en su destino, sino que además reconoce a las a empresas que lo han implantado. A mediados de 2019 eran las 167 las empresas y servicios locales que habían obtenido o renovado el distintivo del **Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED)**. En un acto público se reconoció a 11 empresas que llevaban una década acreditadas por el SICTED.

El Palacio de Ferias y Congresos cuenta con la **ISO 9001**, la **Q de Calidad Turística** y la **Q de Calidad de la Asociación de Ferias Españolas**. Las playas tienen implantado un **Sistema de Gestión Integrado del Área de Playas**, conforme a los requisitos establecidos en las normas de referencia UNE-EN 13009, UNE 170001 y UNE-EN ISO 9001.



*Certificaciones y sellos de calidad del Palacio de Ferias y Congresos  
Fuente: Portal Municipal*

No se ha identificado un manual de conducta para los empleados del área de turismo, pero sí que existe un **Código de Conducta y Principios Éticos del Ayuntamiento de Málaga.**, donde se recogen los Deberes de los empleados públicos. Código de Conducta y principios éticos y de conducta.

Debido a la implantación de SICTED las empresas que se encuentran bajo ese sistema de gestión reciben formación turística. Los últimos cursos ofrecidos son de estrategia digital o Neuromarketing turístico aplicado.

El destino cuenta con una **Comisión de sugerencias y Reclamaciones** es un órgano colegiado que se crea para la defensa de los derechos de los vecinos y visitantes ante el Ayuntamiento. En él se canalizan las sugerencias y reclamaciones, y se estudian las iniciativas y alternativas propuestas.

Estas quejas o sugerencias las puede realizar cualquier persona sobre la calidad en la prestación de los servicios municipales, y los canales adecuados para hacerlo se recoge en el **Plan de Acción en Calidad**. En lo que se refiere al **sistema de gestión de reclamaciones**, Málaga cuenta con una oficina especializada cuya finalidad es garantizar los derechos de las personas consumidoras y usuarias, la Oficina Municipal de Atención al Consumidor (OMAC) Cuenta con un sistema de reclamaciones de consumo para denunciar irregularidades en los productos y servicios adquiridos o contratados. Puede hacerse vía online, o bien de manera presencial en las oficinas OMAC o en las oficinas de atención al ciudadano, el **teléfono de información 010**, o el portal **málaga24h**, punto único de atención telemática. En lo que se refiere a incidencias en la vía pública cuenta con la plataforma de gestión **GECOR** o la aplicación móvil **Málaga Funciona**.



### **Economía local, formación y empleo**

Desde **Promálaga**, se trabaja en la promoción empresarial, la creación de empleo y la atracción de talento. Existen varias líneas de ayuda para impulsar la creación de empresas de todo tipo Subvenciones Impulso Empresarial, que se han analizado en el presente informe en el eje de Innovación.

En el **ecomercado** se apoya a los productores y consumidores que defienden y fomentan la producción, transformación, comercialización y consumo de productos provenientes de la agricultura y la ganadería ecológica local. Se organizan mensualmente este tipo de mercadillos.

Otra de las medidas que se llevan a cabo para la promoción de los productos locales, como la gastronomía, es reciente la publicación de la *Guía gastronómica de la cocina tradicional de Málaga* en colaboración con la Asociación de Hosteleros de Málaga (Mahos) o en Semana Santa una guía especial para el tapeo en esas fechas. Esta iniciativa tiene reflejo en una web propia dedicada a la guía. Otras acciones para promocionar la hostelería y productos locales es la campaña “*Málaga de Tapeo*” que propone recorrido por 29 establecimientos del Centro histórico de Málaga y el Soho, o la *Muestra de Cultura Gastronómica*, con el fin de fomentar a jóvenes cocineros con un apartado especial para la cocina malagueña.

Sin embargo, no se han identificado buenas prácticas por parte del Ayuntamiento para llevar a cabo las **compras verdes** en el municipio. Sí que existen recomendaciones en la web de cara a la compra responsable por parte de empresas, pero el Ayuntamiento no tiene recogida una normativa en ese sentido.

Desde el área de empleo trabajan en la búsqueda de alternativas a la estacionalidad en el turismo y la promoción del turismo de cruceros. Se puede decir que el destino trabaja bien la desestacionalización, siendo la segunda ciudad de España con mayor ocupación hotelera media durante el año con casi un 80%. Esto se debe a que se impulsan actividades ligadas al turismo, ocio y cultura para evitar la estacionalidad mejorando la oferta tradicional de sol y playa con actividades de ocio que tienen demanda creciente: turismo náutico, golf, hípica, turismo de congresos, cultural, sanitario, turismo verde, y ampliar estrategias de productos y de distribución, así como ampliar redes de alianza entre empresas y entre destinos turísticos. Otra línea de trabajo es con el Puerto de Málaga, para atraer el turismo de cruceros y alianzas con operadores.



En cuanto a la formación, el Centro Municipal de Formación consulta las necesidades de cada Área y Organismos y pone en marcha líneas formativas. Como se señaló anteriormente, la formación específica en turismo que reciben las empresas que se acogen a SICTED.

### **Grado de satisfacción de residentes y turistas, conocimiento turístico**

La satisfacción de los residentes con el turismo es fundamental para la configuración de Málaga como Destino Turístico Inteligente, dado que, en casos extremos, la hostilidad de la comunidad puede tener como consecuencia un rechazo frontal a los visitantes en ese destino. Para hacer frente a estos potenciales efectos negativos que tendría un entorno de rechazo al turismo, el ente gestor deber procurar mantener una relación positiva entre residentes y turistas, que permita prever y prevenir incidentes.

En Málaga se viene hablando algunos años atrás de la turistificación de su casco histórico, donde la población local es remplazada por turistas que pasan un par de días en la zona y se van. El Ayuntamiento es consciente y lo ha identificado como uno de los problemas actuales.

El destino realiza habitualmente a través de su Observatorio de Turismo, encuestas turísticas, pero básicamente a visitantes. En el último informe que es de abril de 2019 el 98,5% de las encuestas han sido realizadas a turistas, y el 1,5% pertenece a residentes. En este informe se recogen datos de perfil del turista y su satisfacción sobre determinados servicios.



*Datos de satisfacción de turista. Fuente: Encuesta del Área de Turismo*

Otros estudios en este sentido es la *Encuesta de satisfacción en Playas de septiembre de 2019*.

No se han identificado encuestas por parte del Ayuntamiento a residentes, pero si hay otros estudios como el llevado a cabo por el Departamento de Geografía y del Instituto de Turismo (i3t) de la Universidad de Málaga (UMA). Algunas de las conclusiones que arroja el estudio son que el 17,5% de los residentes que manifiestan su malestar por el impacto del turismo en la ciudad, lo hacen por problemas como como el ruido, la suciedad, la falta de aparcamiento o la vivienda turística; cerca de un 23% destacan sus beneficios y se consideran *turismofilos*. Se recomienda al Ayuntamiento seguir investigando sobre la satisfacción del residente.

### Seguridad ciudadana y protección civil

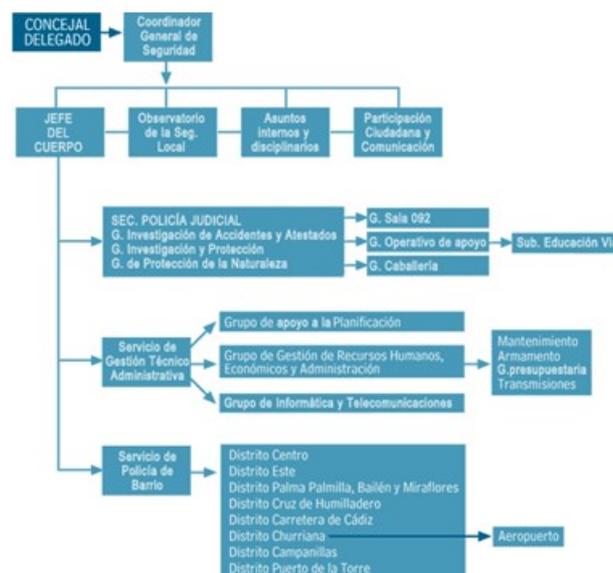
Dentro del organigrama municipal es la Delegación de seguridad quienes tienen la competencia. Desde ahí se gestiona el cuerpo de Policía Local, la Escuela de seguridad Pública, el servicio de Extinción de Incendios y Salvamento y el servicio de Protección civil.

La Policía Local se encuentra repartida por el municipio a través de las distintas Jefaturas de Policía de Barrio. Además, con el Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE) que se encuentra en la Oficina de Turismo se atienden las denuncias que se tengan que tramitar por parte de turistas. Estos pueden realizar la denuncia por



teléfono o directamente en la Comisaría. El servicio de denuncias telefónicas se atiende en siete idiomas: inglés, francés, alemán, árabe, italiano, japonés y español. Se puede denunciar vía telefónica delitos como hurtos, estafas, daños y cierto tipo de robos, disponiendo de 72 horas para acudir a firmar la misma.

En 2017 se realizó un estudio a los cruceristas, y se les preguntaba por cuestiones como la seguridad percibida. Los aspectos mejor valorados por los cruceristas eran la hospitalidad de los habitantes (9,03), la seguridad personal (8,85). Es un destino seguro por los turistas.



Organigrama Policía Local. Fuente: Portal Municipal

La Policía Municipal tiene un despliegue especial en la temporada de verano. Para cumplir con la **Ordenanza Municipal de Uso y Disfrute de las Playas** se presta especial atención a los perros sueltos, la circulación de vehículos a motor y las bicicletas en aceras, y se incrementa la vigilancia de hurtos. Dentro de este dispositivo se vigilan las propias playas, se controla la venta ambulante o las medidas de seguridad de las motos acuáticas o la inspección de embarcaciones. Otros cuerpos como la Policía Nacional o Guardia Civil también incrementan su presencia en la zona durante el verano.

En el presupuesto de este año 2020 se prevén acciones de mejora como la adquisición de chalecos de protección personal, la renovación de vehículos y utillaje y material de Policía Local y Bomberos.



Junto con la acción de la Policía Local, se pone a disposición del turista **la app Playas del Ayuntamiento de Málaga**, con información sobre las características de cada playa, indicaciones para llegar o recomendaciones de salud y seguridad y teléfono de emergencia.

Cuenta también con una **Escuela de Seguridad Pública** que sirve para la formación de los miembros de la Policía Local, el Cuerpo de Bomberos y los servicios de Protección Civil del Ayuntamiento y de otros municipios.



Estructura y Organización del PEM Fuente: Plan de Emergencia Municipal

Cuenta también con un *Plan de Emergencia Municipal* detallado con un organigrama claro. Además del Plan de Emergencia cuenta con otros Planes de Emergencia específicos y para determinados eventos. Planes de Emergencia (Inundaciones, Incendios Forestales, Concentraciones Humanas en Cabalgata de Reyes Magos, Carnaval, Semana Santa, Feria de Málaga, etc.)

Desde el Ayuntamiento se lleva a cabo un control sanitario de establecimientos alimentarios y no alimentarios y control de alimentos. Otra campaña impulsada para el control de alérgenos es la *Red "Málaga sin Gluten"* que surge de la colaboración de la Asociación de Celíacos de Málaga (ACEMA) y el Ayuntamiento para establecer una red de establecimientos de hostelería, restauración y alimentación, una oferta gastronómica adaptada a las necesidades de las personas con intolerancia al gluten.



### **Salud y asistencia sanitaria**

Málaga cuenta con el *I Plan Municipal Málaga Ciudad Saludable 2016-2020* y en 2019 se firmó la creación de la Red Local de Acción en Salud (Relas) en la ciudad de Málaga, con el objeto de impulsar a nivel municipal actuaciones de prevención, protección y promoción de la salud.

La asistencia sanitaria para visitantes y turistas está perfectamente cubierta en el destino, siendo las competencias en salud de la Junta de Andalucía.

En [Portal de Turismo](#) se refleja claramente cuáles son los números de urgencias y emergencias sanitarias, así como los hospitales principales, que son el Hospital Carlos Haya, el Hospital Civil y el Hospital Clínico Universitario.

El Ayuntamiento de Málaga tiene identificados cuales son los edificios municipales, museos, paseos marítimos, aparcamientos y autobuses urbanos que tienen desfibriladores. La Oficina de Turismo se incluye dentro de estos edificios que son zona cardiovascular.

### **Solidaridad cooperación social**

Desde el Ayuntamiento de Málaga se ponen en marcha medidas para ayudar a países en vías de desarrollo.

Se viene trabajando desde hace años en esta línea, a partir de *Plan Marco "Ciudadanía y Convivencia" 2008 – 2011* con el *I Plan Estratégico de Cooperación al Desarrollo*. Con él se busca promover iniciativas municipales en materia de cooperación al desarrollo y coordinación y gestión del Programa de Cooperación al Desarrollo con los actores sociales y servicios de la ciudad. Se establecen una serie de medidas en las que se indica el departamento responsable e indicadores. Algunas de estas medidas son el fortalecimiento del presupuesto municipal destinado a la cooperación al desarrollo y la creación de subvenciones anuales.

Recientemente en febrero de 200 se anuncia el compromiso de destinar un millón de euros de subvenciones a ONG de cooperación internacional repartidos en tres líneas: a los proyectos que presenten las entidades sobre Cooperación Internacional al Desarrollo, los proyectos de Acción Humanitaria y los destinados a Educación para el Desarrollo y Sensibilización.



Estas ONGDS se recogen en un **Directorio de ONGD y Asociaciones de Cooperación Internacional para el Desarrollo con domicilio en Málaga** con la finalidad de servir como banco de datos digital de las organizaciones no gubernamentales (ONGs) y asociaciones con sede en la ciudad de Málaga, que trabajan en proyectos de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

También desde el sector privado se han puesto en marcha algunas acciones de solidaridad y ayuda, como por ejemplo *“Sabor Solidario”*, que es una ruta gastronómica a beneficio del Banco de Alimentos de la Costa del Sol (Bancosol). La actividad consiste en que 12 restaurantes céntricos venden tarjetas de 12 consumiciones de tapa y bebida por 24€ destinando esta cantidad a Bancosol. Algunos hoteles celebran cenas de gala solidaria a favor de la Asociación Arrabal AID enfocada en la ayuda laboral y social. Al inicio del estado de alarma muchos restaurantes y hoteles de Málaga donaron sus alimentos a entidades sociales como Bancosol, Cáritas o el Comedor de Santo Domingo.

En lo que respecta a los inmigrantes residentes en el destino, se cuenta con una **Oficina de Atención al Extranjero**, en la que se facilita el acceso a los servicios básicos comunes de la ciudadanía, se le informa y facilita los trámites de documentación y gestiones. Viene funcionando desde 2008, dentro del *Plan de Inmigración y Convivencia*, dentro del *II Plan Marco “Ciudadanía y Convivencia” 2012-2015*.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### SOS.D1. Evaluación de la satisfacción del residente

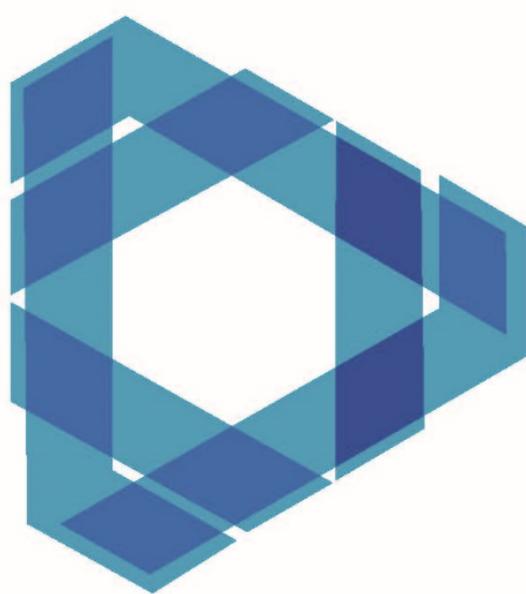
<b>Responsable</b>	Área de turismo
<b>Secundario</b>	Área de derechos sociales, accesibilidad, vivienda, participación ciudadana y transparencia y buen gobierno.
<b>Prioridad</b>	Alta

Se recomienda la realización de una encuesta a la población residente sobre su opinión y posibles afecciones de residir en un municipio con un importante flujo de turistas. Antes de redactar la nueva Estrategia turística sostenible 2020-2030 se ha de conocer la opinión que se tiene por el residente para poder paliar y evitar problemas que puedan surgir a futuro. Esto está ligado a la recomendación que se hace con **SOS.A4. Medidas que eviten turistificación. Integración turismo / vida social.**

### SOS.D2. Plan de crisis

<b>Responsable</b>	Delegación de seguridad
<b>Secundario</b>	
<b>Prioridad</b>	Media

Se recomienda al destino trabajar en planes de crisis para distintos acontecimientos que tengan una honda repercusión sobre el turismo, como pueden ser desastres naturales, crisis económicas, ataques terroristas o pandemias como la que estamos sufriendo actualmente.



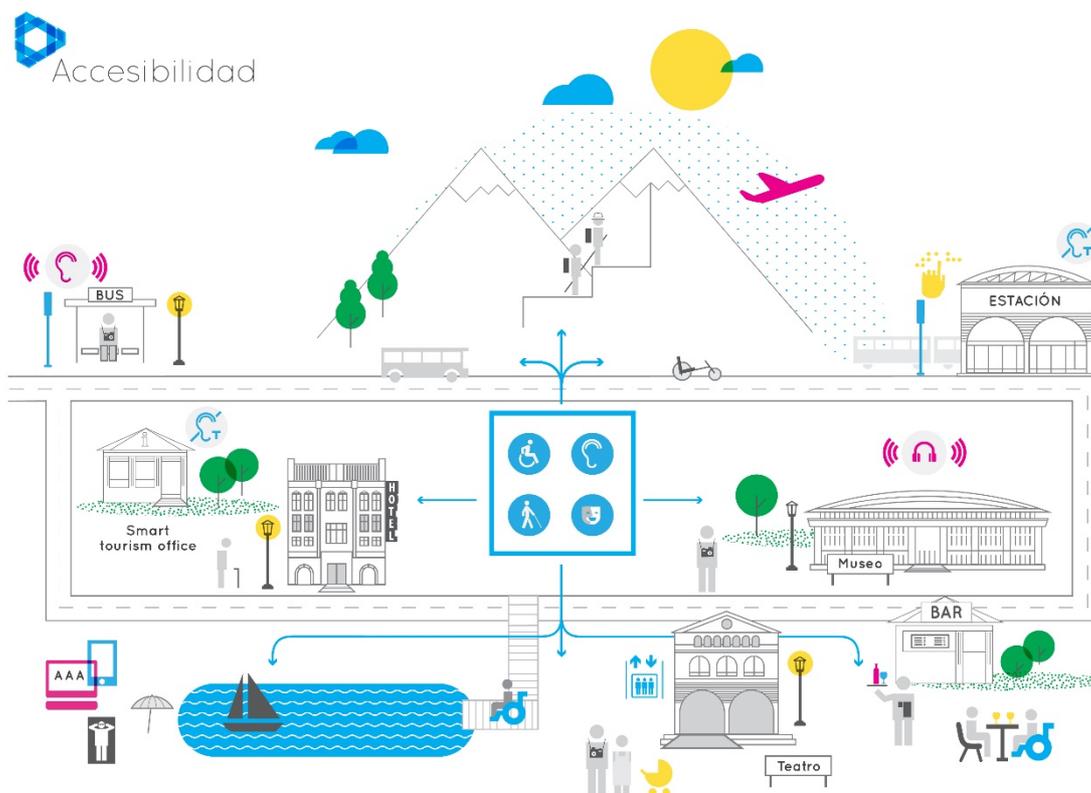
**ACCESIBILIDAD**



### 4.5. ACCESIBILIDAD

La accesibilidad universal de un 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.

Por otro lado, 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.





#### 4.5.1. Grado de cumplimiento de los requisitos de accesibilidad

Un DTI debe tener la accesibilidad universal como requisito imprescindible, posibilitando el 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. Para ello, el diagnóstico tiene en cuenta elementos de gestión y de normativa en esta materia y su aplicabilidad en espacios, infraestructuras y en la tecnología que se utilice en el destino de cara al turista.

##### Ámbitos de análisis de la accesibilidad



El cumplimiento de los requisitos del eje de Accesibilidad en el destino Málaga se ha analizado teniendo en consideración la información recabada en la documentación facilitada por el destino, las entrevistas realizadas y la posterior visita del destino.

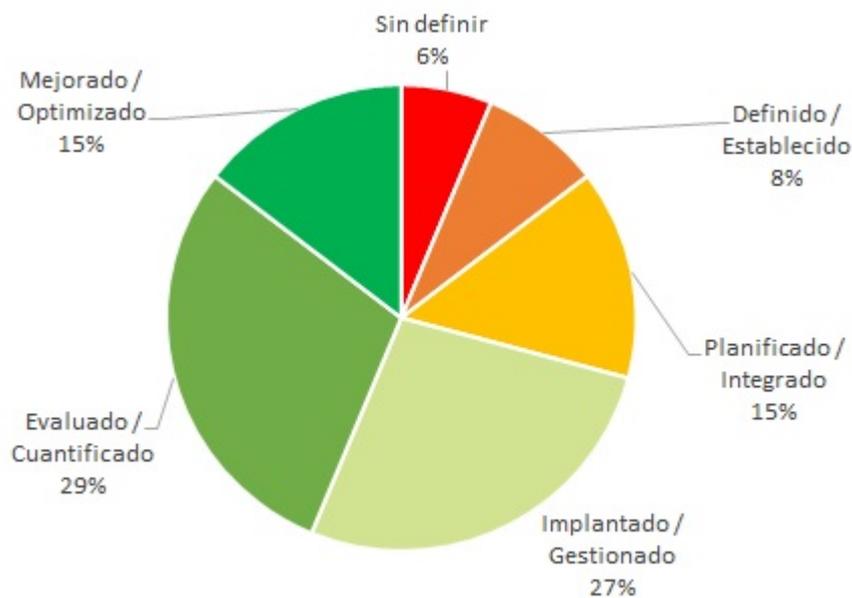
El **grado de cumplimiento** de los requisitos analizados en el **eje de accesibilidad** en Málaga como DTI se establece en un **61,7%**.

Tras el análisis y diagnóstico del destino, **no se cumplen los requisitos en un 6% de los casos, ni hay un proyecto definido para cumplirlos, en un 8% de los casos se cumplen solo algunas secciones de los mismos** o hay algún proyecto para cumplirlos pero no ha empezado a ejecutarse; el **15%** de los elementos analizados **cumplen suficientes**



**secciones** de los requisitos, pero de forma muy básica y con un amplio margen de mejora; en el **27%** de los casos se cumplen las **necesidades mínimas** de los requisitos de forma aceptable. Por último, **se cumplen sustancialmente los requisitos en el 29%** de los elementos analizados y **de forma excelente en el 15%** de ellos.

### Evaluación cumplimiento accesibilidad

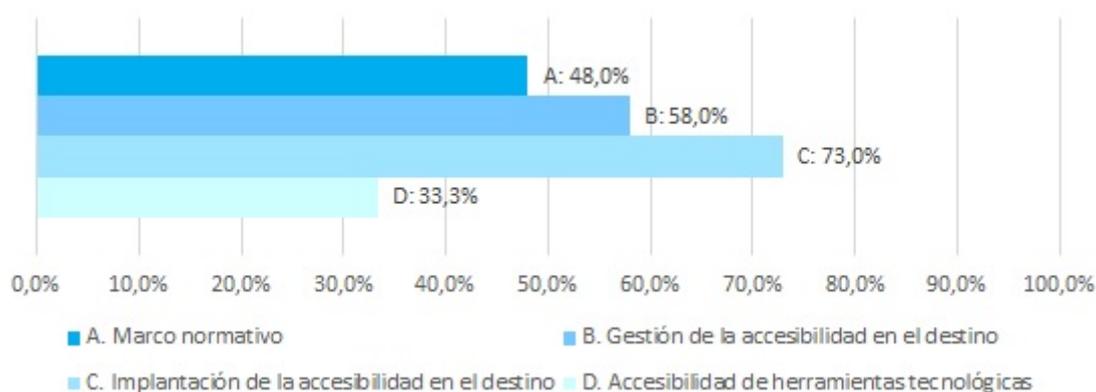


Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

Esto es consecuencia de lo analizado a través de la documentación disponible, de la información recogida mediante entrevistas y del trabajo de campo *in situ*: la accesibilidad está presente en diferentes ámbitos de competencia del destino, si bien no siempre de forma sistematizada y con margen de mejora en algunos aspectos.



### Ámbitos de evaluación de la accesibilidad



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

Por lo que se observa en el grado de cumplimiento de los requisitos en los diferentes ámbitos, existe margen de mejora para alcanzar el pleno cumplimiento del marco normativo, especialmente en cuanto a la consolidación de la formación relativa a su aplicación para los técnicos municipales. El margen de mejora es amplio también en cuanto a la accesibilidad de las herramientas tecnológicas, principalmente de la página web de turismo y de la aplicación móvil de Málaga.

Por otro lado, se alcanza un nivel de cumplimiento aceptable de los requisitos en la gestión, aunque con margen de mejora y bueno en la implementación de la accesibilidad en el destino.

En cuanto a los cuatro ámbitos de evaluación del eje, destacable que tres de ellos superan el 40%. En el **Ámbito A. Marco normativo el grado de cumplimiento es del 48%**, en el **Ámbito B. Gestión de la Accesibilidad en el destino el grado de cumplimiento es del 58%**, en el **Ámbito C. Implantación de la accesibilidad en el destino el grado de cumplimiento es 73%** y por último en el **Ámbito D Accesibilidad de herramientas tecnológicas el cumplimiento es del 33,3%**.

A continuación, se realiza un análisis de los requisitos por ámbitos. Dentro de cada uno de ellos, las conclusiones se presentan agrupadas por categorías para conseguir una mayor coherencia en el análisis y con el objetivo de trasladar mejor las valoraciones.



#### 4.5.2. Diagnóstico y recomendaciones por ámbitos de evaluación

##### Ámbito A. Marco Normativo

En este apartado se analiza la legislación relacionada con accesibilidad y turismo que afecta al territorio en el que se ubica el destino y la formación y capacitación necesarias por parte de los responsables para su aplicación.

En este ámbito el **grado de cumplimiento es del 44%**.

##### Legislación

La normativa estatal y autonómica, aplicable en materia de accesibilidad y turismo, que se ha tenido en cuenta a la hora de realizar el análisis del destino, es la siguiente:

##### Legislación Nacional

1. **Real Decreto Legislativo 1/2013**, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social
2. **Ley 26/2011**, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad
3. **Orden VIV/561/2010**, de 1 de febrero, por el que desarrolla el documento técnico de condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de espacios públicos urbanizados. BOE núm. 61 de fecha 11 de marzo 2010
4. **Código Técnico de la Edificación**: CTE-DB-SUA y CTE-DB-SI-3. (BOE del 12 de septiembre de 2006) y Real Decreto 173/2010, de 19 de febrero, por el que se modifica el código técnico de la edificación, aprobado por Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, en materia de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad
5. **Real Decreto 1544/2007**, de 23 de noviembre, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los modos de transporte para personas con discapacidad. BOE núm. 290 de fecha 4 de diciembre de 2007.



6. **Real Decreto 1494/2007**, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social.
7. **Real Decreto 1112/2018**, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público.

### Legislación Autonómica

1. **DECRETO 293/2009**, de 7 de julio, por el que se aprueba el reglamento que regula las normas para la accesibilidad en las infraestructuras, el urbanismo, la edificación y el transporte en Andalucía. BOJA núm. 140 de fecha 21 de julio 2009.

Corrección de errores del Decreto 293/2009, de 7 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula las normas para la accesibilidad en las infraestructuras, el urbanismo, la edificación y el transporte en Andalucía. BOJA nº 219 de 10/11/2009.

2. **Ley 11/2011**, de 5 de diciembre, por la que se regula el uso de la lengua de signos española y los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y con sordoceguera en Andalucía.
3. **Orden de 16 de octubre de 2013**, por la que se crea la Comisión Especial de Seguimiento de la Ley 11/2011, de 5 de diciembre, por la que se regula el uso de la lengua de signos española y los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y con sordoceguera en Andalucía.
4. **ORDEN de 9 de enero de 2012**, por la que se aprueban los modelos de fichas y tablas justificativas del Reglamento que regula las normas para la accesibilidad en las infraestructuras, el urbanismo, la edificación y el transporte en Andalucía, aprobado por el Decreto 293/2009, de 7 de julio, y las instrucciones para su cumplimentación. BOJA núm. 12, de fecha 19 de Enero de 2012.

Corrección de errores de la Orden de 9 de enero de 2012, por la que se aprueban los modelos de fichas y tablas justificativas del Reglamento que regula las normas para la accesibilidad en las infraestructuras, el urbanismo, la edificación y el transporte en Andalucía aprobado por el Decreto 293/2009, de 7 de julio, y las



Instrucciones de su cumplimentación (BOJA núm. 12, de 19 de enero de 2012). BOJA nº 100 de 23/05/2012.

5. **Ley 5/1998**, de 23 de noviembre, relativa al uso en Andalucía de perros guía por personas con disfunciones visuales.
6. **Decreto 32/2005**, de 8 de febrero, por el que se regula el distintivo de perro guía y el procedimiento para su concesión y se crea el Registro de perros guía de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Respecto a esta última ley, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía [ha aprobado el día 15 de abril de 2020 el proyecto de Ley](#) por el que se regulan los perros de asistencia a personas con discapacidad en Andalucía, que incluye entre sus beneficiarios a personas con otras discapacidades, además de la visual. Por ello, la norma, presentada por la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, sustituye el concepto de “perro guía” por el de “perro de asistencia”. Esta ley viene a sustituir a la Ley 5/1998, de 23 de noviembre, relativa al uso en Andalucía de perros guía por personas con disfunciones visuales.

La Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía garantiza expresamente el libre acceso con perro de asistencia (oficialmente homologado e identificado) a todos los lugares, alojamientos, establecimientos, locales, transportes y demás espacios de uso público sin que ello conlleve gasto adicional. Ya se había marcado el plazo de un año, en la anterior legislatura, para iniciar el trámite de elaboración de la norma que regule el uso de los perros de asistencia por personas con discapacidad en Andalucía.

### Legislación Local

En el ámbito de la normativa municipal, el destino cuenta con la **Ordenanza reguladora de Accesibilidad del Municipio de Málaga** (Boletín Oficial de la Provincia de Málaga, 20 de febrero de 2004, nº 35).

Esta ordenanza municipal es del año 2004, por lo que debería plantearse su actualización, para adaptarse al marco jurídico autonómico y estatal vigente, posterior a su fecha de publicación, ya que en algunos casos se establecen criterios menos restrictivos que los contemplados en la normativa vigente. No obstante, se considera una válida referencia, detallada y con unos contenidos bien desarrollados.



En el estudio de la documentación del municipio, se han identificado [otras ordenanzas que hacen referencia a la accesibilidad](#) y la inclusión de todas las personas, incluidas aquellas con alguna discapacidad, tales como:

- Ordenanza de movilidad de la ciudad de Málaga
- Ordenanza de uso y disfrute de las playas del término municipal de Málaga
- Ordenanza reguladora del procedimiento de ejercicio de actividades mediante declaración responsable, comunicación previa y licencia de apertura de establecimientos
- Ordenanza general de obras y servicios en la vía pública
- Ordenanza municipal de urbanización
- Ordenanza general de obras y servicios en la vía pública
- Ordenanza Reguladora de la Tramitación de Licencias Urbanísticas
- Ordenanza reguladora de quioscos y otras instalaciones similares en la vía pública
- Ordenanza Municipal del Servicio de Taxi

En la mayoría de estas ordenanzas, incluida la de Accesibilidad, se habla aún de “minusválidos” para referirse a las personas con discapacidad, un término que no solo no sería conveniente usar, sino que debería haber desaparecido del lenguaje jurídico.

“Persona con discapacidad” es el término aceptado internacionalmente y, además, en España su uso es obligado en los textos normativos desde el 1 de enero de 2007 (Disposición adicional octava. Terminología. [Ley 39/2006, de 14 de diciembre, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las personas en situación de dependencia](#), en la que se establece que «a partir de la entrada en vigor de la presente Ley, las disposiciones normativas elaboradas por las Administraciones Públicas utilizarán los términos «persona con discapacidad» o «personas con discapacidad» para denominarlas»).

### **Cumplimiento**

El destino no proporciona información respecto a la eventual existencia de **mecanismos que garanticen el cumplimiento de la normativa de accesibilidad**, en relación con infraestructuras y servicios tanto de nueva implantación como existentes.



Sin embargo, en la Ordenanza reguladora del procedimiento de ejercicio de actividades mediante declaración responsable, comunicación previa y licencia de apertura de establecimientos, se hace referencia al deber de presentar la declaración responsable (art. 3), como garantía de que el proyecto cumple las condiciones de accesibilidad, entre otras, y que la Administración municipal podrá, en cualquier momento, de oficio o por denuncia, efectuar visitas de control o inspección (art. 23). La documentación técnica a presentar (art. 8) deberá *«acreditar que los establecimientos, las actividades que en ellos se van a desarrollar y las instalaciones que los mismos contienen se han proyectado cumpliendo las condiciones de seguridad, salubridad, accesibilidad y calidad ambiental exigibles por las normas vigentes aplicables»*.

Este podría considerarse un mecanismo para garantizar el cumplimiento de la normativa para establecimientos de nueva apertura.

Por otro lado, no se conocen iniciativas o mecanismos que garanticen el cumplimiento de la misma, en el caso de infraestructuras y servicios existentes.

### **Alérgenos alimenticios**

Existe un proyecto y red llamado "[Málaga sin gluten](#)" del Servicio de Sanidad y Consumo que, entre otras cosas, fomenta que una red de establecimientos facilite a sus clientes una oferta gastronómica adaptada a las necesidades de las personas con intolerancia al gluten.

Sin embargo, además de la celiaquía, no se hace referencia a ninguna otra necesidad alimentaria.

En la web se destaca, entre los servicios de asesoramiento y apoyo técnico que la Red "Málaga sin Gluten" ofrece a los establecimientos adheridos, la oferta formativa que se lleva a cabo cada año con carácter periódico, articulada en dos bloques:

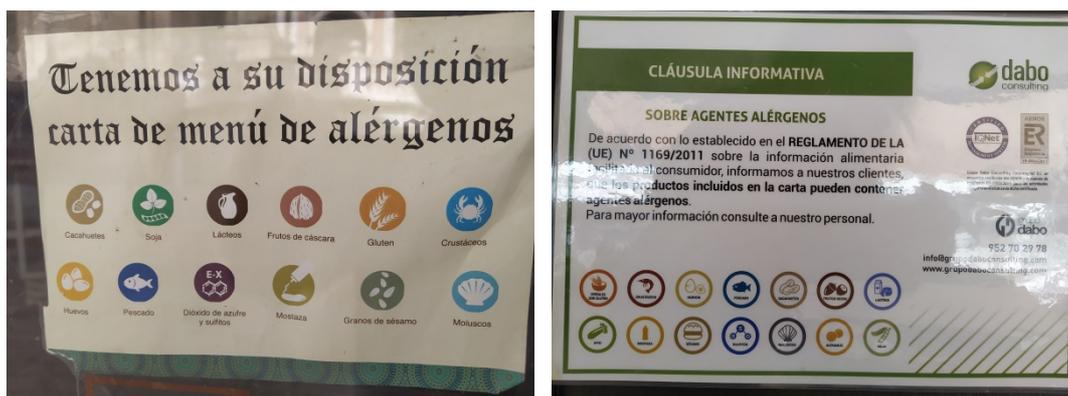
- Información al consumidor en materia de alérgenos, según lo establecido en el REGLAMENTO (UE) 1169/2011
- Elaboración y manipulación de menús sin gluten

Además, se informa que, de manera complementaria a las jornadas formativas destinadas al personal de los establecimientos adheridos o en vías de adhesión a la



Red, anualmente se imparten ciclos formativos en las principales Escuelas de Hostelería del Municipio y entre los participantes del “Plan Málaga Ciudad Saludable”.

En la visita del destino se ha podido comprobar que varios establecimientos del ámbito de la restauración exponen información relativa a la posibilidad de pedir, por parte del cliente, carta de menú de alérgenos, lo que cumple con la obligación normativa de informar. Recogida en el REGLAMENTO (UE) 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 y el Real Decreto 126/2015, de 27 de febrero, por el que se aprueba la norma general relativa a la información alimentaria de los alimentos que se presenten sin envasar para la venta al consumidor final y a las colectividades, de los envasados en los lugares de venta a petición del comprador, y de los envasados por los titulares del comercio al por menor.



Imágenes: carteles con información sobre alérgenos. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

### Formación de los técnicos municipales

Desde el [Centro Municipal de Formación \(CMF\)](#) se informa que las actividades de formación para los empleados municipales funcionan a demanda, según la detección de necesidades. Para ello, a principios de año se manda un cuestionario, con el objetivo de identificarlas.

La accesibilidad no forma parte de un Plan de formación municipal que prevea cierta periodicidad de los cursos, ni está contemplada en la Programación 2020-2021, aunque no hay una formación estándar para todos, cada empleado puede pedir los cursos que considere de su interés.

A través del [Modelo 1](#) el empleado puede solicitar voluntariamente un curso, mientras que con el [Modelo 2](#) la solicitud se realiza por parte del Área/Distrito/Organismo.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

Fuentes del Ayuntamiento afirman que en áreas como Urbanismo, Comercio, Cultura y Movilidad existe personal técnico formado en la aplicación de normativas de accesibilidad. Sin embargo, no se aporta documentación al respecto, se desconoce qué tipo de formación se ha impartido, cuántas personas la han recibido, con qué cargo y responsabilidad, así como no se dispone de información sobre cuándo se ha impartido la formación.

El personal del Área de Turismo declara no haber recibido formación en Accesibilidad Universal.

Por otro lado, el Área de Accesibilidad informa que se apoya la formación en temas de accesibilidad mediante la subvención a asociaciones que las organizan. Asimismo, se indica que desde el Grupo TOCA se informa de cursos, jornadas y congresos organizados por asociaciones de TOCA o externos a todos los integrantes del Grupo y que se participa de forma regular en ellos.

Por último, se constata que no se han elaborado manuales de aplicación técnica de la accesibilidad dirigidos a los técnicos municipales. Asimismo, tras una búsqueda en la web, no se han encontrado canales o herramientas para facilitar la difusión de la legislación en materia de accesibilidad, exceptuando la sección en la que se recopila la normativa municipal, de cualquier ámbito.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### ACC.A1 Actualización de la ordenanza de accesibilidad

<b>Responsable</b>	Alcaldía
<b>Secundario</b>	Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Media

Aun existiendo una válida ordenanza municipal de accesibilidad, esta se ha quedado obsoleta, ya que su fecha de publicación es anterior a la normativa autonómica y estatal vigente.

Desde el Área de accesibilidad se informa que ya se está trabajando en una nueva ordenanza.

La actualización debería contar también con una fase de participación ciudadana, que permita identificar nuevas necesidades no detectadas anteriormente e incluir medios y herramientas no existentes en el año 2004.

Asimismo, sería recomendable que la nueva ordenanza contemple un régimen sancionador, tal y como contempla la [Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía](#).

Siguiendo esta línea, por otro lado, se propone la elaboración de un compromiso documentado del destino con el cumplimiento de la Accesibilidad Universal, aunque en la práctica el Ayuntamiento de Málaga ya está demostrando su firme compromiso en varios aspectos.

### ACC.A2 Fomentar la creación de una herramienta de supervisión de cumplimiento de la normativa de accesibilidad

<b>Responsable</b>	Alcaldía
--------------------	----------



<b>Secundario</b>	Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Actualmente, según la información recibida, no existen mecanismos que garanticen el cumplimiento de las condiciones de accesibilidad requeridas por la normativa vigente en materia, para establecimientos que no sean de nueva apertura.</p> <p>Se recomienda la elaboración de un protocolo para vigilar dicho cumplimiento, dirigido a todos los edificios, infraestructuras y servicios existentes y especialmente a aquellos privados de uso público. En el protocolo se establecerá la realización de inspecciones, encaminadas a verificar las condiciones de accesibilidad, y la promoción de las acciones necesarias para el cumplimiento de la normativa.</p>	

### ACC.A3 Acciones formativas en accesibilidad para técnicos municipales

<b>Responsable</b>	Área de Accesibilidad
<b>Secundario</b>	Centro Municipal de Formación
<b>Prioridad</b>	Alta
<p>Se evidencia la necesidad de profesionalizar al personal técnico del Ayuntamiento en Accesibilidad Universal, de todas las áreas municipales y especialmente de aquellas que tienen una relación más directa con la materia. Se debería sistematizar dentro de un plan de formación, de manera que todas las áreas reciban por lo menos una formación básica en la materia.</p> <p>Se detectan varios aspectos de mejora que podrían verse mejorados si se pusieran en marcha acciones formativas en dos líneas concretas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Actualización de la formación sobre accesibilidad universal a los técnicos del Ayuntamiento, con el objetivo de que se refuercen las actuaciones transversales. Esta formación deberá incorporar un módulo de atención a personas con discapacidad y, a criterio de los responsables, incorporar</li></ul>	



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

módulos específicos como equipamientos y comunicación, entre otros

- Creación de mesas o talleres de debate sobre las diferentes acciones que se están desarrollando a nivel local y cuáles son las mejores prácticas que se están llevando a cabo (en arquitectura, equipamientos y servicios) en otros destinos, para que puedan servir como ejemplo y transmisión de conocimiento entre los expertos



### Ámbito B. Gestión de la Accesibilidad en el destino

En este ámbito el **grado de cumplimiento es del 58%**, existiendo margen de mejora en algunos aspectos, detallados en los siguientes párrafos.

La impresión general es que el Ayuntamiento de Málaga, a través de sus áreas y especialmente del Área de Accesibilidad, está muy sensibilizado y con mucha preocupación por la inclusión de todas las personas en diferentes aspectos.

No existe un **compromiso documentado** con la accesibilidad como tal, pero esta voluntad se puede deducir de varios documentos elaborados y acciones implementadas, que se definen en las siguientes páginas.

En 2018 la ciudad de Málaga [ha sido distinguida por la labor llevada a cabo en materia de accesibilidad para el turismo inteligente](#). El reconocimiento se ha producido en el marco del concurso "European Capital of Smart Tourism 2019". Entre las iniciativas en materia de accesibilidad turística, destacan el proyecto "Disfruta en la playa", la flota de autobuses urbanos adaptados o el proyecto "Málaga Ciudad Accesible", que ofrece rutas culturales y turísticas adaptadas.

Además de ser galardonada en la categoría de Accesibilidad en la primera edición del certamen "European Capital of Smart Tourism 2019", el año siguiente [Málaga ha sido elegida Capital Europea de Turismo Inteligente 2020](#), por su compromiso con un turismo que sea sostenible, accesible, accesible, digital y cultural.

#### Planificación y gestión de la accesibilidad

En la organización municipal de la Corporación 2019-2023, el tema de la accesibilidad está estructurado de la siguiente manera.

La macro **Área de Gobierno de Derechos sociales, accesibilidad, vivienda, participación ciudadana y transparencia y buen gobierno** está dividida en dos delegaciones.

Una de ellas, es la **Delegación de Derechos sociales, igualdad, accesibilidad, políticas inclusivas y vivienda** que, a su vez, cuenta con tres áreas:

- Área de Derechos sociales, igualdad, accesibilidad y políticas inclusivas



- Área de Accesibilidad
- Área de Igualdad de Oportunidades

Aunque el Área de Derechos sociales, igualdad, accesibilidad y políticas inclusivas, comprende, entre sus funciones, la información y asesoramiento sobre recursos y servicios a personas con discapacidad y prestación de servicios públicos como el Intérprete de Lengua de Signos, es el **Área de Accesibilidad** la que abarca más competencias sobre el tema.

Entre otras, el Área de Accesibilidad [tiene funciones en materia de Ocio, Turismo y Cultura, Visitas Accesibles, Deporte Adaptado y Sensibilización](#).

Según la [composición de la organización municipal](#) descrita en la web del Ayuntamiento de Málaga, el Área de Accesibilidad incluye una Sección de Accesibilidad, que a su vez dispone de un **Negociado de Personas con Discapacidad**, con las siguientes funciones:

- Diseño y gestión de la Política de integración de personas con discapacidad
- Programación de los proyectos específicos destinados a sector de la población con discapacidad
- Diseñar y gestionar los planes de actuación en materia de eliminación de barreras arquitectónicas y de la comunicación
- Coordinación con otras Áreas Municipales y/o Administraciones, empresa, etc. en el marco del desarrollo de los proyectos propios
- Realización del estudio de necesidades en materia de accesibilidad de la ciudad de Málaga, estableciendo las prioridades de intervención
- Promoción y coordinación de la participación de las asociaciones y entidades afines de personas con discapacidad en proyectos comunes de acción social
- Coordinación y potenciación de la Agrupación de Desarrollo Málaga Más Accesible

Asimismo, se encarga de la oferta de los siguientes Servicios al Ciudadano:

- Información y asesoramiento sobre recursos y servicios a personas con discapacidad, familias y ciudadanos en general



- Playas accesibles. Servicio "Disfruta la Playa"
- Servicio de interpretación de lengua de signos españoles
- Programa de Promoción Socio-Laboral: Acciones por el empleo, Empleo con apoyo
- Programa de Asesoramiento a comunidades de propietarios

Se deduce, por lo tanto, que el Área de Accesibilidad es el órgano competente en la gestión transversal de la accesibilidad en la ciudad de Málaga.

Actualmente está en periodo de transición por haberse incorporado en el Área de Derechos Sociales.

- Plan de Accesibilidad

Según la información publicada en su página web, el [Plan de Accesibilidad de Málaga](#) es la herramienta válida para llevar a cabo estrategias de intervención en pro de la eliminación de obstáculos y barreras arquitectónicas del viario público. El documento expresa una propuesta de política integral de atención a las personas con discapacidad, promoviendo mecanismos de participación social e impulsando actuaciones de mejora de la calidad de los servicios municipales destinados a las personas con discapacidad.

En su elaboración se han seguido los principios de transversalidad, accesibilidad y diseño universal, y se ha llevado a cabo con la colaboración de todas las áreas municipales y de las entidades de personas con discapacidad, integrantes de la Agrupación de Desarrollo Málaga Más Accesible.

El Plan interviene en los siguientes ámbitos: accesibilidad a la información; concienciación y sensibilización social; participación social; movilidad; ocio y tiempo libre; transversalidad institucional; corresponsabilidad social; accesibilidad al empleo; formación investigación; promoción de los derechos; derecho a la vivienda; igualdad de género para las mujeres con discapacidad; cultura, deporte, ocio y tiempo libre.

Algunas de las actuaciones contempladas en el Plan de Accesibilidad son: plataforma única, ensanchamiento de acera, protección de alcorque, eliminación o traslado de obstáculo vertical, eliminación de discontinuidad, instalación de barandilla accesible,



avisador acústico en semáforos, paso de cebra proyectado, vado peatonal existente a perfeccionar.

El Plan de Accesibilidad es una estrategia de difusión y divulgación de las acciones que en materia de accesibilidad se están realizando en Málaga. Se trata de una forma de involucrar a los ciudadanos, haciéndolos partícipes de las actuaciones, colaborando con el Ayuntamiento en la detección de aquellos espacios no accesibles o aportando soluciones, propuestas y/o experiencias que puedan servir para hacer de Málaga una ciudad más accesible.

- Otros planes relevantes

El [\*Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible de Málaga \(PEMUS\)\*](#) establece la estrategia de movilidad sostenible de la ciudad definiendo para ello medidas y acciones concretas. Este documento servirá de referencia en el futuro desarrollo estratégico y urbanístico de la ciudad.

Se considera una herramienta estratégica para toda la planificación urbanística contenida en el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de Málaga.

El desarrollo de las medidas y acciones contenidas en este plan está previsto en tres periodos con un horizonte hasta el 2035.

En el *Plan General de Ordenación Urbanística de Málaga*, y concretamente en las Disposiciones Generales del Título III (febrero 2018), se hace mención de las condiciones mínimas de accesibilidad en construcciones (artículo 3.3.4. Condiciones Mínimas de Seguridad, Salubridad, Ornato y accesibilidad), estableciéndose que «*a las edificaciones les será de aplicación tanto la regulación normativa contenida en el Artículo 9.5.8 de la presente normativa, como en el Decreto 72/1992, de 5 mayo por el que se aprueban las normas técnicas para la accesibilidad y eliminación de barreras arquitectónicas, urbanísticas y en el transporte en Andalucía; la Ley 1/1999, de 31 de Marzo, de Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía y en la Ordenanza reguladora de la accesibilidad en el municipio de Málaga publicada en el BOP de Málaga de fecha 20 de febrero de 2004*». Se debería actualizar este documento, puesto que no se hace referencia a la normativa vigente.



### **Medios técnicos, humanos y económicos**

El destino afirma que no dispone de medios para la gestión de la accesibilidad. El Área de Turismo no cuenta con medios dedicados a la gestión de la accesibilidad del destino. Más concretamente, no dispone de una partida presupuestaria destinada a la accesibilidad en ámbito turístico ni con personal dedicado o que coordine las actuaciones en materia de turismo accesible en el destino.

Sin embargo, la existencia de un **Área de Accesibilidad** deja suponer que haya unos recursos dedicados a este ámbito, aunque se desconoce de qué tipo y magnitud.

**Existe personal dedicado exclusivamente a la accesibilidad y a nivel presupuestario, hay una partida específica para las actuaciones del Área de accesibilidad.**

El Área de Accesibilidad se compone de diferentes técnicos. Cada uno de ellos mantiene la relación con una o varias áreas del Ayuntamiento, con las que se van coordinando.

Para la planificación de las actuaciones declaran seguir lo dispuesto en el Plan de Accesibilidad.

### **Oficina técnica de accesibilidad**

Según la información recibida por el destino, el Área de Accesibilidad es el [órgano competente en la gestión transversal de la accesibilidad](#) en la ciudad de Málaga, actualmente en periodo de transición por haberse incorporado en el Área de Derechos Sociales

### **Mecanismos de cumplimiento y de seguimiento**

No se han identificado mecanismos sistemáticos que garanticen el cumplimiento de las actuaciones de mejora de la accesibilidad ni que permitan el seguimiento o la evaluación periódica del cumplimiento de las mismas. Desde el Área de Accesibilidad se indica que una técnica de calidad se encarga del seguimiento de las acciones contempladas en el Plan de Accesibilidad y desarrolladas, pero no se recibe información respecto a la eventual existencia de una metodología.



El ente gestor del destino explica que no se realiza un seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo para la mejora de la accesibilidad, ni se evalúa periódicamente el cumplimiento de las mismas.

En la información recibida por el ente gestor, se menciona el grupo asesor **TOCA (Málaga Turismo Ocio y Cultura Accesible)** como mecanismo, haciendo referencia a reuniones mensuales, pero por sus funciones, objetivos, composición y acciones llevadas a cabo hasta la fecha, este grupo constituido como asociación, se identifica más como un instrumento de participación de diferentes entidades para la realización de actividades relacionadas con el ocio y la cultura accesibles.

Tampoco se ha encontrado información al respecto en la web.

En la Ordenanza de Accesibilidad, los artículos 72 y 73 hablan de medidas de control, estableciendo que el Ayuntamiento y demás órganos competentes comprobarán la adecuación de los proyectos a la presente normativa y que los Colegios Profesionales que tengan atribuida la competencia en el visado de los proyectos técnicos necesarios para la obtención de licencias, denegarán los visados si los proyectos no contienen el anexo que justifica el cumplimiento de las normas de accesibilidad.

Esto se reflejará en los pliegos de condiciones de los contratos administrativos mediante cláusulas de adecuación a lo dispuesto en la presente disposición.

Por otro lado, hay constancia de la existencia de un Consejo Sectorial de la Accesibilidad, pero ninguno de los interlocutores del Ente Gestor ha podido aportar información respecto a sus funciones y por tanto al posible papel de órgano para la supervisión y evaluación del cumplimiento de las acciones, así como de su seguimiento. La creación de un “Consejo de Accesibilidad y atención integral a las personas con diversidad funcional”, nace como propuesta de la Estrategia y objetivos de una Málaga integradora e integrada, para que se “encuentren los distintos actores y activos de la ciudad: administración Local y Autonómica, representantes políticos, tejido social y sociedad civil en sus múltiples aspectos. Debe constituirse como foro de diálogo, de vigilancia y evaluación de las propuestas que siguen”.

### Turismo

En general, la ciudad de está muy concienciada con la accesibilidad, pero en la planificación turística, esta pasa bastante desapercibida.



**No existe un plan específico de Turismo Accesible, y el Turismo Accesible figura en el Plan Estratégico del Turismo Málaga 2016-2020 de forma esporádica.**

De hecho, la única mención en el documento es como uno de los segmentos de los que *«ya se ha desarrollado alguna acción y sobre las que es necesario diseñar una estrategia de promoción y comercialización más precisa»*.

No hay más referencias, ni como línea estratégica específica ni como valor general, en el que basarse para el desarrollo de otras líneas.

La única línea de actuación que podría considerarse relacionada, si bien de forma transversal, es una de las que se plantean en el ámbito cultural. Concretamente, es la línea denominada Málaga Senses: rutas sensoriales. Consiste en la creación de rutas turísticas culturales personalizadas, basadas en experiencias sensoriales. Se trata de diseñar rutas para activar los sentidos y descubrir Málaga a través del oído, el olfato, la vista, el gusto, y el tacto. Aunque no se hace mención de la inclusividad de esta acción, de forma indirecta beneficiaría especialmente a muchas personas con diferentes necesidades de accesibilidad sensorial.

Se puntualiza que se está elaborando un nuevo plan estratégico de turismo, liderado por el departamento de Marketing y Desarrollo Turístico, para el que ya se están organizando mesas sectoriales. Según la información recibida por el Área de Turismo, se incluirá también una mesa sobre el turismo accesible.

**El Área de Turismo no cuenta con medios dedicados a la gestión de la accesibilidad del destino:** no dispone de una partida presupuestaria destinada a la accesibilidad en ámbito turístico ni de personal dedicado o que coordine las actuaciones en materia de turismo accesible en el destino, principalmente porque estos recursos – humanos y económicos - se destinan al Área de Accesibilidad, que los emplea para diferentes ámbitos, entre ellos el turismo.

Sin embargo, muchas de las actividades de ocio y de los servicios gestionados y propuestos por esta área, están dirigidos especialmente al ciudadano de Málaga, aunque en algunos casos benefician también al turista, como es el caso del programa Disfruta la playa o las visitas de Málaga Ciudad Accesible. No obstante, la promoción turística no está entre las funciones del Área de Accesibilidad y desde el Área de Turismo no existe una estrategia de promoción del turismo accesible en Málaga, uno de los aspectos que se han detectados como más carentes.



### **Formación del sector turístico**

El ente gestor del destino informa que hace varios años se han realizado algunas **acciones de formación en accesibilidad y turismo accesible**, dirigidas al sector turístico público o privado y en colaboración con otras entidades, pero se desconoce el tipo de acciones, la periodicidad con la que han sido llevadas a cabo, el público a las que iban dirigidas, etc.

No hay constancia de que se hayan elaborado manuales de aplicación técnica de la accesibilidad para el conjunto del sector turístico.

Adicionalmente, el Área de turismo informa que no se ha realizado formación en accesibilidad, ni para los empleados municipales del Área de Turismo ni para el sector turístico y que, en todo caso, cuando hay novedades sobre estos temas, el Foro de Turismo lo comunica al sector, a través de las reuniones que se mantienen una vez al mes.

### **Sensibilización**

No hay constancia del desarrollo de programas de sensibilización sobre accesibilidad, dirigidos al sector turístico o a la ciudadanía en general. Se menciona el Programa “Málaga Ciudad Accesible” pero se entiende que este es más un programa de visitas guiadas accesibles para personas con discapacidad, que una acción de sensibilización. No obstante, se precisa desde el Área de Accesibilidad, que el segundo objetivo del Programa Málaga Ciudad Accesible es concienciar al espacio que se visita y que en parte se puede considerar una acción de sensibilización.

Entre las acciones llevadas a cabo por otras entidades, cabe desatacar la [Fiesta TUR4all Málaga](#), una iniciativa celebrada en el año 2017 para sensibilizar a los comerciantes y administradores de establecimientos de restauración, turísticos y de ocio sobre la necesidad de que sus instalaciones y servicios sean accesibles para todas las personas.



Imágenes: Fiesta TUR4all Málaga. Fuente: PREDIF

Pese a no haber sido una iniciativa del destino, el Ayuntamiento de Málaga ha colaborado como patrocinador, al igual que la Diputación de Málaga y la Junta de Andalucía.

### Mecanismos de participación ciudadana

El destino identifica el Grupo TOCA (Turismo Ocio Cultura Accesible) como mecanismo de participación de entidades del movimiento asociativo de la discapacidad. Es un grupo creado en 2015, compuesto por unos 30 participantes (instituciones, Cruz Roja, ONCE, etc...), aunque realmente abierto a cualquier persona.

El grupo se ha quedado constituido como asociación y se reúne una vez al mes.

Al mismo tiempo, entre las funciones del Área de Accesibilidad, [se menciona en la página web el Consejo Sectorial de la Accesibilidad](#), del que no se ha recibido información al respecto que permita conocer su composición, funciones y objetivos, ni qué acciones se han llevado a cabo hasta la fecha.

### Atención al ciudadano y gestión de las incidencias

En ente gestor indica que existe un **servicio de atención al ciudadano** en materia de accesibilidad, a través del Área de Accesibilidad. En la página web del Ayuntamiento, entre los servicios ofrecidos al ciudadano, se habla de «*información y asesoramiento sobre recursos y servicios a personas con discapacidad, familias y ciudadanos en general*».



A este propósito, el Área de Accesibilidad indica que no hay un canal específico de atención al ciudadano en materia de accesibilidad. Este servicio se ofrece a través del genérico Teléfono Municipal de Información 010 o en todo caso se canaliza la solicitud para que llegue al área correspondiente.

No hay constancia de que se le dé seguimiento a las solicitudes recibidas, ni de que se valore la satisfacción del usuario.

En cuanto a la **gestión de las incidencias**, mediante el [Sistema Gecor](#), el ciudadano puede comunicar al Ayuntamiento de Málaga incidencias de diferente tipo que se producen en la ciudad.

Las categorías contempladas en el formulario de la página web son: alcantarillado, calzada, vallas de obra, aceras, señales de tráfico, tapas de arquetas, limpieza, farolas/alumbrado, semáforos, cables, jardines, árboles, parques infantiles, playas.

No hay una gestión específica de asuntos relacionados con la accesibilidad. Todas las categorías hacen referencia a la vía pública, pero no contemplan otros aspectos relativos, por ejemplo, al transporte o a los edificios.

Se desconoce la modalidad de seguimiento de las solicitudes recibidas, el número de consultas realizadas y si existe algún tipo de desglose de datos agregados, que permita realizar una valoración de las incidencias relativas a la accesibilidad.

### **Accesibilidad de la información**

Las condiciones de accesibilidad de la información turística que reciben los visitantes dependen en gran parte de los canales y los soportes que se usan. Un canal fundamental de acceso a la información turística es la página web, que no cumple los criterios mínimos de accesibilidad exigidos.

Los mapas y folletos de información turística estándar, distribuidos en las oficinas de turismo de la ciudad, deberían mejorar sus características, para una mayor accesibilidad y legibilidad. Entre ellas, será necesario realizar material con caracteres más grandes y con mayor contraste cromático. Se identifica como positivo complementar el plano con algunas de las imágenes de los principales recursos turísticos.



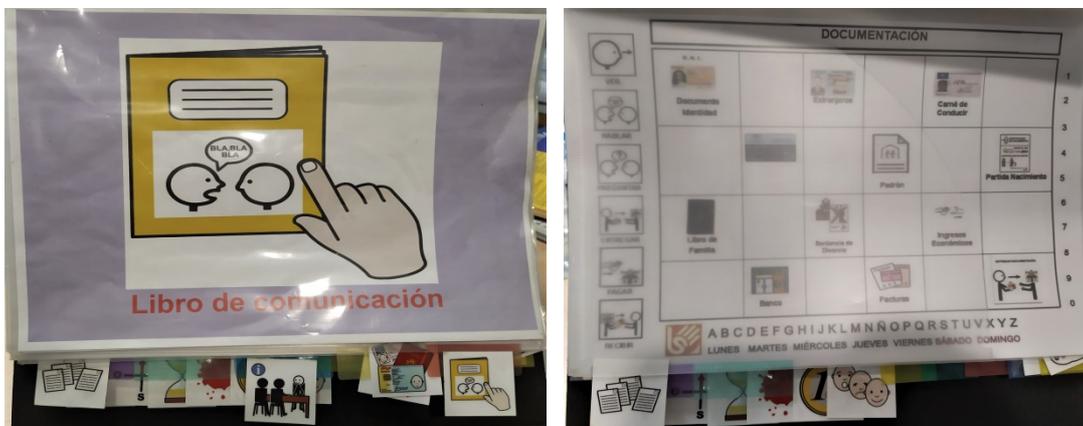
# Destinos Turísticos Inteligentes

## Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Imágenes: folletos de información turística de la Oficina de Turismo de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

En cambio, como buena práctica, se ha observado la realización de unos Libros de Comunicación, con una selección de materiales específicos de Comunicación Alternativa y Aumentativa (CAA), para facilitar la comunicación de las personas con problemas de comunicación y lenguaje.





## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Imágenes: libros de comunicación en la Oficina de Turismo de La Marina. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

El destino informa de que se suele contratar a una empresa para la adaptación de los contenidos en Comunicación Alternativa y Aumentativa (CAA), en la oficina de turismo, en los puntos adaptados de las playas y en los taxis, pero no se ha realizado material en altorrelieve o braille.

La accesibilidad de la información de interés para un turista no se limita únicamente al material promocional/informativo, ya que incluye también otros canales y soportes.

Por ejemplo, la constatación de la existencia de visitas guiadas y de eventos promocionales organizados por el área en el destino, en Lengua de Signos Española (LSE), contribuyen a hacer que la información que el destino proporciona sea accesible.

Asimismo, la cartelería presente en el entorno urbano de la ciudad y en sus recursos turísticos, también debería proporcionar información que cumpla con unos criterios mínimos de accesibilidad.

En este sentido, se ha hecho un enorme esfuerzo para facilitar la comprensión de los entornos, especialmente de los edificios municipales, mediante el uso de pictogramas, directorios fáciles de entender y Comunicación Alternativa y Aumentativa (CAA).

A continuación, se documentan algunos ejemplos observados.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: información accesible y comprensible en edificios municipales de la ciudad. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

También en otros ámbitos, como el transporte, los establecimientos comerciales, las playas, la información se comunica de una forma comprensible, si bien en muchos casos carece de elementos táctiles, para que sea realmente accesible para todas las personas.



## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: información fácilmente comprensible en playa y parada de autobús. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*





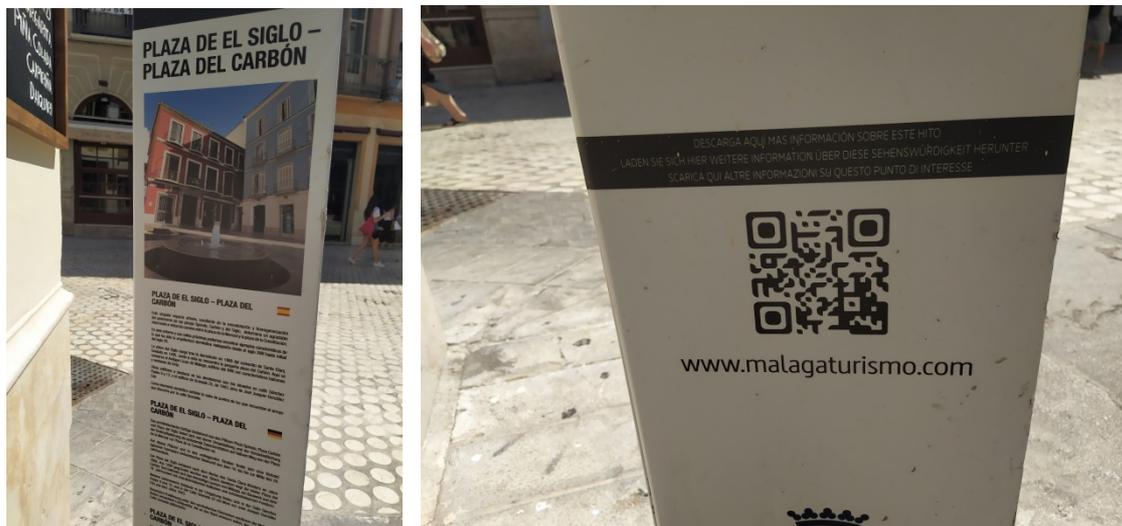
## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: pictogramas de Comunicación Alternativa y Aumentativa (CAA) en mercado y establecimiento de la restauración. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Por último, los paneles y tótems instalados a lo largo de los principales itinerarios turísticos de la ciudad, disponen de la posibilidad de acceder a la información a través de códigos QR.



*Imágenes: tótem informativo. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En raros casos, se ha observado información ofrecida en formatos táctiles.



*Imágenes: información en braille y altorrelieve en un edificio municipal (izq.) y en el centro de la ciudad.*

*Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### Diagnóstico del nivel de accesibilidad de recursos y productos

El ente gestor explica que, hasta la fecha, no se ha hecho un diagnóstico documentado del nivel de accesibilidad de la oferta turística del destino.

Por lo tanto, es posible que no haya habido iniciativas de este tipo por parte del Ayuntamiento de Málaga, aunque al mismo tiempo, se ha encontrado información sobre la accesibilidad de algunos recursos o rutas turísticas, resultados de proyectos llevados a cabo por otros organismos o administraciones, que se detallan en el siguiente párrafo.

En cualquier caso, no hay constancia de que exista un diagnóstico completo de la accesibilidad de la cadena de valor del turismo, que incluya todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia.

Por otro lado, desde el Área de Accesibilidad se informa que se hizo un diagnóstico hace varios años, en el marco de un [proyecto iniciativa del Ayuntamiento y Cámara de Comercio de Málaga](#), para la entrega de un distintivo de accesibilidad que distinguiera a los establecimientos más accesibles de la ciudad y concienciara a los empresarios y comerciantes malagueños ante la accesibilidad.

La información recogida en el ámbito del proyecto se encuentra en la [sección “Instalaciones y espacios” de la web municipal](#). En la página web de la Cámara de Comercio se informa que cuentan con el distintivo de accesibilidad 688 establecimientos.



The screenshot shows a website interface with a sidebar menu on the left containing items like 'La Ciudad', 'En Portada', 'Historia de la Ciudad', 'Agenda', 'Callejero', 'Dias Festivos', 'Instalaciones y Espacios', 'Juntas Municipales de Distrito', and 'Movilidad'. The main content area displays 'Accesorios AndyCraft' with a location pin for 'PASEO DE LA FAROLA,1'. Below this, there is a 'Ficha Informativa' section with the following details: 'Accesible: Dispone de accesos para personas con movilidad reducida.', 'Horario: 10:00 - 22:00', 'Telefonos: 952226906', and 'Email: andycraftmuelleuno@gmail.com'. A disclaimer at the bottom states: 'Información no municipal. El Ayuntamiento de Málaga no se hace responsable de la veracidad de la información mostrada.'

*Imagen: información sobre la accesibilidad de un establecimiento. Fuente: página web municipal [www.malaga.eu](http://www.malaga.eu)*

Sin embargo, la información que contiene la sección es muy pobre: se indica únicamente que el establecimiento “*dispone de accesos para personas con movilidad reducida*”. Si a esto se le añade la coetilla de “*Información no municipal. El Ayuntamiento de Málaga no se hace responsable de la veracidad de la información mostrada*”, la veracidad y la relevancia de su contenido se verían mermadas lo que, unido a la escasez de la información, disminuiría la utilidad de esta acción.

### **Promoción del turismo accesible y difusión de las condiciones de accesibilidad**

Según fuentes del destino, se informa sobre las condiciones de accesibilidad del destino y los servicios que se prestan a través de su página web, guías de turismo, folletos, APP, oficinas de turismo y redes sociales.

No se han podido encontrar referencias al respecto ni se han recibido guías u otro material promocional por parte del destino, para poder contrastar dicha información.

La información que encontrada, publicada por el destino, en su mayoría se refiere a la [accesibilidad de las playas](#), sobre el servicio de apoyo y acompañamiento al mar, en la [Playa de la Misericordia](#) y la [Playa de El Dedo](#). En la [explicación en vídeo](#), complementada con intérprete de LSE y pictogramas de comunicación aumentativa y alternativa, se informa sobre las características y horario del servicio, y el material a disposición.



En el vídeo de cada una de las dos playas, se informa también de sus condiciones de accesibilidad.

Para la promoción de las playas, también se ha publicado [una guía](#) en formato PDF, que incluye alguna información sobre sus condiciones de accesibilidad.

Por otro lado, el destino informa que en las oficinas de turismo disponen de una base de datos de alojamientos accesibles, que elaboran ellos, solicitando directamente la información al establecimiento. La gestión de demandas relativas a la accesibilidad de otros equipamientos turísticos se resuelve llamando al establecimiento en cuestión y obteniendo de primera mano la información solicitada. Sin embargo, no se ha tenido acceso a dicha información y en las oficinas de turismo de la ciudad se ha observado que no se facilita material informativo que incluya la información de la base de datos mencionada.

Buscando en la web de turismo de Málaga, la única información que se encuentra relativa a la accesibilidad de establecimientos y recursos turísticos, es el logotipo del SIA (Símbolo Internacional de Accesibilidad), acompañado de “Acceso minusválidos”. Esta información, además del uso incorrecto de la terminología, se considera insuficiente para conocer las condiciones reales de accesibilidad y los servicios ofrecidos.



*Imagen: información sobre accesibilidad de hoteles en la web de turismo. Fuente: [Portal de Turismo](#)*

Se ha encontrado información sobre la accesibilidad de la oferta turística de Málaga, a través de la [Guía Destino Turístico Accesible en Andalucía](#), realizada por la Junta de Andalucía y publicada en su página web. La Guía incluye recomendaciones y pautas para mejorar la accesibilidad en los destinos y la acogida de turistas con necesidades



especiales y las herramientas para su desarrollo, junto con un cuestionario con el que los gestores público/privados responsables del sector turístico, así como a los prestadores de servicios en los destinos pueden identificar barreras de accesibilidad.

Asimismo, a través de [otras plataformas de turismo accesible](#), independientes de la gestión municipal del destino, se puede encontrar más información.

Según el ente gestor, el principal canal de promoción de iniciativas relacionadas con actividades accesibles es [la página Facebook “Área de Accesibilidad Ayuntamiento de Málaga”](#). Además, se envía el programa a la base de datos de las asociaciones de personas con discapacidad, de la que dispone el área.

Se entiende que esta información está dirigida principalmente al movimiento asociativo local de personas con discapacidad, puesto que no tiene vínculos con los genéricos canales de promoción turística.

Si bien no se puede considerar propiamente una acción de promoción del turismo accesible del destino, siendo, además, una iniciativa no llevada a cabo por el Ayuntamiento de Málaga, por la relevancia que tiene en ámbito nacional e internacional, es importante mencionar el [Congreso Internacional Tecnología y Turismo para la Diversidad](#), organizado por la Fundación ONCE cada dos años desde el año 2015, en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.

El Área de Accesibilidad informa que se comunican iniciativas a través de ruedas de prensa, de su página Facebook y de algunos folletos, pero no se da a conocer la información sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta turística del destino. Esta información está dirigida principalmente a los colectivos del movimiento asociativo local de personas con discapacidad y no ha sido posible encontrarla en la oficina de turismo visitada.





## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

*Imágenes: folleto Málaga Ciudad Accesible 2017. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Desde el departamento de Marketing y Promoción del Área de Turismo se reconoce que es necesaria una promoción adecuada, que hasta el momento no se ha hecho. Para ello, haría falta la realización de un diagnóstico, la recopilación de toda la información útil y su publicación tanto en la página web como a través de una guía.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### ACC.B1 Plan de Turismo Accesible

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Alta

El Plan Estratégico del Turismo de Málaga contiene una única mención relativa al turismo accesible y ninguna línea de acción dirigida a la mejora o a la promoción de la accesibilidad.

Se considera necesaria, por lo tanto, la estructuración en un plan conjunto de las acciones a desarrollar, a modo de hoja de ruta para el sector turístico, puesto que no se ha observado que exista una estrategia de turismo accesible por parte del Área de Turismo.

Bajo esta premisa, se recomienda la elaboración de un Plan de Turismo Accesible para el destino Málaga, alineado a los otros planes ya existentes, en desarrollo o cuya elaboración se prevé en algunas de las acciones propuestas (Plan de Accesibilidad Universal, Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible, Plan General de Ordenación Urbanística), con un objetivo orientado a la accesibilidad en el turismo como producto (cadena de valor).

En la planificación se deberán establecer recursos técnicos, humanos y económicos a destinar para el desarrollo de las acciones y unos instrumentos de seguimiento periódico de las mismas.

Uno de sus objetivos será armonizar las acciones propuestas en los otros planes relacionados con la accesibilidad, para establecer las grandes actuaciones a desarrollar en materia turística.

En este plan de accesibilidad turística se recogerá la estrategia del DTI, así como las actuaciones dirigidas a su consecución, los indicadores necesarios para su cumplimiento y la temporalización que permita un desarrollo coherente, coordinado



y fácil de contrastar y revisar.

#### ACC.B2 Seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo para la mejora de la accesibilidad

<b>Responsable</b>	Área de Accesibilidad
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media

El Área de Accesibilidad debería estructurar mecanismos para realizar un seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo para la mejora de la accesibilidad, con instrumentos de evaluación periódica.

El Grupo TOCA podría representar un instrumento para realizar el seguimiento de las acciones, pero debería desarrollar una metodología, establecer unos indicadores y verificar con periodicidad el cumplimiento de las mismas.

#### ACC.B3 Diagnóstico de accesibilidad de la cadena de valor del turismo

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Alta

Hasta la fecha, no hay constancia de la realización de un diagnóstico de accesibilidad de toda la cadena de valor del turismo en Málaga.

Para identificar aquellos aspectos que no permiten que se cumplan los requisitos en todos los eslabones de la cadena de la accesibilidad, corregirlos, y al mismo tiempo hacer promoción de los recursos accesibles de la ciudad, se considera prioritario proceder a actualizar la información disponible a través de diferentes fuentes e



integrarla con un diagnóstico más completo que incluya, además de recursos y establecimientos turísticos, entorno urbano, transporte, comunicación y promoción, herramientas digitales, etc.

Con la información recabada, se podría realizar una guía de la oferta turística accesible de Málaga.

### ACC.B4 Promoción e información sobre accesibilidad para el turista

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Alta

Será necesario, a partir del diagnóstico de la situación propuesto en la acción anterior, identificar los eslabones de la cadena de la accesibilidad en los que más carencias hay y cómo resolverlas. Tras la visita, se comprueba un buen grado de cumplimiento de la accesibilidad en toda la cadena de valor del turismo, pero con margen de mejora en algunos aspectos. Entre ellos, en la promoción del turismo accesible y en la difusión de la información relativa a las condiciones de accesibilidad de la oferta del destino.

Con la excepción de las playas de Málaga, no se ha encontrado más información sobre las condiciones de accesibilidad de recursos turísticos, establecimientos, transporte, rutas urbanas, servicios, etc.

Se percibe el esfuerzo, realizado mayormente por el Área de Accesibilidad, en la organización de actividades y, en general, en fomentar la mejora de la accesibilidad de la ciudad, pero si no se facilita al turista la información, dicho esfuerzo no será aprovechado.

Una vez terminado el diagnóstico de accesibilidad de la oferta turística, se deberá informar a través de la web de promoción turística de 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 esto, además de las páginas Facebook y las bases de datos de entidades, se utilizarán los canales de promoción turística, dirigidos principalmente a personas no residentes, puesto que a los canales usados hasta ahora para la promoción de actividades e iniciativas accesibles, difícilmente puede llegar un turista.

Entre ellos, se sugiere la publicación de una guía que reúna la información sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta turística de Málaga, tal y como se propone en la acción ACC.B3.

### ACC.B5 Formación y sensibilización del sector turístico

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Alta

Según la información recopilada, los técnicos municipales no han recibido formación sobre Accesibilidad Universal y necesidades de accesibilidad de las personas.

Por estos motivos se recomienda que se pongan en marcha de acciones de formación y sensibilización, dirigidas a técnicos municipales, gestores, profesionales del sector turístico y profesionales en general relacionados con la experiencia en destino, con los siguientes objetivos:

- Incorporar otros aspectos de accesibilidad en la implantación de medidas
- Generar un ambiente favorable a la implementación de soluciones
- Optimizar las acciones realizadas para ponerlas en valor como destino turístico

Estas acciones deberán ser dirigidas tanto al sector público como privado e incluso



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

realizadas a modo participativo para mejorar, desde su experiencia, las condiciones del destino.

Además, se hace hincapié en la necesidad de sensibilización sobre el uso de términos incorrectos para referirse a las personas con discapacidad, observados tanto en la normativa municipal como en diferentes canales de información turística, páginas web, folletos, etc., con la excepción de las plazas de aparcamiento reservadas para Personas con Movilidad Reducida.



### Ámbito C. Implantación de la accesibilidad en el destino.

En este ámbito el **grado de cumplimiento es del 73%**, constatándose un buen nivel de implantación de la accesibilidad, si bien con cierto margen de mejora en algunos aspectos.

A continuación, se ofrece un análisis sobre el cumplimiento de los aspectos relativos a la accesibilidad en los espacios públicos, infraestructuras e instalaciones y en la oferta de servicios turísticos, que ha sido posible evaluar mediante la información obtenida en las reuniones mantenidas, la documentación analizada y la visita del destino.

#### Espacios públicos

Según el destino, la mayoría de los itinerarios que conectan los principales espacios públicos de interés turístico son accesibles, situando en aproximadamente un 10% de ellos los que no cumplirían los criterios mínimos. Asimismo, se afirma que la información de los itinerarios permite en parte la orientación y la localización de accesos, instalaciones, servicios y actividades disponibles, mediante señalización vertical, pavimentos podotáctiles, entre otras actuaciones.

Tras la visita del destino, se ha podido constatar un buen cumplimiento de las condiciones de accesibilidad del entorno urbano y en general de los espacios urbanizados y edificados, de titularidad municipal, principalmente en el centro de la ciudad, identificado como la zona de mayor interés turístico. Es importante especificar esta delimitación, ya que el cumplimiento no se ha observado de forma homogénea en toda la ciudad.

Uno de los principales aspectos a destacar es la ventaja de la ciudad en cuanto a la orografía, en la que el territorio correspondiente a las zonas más transitadas por los turistas (centro de la ciudad, puerto, paseo marítimo y playas, principales infraestructuras de transporte,...) no presenta grandes desniveles.

Otro aspecto a destacar es la peatonalización del centro, que hace mucho más accesible la circulación de los peatones.

- Itinerarios peatonales

Salvo algunos tramos con irregularidades puntuales, los itinerarios peatonales de las zonas con mayor interés y tránsito turístico, presentan aceras suficientemente amplias, con pavimento homogéneo y sin resaltes, cumpliendo en gran medida las



**SEGITTUR**  
turismo e innovación

## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

condiciones exigidas por el artículo 5 de la Orden VIV/561/2010, en el que se definen los itinerarios peatonales accesibles.



*Imágenes: itinerarios peatonales en el centro de Málaga, muelle y paseo marítimo. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*



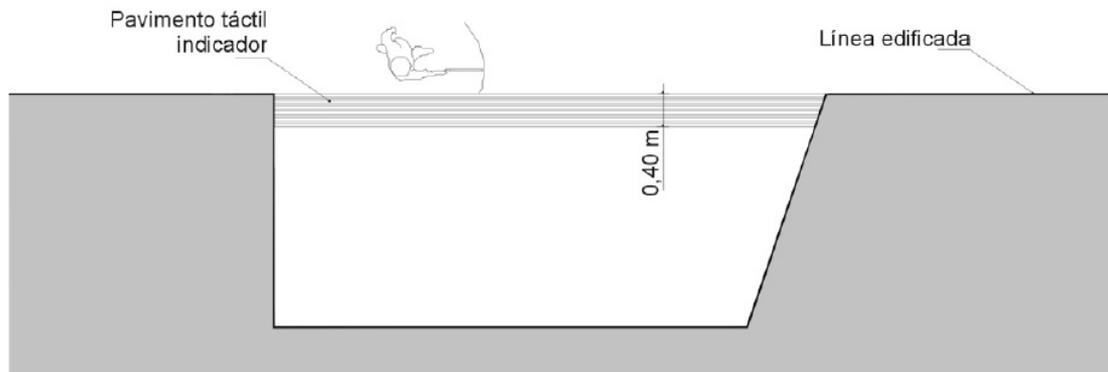
*Imágenes: itinerarios peatonales del centro de la ciudad con pavimento irregular. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Sin embargo, la mayoría de las calles del centro, presentan unos pavimentos lisos y en muchos casos deslizantes.

La Orden VIV/561/2010, de 1 de febrero, por la que se desarrolla el documento técnico de condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados, trata de manera directa la exigencia del cumplimiento de la resbaladicidad de los diferentes pavimentos de los espacios públicos urbanizados, de paso o estancia, estableciendo que «*el pavimento del itinerario peatonal accesible será duro, estable, antideslizante en seco y en mojado*» (art. 11. Pavimentos).

Sin haber podido medir la resbaladicidad de dichos pavimentos (técnicamente resistencia al deslizamiento –  $R_d$ ), es evidente que muchos de ellos pueden llegar a ocasionar caídas, no solo en mojado.

En los itinerarios observados de las zonas reformadas más recientemente, como en el caso de la Alameda Principal, destaca la colocación de bandas de encaminamiento, tal y como se dispone en el art. 46 de la Orden VIV/561/2010, para facilitar la deambulación de las personas con discapacidad visual, especialmente en los lugares abiertos que no tengan otras referencias tales como las alineaciones de la edificación.

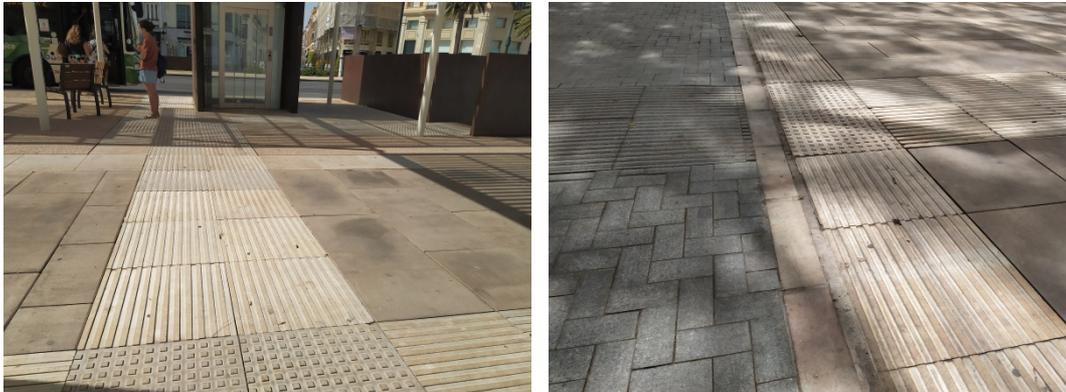


*Imagen: Ejemplo de banda de encaminamiento tacto-visual. Fuente: Orden VIV/561/2010*



*Imágenes: bandas de encaminamiento en itinerarios peatonales del centro de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En general y como se verá en los siguientes párrafos relativos a los pasos de peatones y paradas de autobús, se hace un uso bastante correcto de los pavimentos tacto-visuales, principalmente en las zonas centrales de la ciudad, con nueva pavimentación.



Imágenes: pavimento tacto-visual en itinerarios peatonales del centro de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

### - Pasos de peatones, desniveles, rampas y escaleras

La mayoría de los pasos de peatones observados se encuentran rebajados.

En la Orden VIV/561/2010 se establece cuál es la correcta aplicación de la señalización táctil en vados, tal y como se ilustra en la siguiente figura.

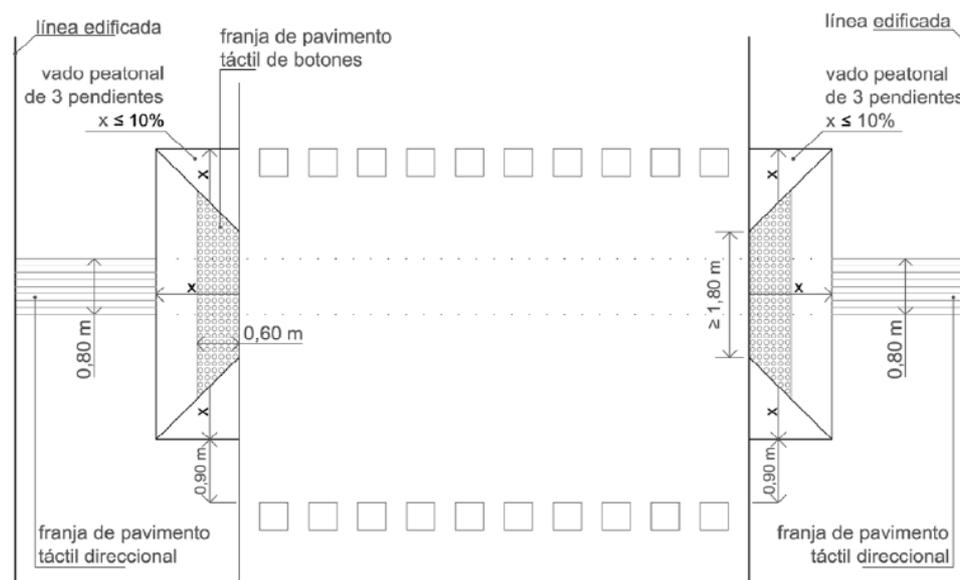
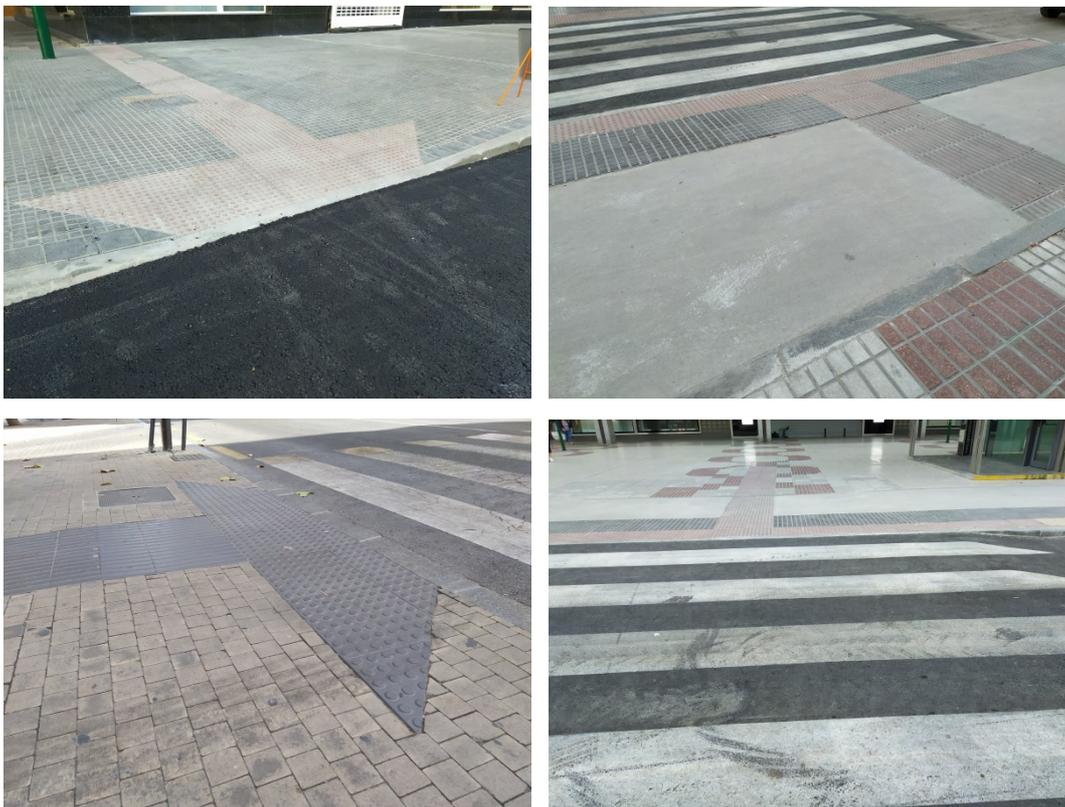


Imagen: ejemplo de aplicación de la señalización táctil en vados. Fuente: Orden VIV/561/2010

Algunos de los pasos de peatones observados en el centro de la ciudad cuentan con franjas de pavimento táctil indicador de dirección, colocadas en sentido transversal a la marcha y de pavimento táctil indicador de advertencia o de botones, a lo largo de la



línea de encuentro entre el vado y la calzada, conformes a los criterios establecidos por la normativa.



*Imágenes: rebajes de pasos de peatones con pavimento táctil adecuado. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Sin embargo, en otros casos hay rebajes que cuentan con un tipo de pavimento táctil no adecuado o que presenta franjas direccionales en zonas donde debería haber un pavimento de advertencia o rebajes de pasos de peatones simplemente sin pavimento táctil.





## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: rebajes de pasos de peatones que carecen de pavimento táctil adecuado. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Por último, también se ha observado un uso incorrecto del pavimento en cuanto a su contraste cromático del que, en varias ocasiones, carece. A este respecto, la Orden VIV/561/2010 dispone en su artículo 45 que el pavimento táctil indicador se dispondrá conformando franjas que «*contrastarán cromáticamente de modo suficiente con el suelo circundante*».



*Imágenes: rebajes de pasos de peatones con pavimento táctil que carece de contraste cromático. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En septiembre de 2017, [fue inaugurado el paso de peatones inteligente](#) instalado en la calle Córdoba de Málaga. Este sistema funciona a través de unos sistemas de sensorización volumétrica, que detectan la presencia de peatones cercanos a la calzada y activan las marcas viales lumínicas instaladas en el suelo, así como las señales verticales luminosas, avisando al conductor de que el paso está activo y que debe detenerse.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: paso de peatones inteligente de día (izq.) y en su inauguración (dcha.). Fuente: fotografía tomada durante la visita (izq.) y [www.laopiniondemalaga.es](http://www.laopiniondemalaga.es) (dcha.)*

Este sistema favorece una mayor accesibilidad para todas las personas, especialmente para peatones con movilidad reducida y con dificultades sensoriales.

Por otro lado, se ha constatado un uso no siempre correcto del pavimento táctil en proximidad de desniveles, rampas y escaleras, especialmente en cuanto a la carencia de pavimento de advertencia, para señalar el cambio de nivel.

En cambio, las rampas presentes en los itinerarios peatonales para salvar los cambios de nivel, presentan unas condiciones bastante correctas, especialmente en cuanto a pendientes, anchos de paso y pasamanos, en muchas ocasiones dobles. También en este caso, se constata carencia de contraste cromático, sobre todo respecto a los peldaños y las contrahuellas de las escaleras.





*Imágenes: rampas y escaleras para salvar desniveles en itinerarios urbanos. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### - Mobiliario urbano

En línea general, no todo el mobiliario urbano observado cumple los criterios de Accesibilidad Universal y Diseño para todos establecidos por la Orden VIV/561/2010, de 1 de febrero, por la que se desarrolla el documento técnico de condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados.

En el caso de los bolardos, se han observado de diferentes tipos, algunos de ellos con un diseño adecuado, mientras que otros no son conformes a lo establecido por la normativa, principalmente por altura y escasa detectabilidad.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: pilonas cilíndricas y bolardos no conformes a la normativa. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En cuanto a los bancos, en la ciudad existen diferentes tipos: algunos de ellos responden a las características especificadas en la normativa.





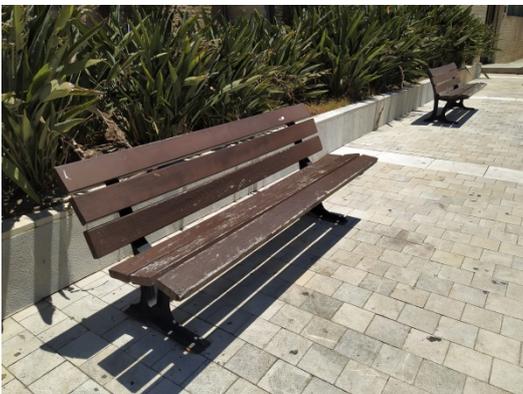
## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: bancos con un diseño correcto, respaldo y reposabrazos. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En otros casos, si bien presentan superficies estables y tienen respaldo, carecen de reposabrazos o no siempre cuentan con un diseño ergonómico.





## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: bancos que no responden a las características establecidas por la normativa. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Por último, bancos sin respaldo ni reposabrazos, que no representan una solución cómoda, independientemente de las necesidades de accesibilidad.





*Imágenes: bancos no accesibles. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En cuanto a las políticas de compra de mobiliario urbano, fuentes del destino informan que se reflejan en ellas las necesidades de accesibilidad. No obstante, no se ha recibido documentación que permita verificarlo.

Se añade que «*actualmente, los criterios de accesibilidad se contemplan en los suministros de parques infantiles, ya que el resto de mobiliario se basan en bancos tipo Neobarcano y papeleras tipo Limasa*».



*Imágenes: tipo de banco y papelera. Fuente: imágenes proporcionadas por el destino*

Sin embargo, respecto a los bancos se ha observado que no se cumple lo establecido en el art. 26 de la Orden VIV/561/2010, según el que la disposición de los bancos accesibles en las áreas peatonales será, como mínimo, de una unidad por cada agrupación y, en todo caso, de una unidad de cada cinco bancos o fracción.

- Ocupación de la vía pública

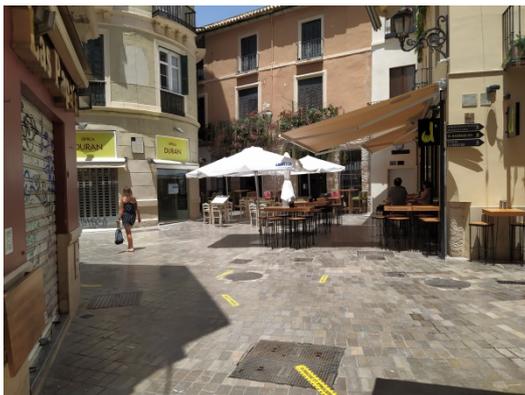


En el Anexo II de la Ordenanza general de obras y servicios en la vía pública, publicada en BOP de 22 de julio de 2002, se definen las condiciones técnicas de mesas, sillas y toldos de establecimientos que ocupen el espacio público, especificando que, para poder autorizar la ocupación con mesas y sillas deberá existir en la acera un paso peatonal libre no inferior a 2 metros, descontada la ocupación.

Además, se tendrán en cuenta otras medidas que garantizan que la ocupación de las aceras o espacios públicos con mesas, sillas y toldos, permita siempre como mínimo un paso libre de 2 metros para el tránsito peatonal.

En cualquier caso, se exige que se cumpla la normativa de movilidad y accesibilidad.

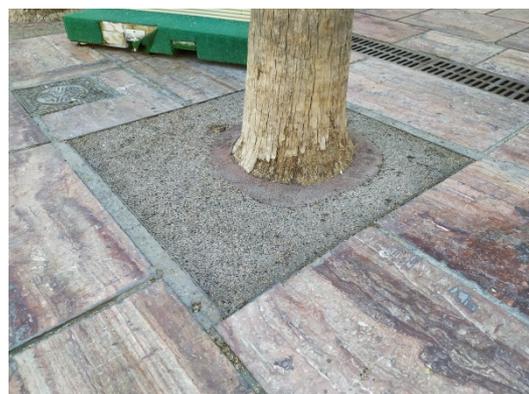
Por lo observado, se cumple satisfactoriamente.



*Imágenes: itinerarios peatonales con terrazas de establecimientos. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### - Otros aspectos

En cuanto a otros aspectos del estado del viario, la mayoría de los alcorques observados se encuentran cubiertos.





## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: alcorques cubiertos. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En diferentes casos observados el carril bici discurre por el lado de la calzada y sin invadir el itinerario peatonal.



*Imágenes: carril bici en Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Sin embargo, en los casos en que el carril bici invade el itinerario peatonal de las aceras y por tanto su trazado interfiere en el uso peatonal de las mismas, se han instalado pasos de peatones que carecen de cualquier elemento táctil que permita su detección, al igual que los pavimentos de advertencia en proximidad de los pasos de peatones.





## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: carril bici en algunos cruces con el itinerario peatonal. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### - Plazas reservadas de aparcamiento para Personas con Movilidad Reducida

La Ordenanza de movilidad de la ciudad de Málaga hace referencia a las Plazas de estacionamiento para personas con movilidad reducida en su artículo 91, pero solo se disponen las condiciones de solicitud de una plaza y de acreditación de la condición de persona con movilidad reducida.

Fuentes del destino informan que las plazas reservadas para Personas con Movilidad Reducida (PMR) son 1.577. La normativa de la Junta de Andalucía exige que cada 40 plazas debe existir una plaza de PMR, pero el destino desconoce el número total de plazas de aparcamiento existentes en Málaga. No obstante, desde el Ayuntamiento se comunica que *«se atienden todas las solicitudes. Al desconocer el número de aparcamientos en la ciudad es imposible saberlo con certeza, pero se consideran suficientes a la demanda existente»*. Según la misma fuente, el 100% de ellas cumple las condiciones de accesibilidad exigidas por normativa.



*Imagen: plaza reservada para PMR. Fuente: imagen proporcionada por el destino*



Tras la visita del destino, se ha podido comprobar que las plazas observadas cuentan con unas dimensiones adecuadas, si bien en algunos casos carecen de zona de aproximación lateral y cuentan con una señalización horizontal con un color diferente del que se establece en la Orden VIV/561/2010 (véase artículos 35 y 43).



*Imágenes: plazas de aparcamiento reservadas para personas con movilidad reducida. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

Además, se ha podido constatar el uso correcto de la terminología relativa a las personas para las que se reserva la plaza de aparcamiento, aunque en la ciudad siguen existiendo elementos de señalización urbana en los que no se ha cambiado la terminología.



*Imágenes: uso correcto e incorrecto de la terminología en elementos de señalización. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### Señalización peatonal urbana

Según el destino, la información de los itinerarios permite la orientación y la localización de accesos, instalaciones, servicios y actividades disponibles, pero no de



## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

todos. Esto se ha llevado a cabo, entre otras medidas, mediante señalización vertical y pavimentos podotáctiles. Por otro lado, también afirma que no se cumplen los criterios mínimos de accesibilidad relativos a la señalización, ni estándares de accesibilidad como los contemplados en Norma UNE 170002 “Requisitos de accesibilidad para la rotulación”.

En la visita del destino se han analizado los elementos de señalización y orientación, detectando casos en los que se cumplen necesidades mínimas respecto a los requisitos de accesibilidad.

Los paneles para la señalización peatonal direccional deberían presentar unas mejores condiciones de accesibilidad y legibilidad, si bien se hace uso del contraste cromático y el tipo de letra es de palo seco.



Imágenes: carteles de señalización direccional. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

El uso de planos facilita la orientación por la ciudad, aunque no se han observado planos hápticos u otros recursos táctiles útiles para la orientación.



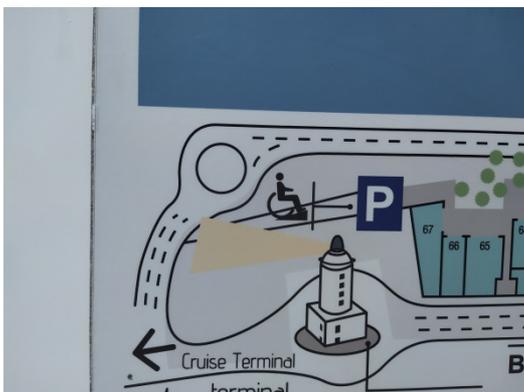
## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Imágenes: planos de la ciudad. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

La especificación de los recorridos accesibles también facilita los desplazamientos y se considera una medida muy positiva, que se ha observado en espacios al aire libre del Centro Comercial Muelle Uno.



Imágenes: planos de la zona comercial de Muelle Uno. Fuente: fotografías tomadas durante la visita



En general, tras lo observado respecto a los espacios urbanos del destino y las reuniones con las áreas competentes, se detecta que por parte del Ayuntamiento se está realizando un gran esfuerzo y existe voluntad de avanzar en la mejora de su accesibilidad, si bien queda margen de mejora para alcanzar unas condiciones óptimas de accesibilidad en el entorno urbano.

### Edificios, instalaciones y espacios de titularidad pública

Según la información recibida por el destino, los espacios, infraestructuras, instalaciones de titularidad pública del destino respetan las normas de accesibilidad universal, aproximadamente en un 60% de los casos.

Se desconoce si los pliegos de condiciones que rigen la construcción, reforma, adaptación y mantenimiento de edificios públicos contemplan la vigilancia de las necesidades en accesibilidad universal, ya que no se ha recibido información al respecto por parte del destino.

En cambio, se ha podido comprobar que los espacios de titularidad municipal cumplen unas condiciones mínimas de accesibilidad en un porcentaje bastante elevado de los casos, haciendo hincapié en las medidas de accesibilidad cognitivas implantadas en prácticamente todos los edificios, instalaciones y espacios municipales visitados.



*Imágenes: medidas de accesibilidad en uno de los edificios de titularidad pública del municipio. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*



*Imágenes: Mercado de Atarazanas. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### **Oficina de turismo**

Según la información recibida por el destino, las oficinas de información turística cumplen los requisitos de accesibilidad universal en cuanto a su espacio físico. Se indican al respecto, el Centro de Recepción de Visitantes Ben Gabirol y la Oficina Municipal de Información en la Plaza de la Marina.

El Área de Turismo especifica que las oficinas de turismo cuentan con acceso accesible, baño accesible, mostrador adaptado de atención al público, libro de comunicación para personas con dificultad de expresión y lupas para las personas que lo necesiten.

Se añade que al personal de información se le exige un número mínimo de horas de formación en varias materias, una de ellas es la lengua de signos.

Respecto a la formación en atención a personas con discapacidad o con otras necesidades de accesibilidad, el destino refiere que cuando se ha organizado algún curso, jornada o seminario relacionado con este tema, se ha comunicado al personal y se ha facilitado la asistencia a esas acciones formativas. Dado que el personal está externalizado, va rotando, tanto las empresas como los informadores.

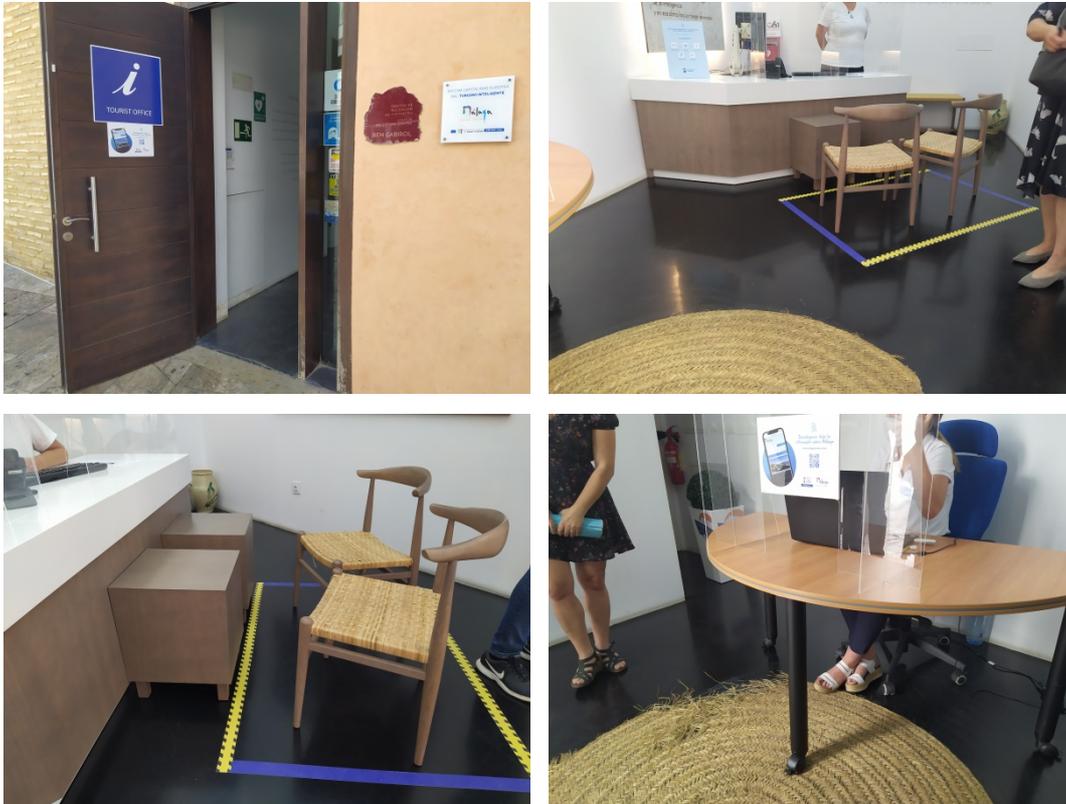
Sin embargo, no se facilita información sobre cuántas personas actualmente activas como personal de la oficina de turismo, han recibido esta formación.

En la visita del destino se ha comprobado que las medidas de accesibilidad de los dos centros de información turística anteriormente mencionados efectivamente se corresponden con la realidad.



## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: Centro de Recepción de Visitantes Ben Gabirol. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*





## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: Oficina Municipal de Información en la Plaza de la Marina. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

A través del Programa Málaga Ciudad Accesible, se organizan visitas turísticas guiadas, con recorridos de 90 minutos aproximadamente, que muestran la cultura, museos, monumentos y espacios de la ciudad. Van dirigidos a personas con discapacidad. Las rutas son interpretadas en lengua de signos, cuentan con información en braille, gracias a la colaboración de la ONCE. Además, son accesibles para personas con movilidad reducida y cuentan con transporte accesible, ofrecido por la Cruz Roja.

Se programan desde el Área de Accesibilidad del Ayuntamiento, y las organiza concretamente el técnico de Turismo de esa Área.

Según refiere el destino, se informa de las visitas a través de la [página Facebook del Área de Accesibilidad Ayuntamiento de Málaga](#) y también se envía el programa a la base de datos que dispone el Área de asociaciones de personas con discapacidad, lo que da a entender el carácter más local de la iniciativa.

Se ha detectado cierta falta de conexión entre estas actividades y las propuestas de la oficina de turismo.

Sería recomendable mejorar la promoción de dichas visitas, a través de los canales de promoción turística y especialmente para personas no residentes, puesto que para un visitante no es fácil encontrar la información sobre cómo y cuándo se pueden realizar, condiciones, precio, lugar de encuentro, etc.

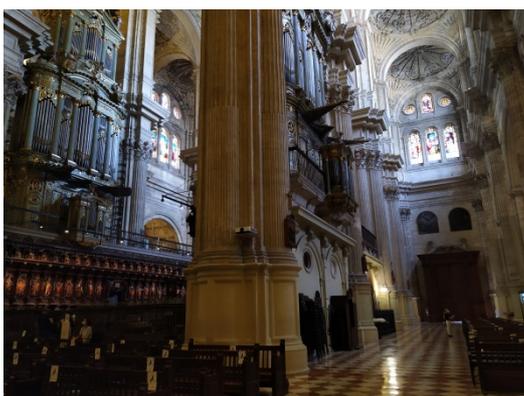


### Establecimientos y recursos turísticos

El destino informa que, en general, los espacios, infraestructuras, instalaciones privados de uso público del destino respetan las normas generales de accesibilidad universal. Estima que aproximadamente en un 60% de los casos.

La información que se ha encontrado en la web, a través de otras fuentes, deja suponer que muchos de los establecimientos y recursos turísticos de titularidad no pública cumplen satisfactoriamente unas condiciones mínimas de accesibilidad.

En la visita del destino se ha podido comprobar que hay un buen nivel de cumplimiento de los criterios mínimos de accesibilidad, quizás con alguna carencia en el aspecto sensorial (audio/videoguías, etc.).





*Imágenes: Catedral de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### Espacios naturales

#### - Parques y jardines urbanos

Se ha recibido la siguiente información por parte del destino: "Los parques y jardines públicos cuentan en su práctica totalidad con las condiciones mínimas de accesibilidad, considerando como condiciones mínimas:

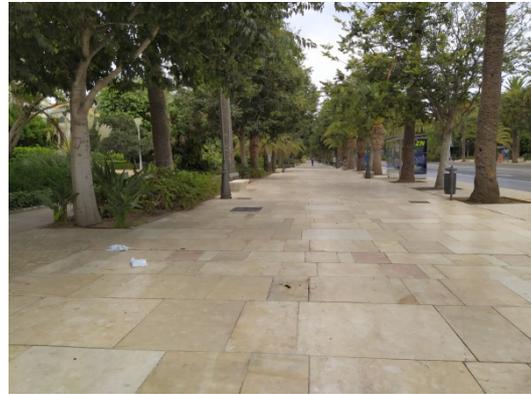
- Accesos desde la vía pública sin fuertes desniveles ni obstáculos
- Pavimentos estables y antideslizantes
- Drenaje para el agua de riego que impida la acumulación
- La altura de los bancos es aproximadamente de 45 cm, para facilitar las transferencias desde la silla de ruedas
- Se están ejecutando pavimentos drenantes en alcorques para enrasarlos con el pavimento que los rodea
- Podas regulares de los árboles para garantizar que la altura libre en los pasos bajo árboles no sea inferior a 2,1 m"

Los parques y jardines visitados cumplen en parte esas condiciones mínimas de accesibilidad. Se constatan accesos sin desniveles o salvados por rampas accesibles e itinerarios que permiten la circulación sin desniveles, aunque con pavimento no siempre homogéneo y mobiliario no accesible.



## Destinos Turísticos Inteligentes

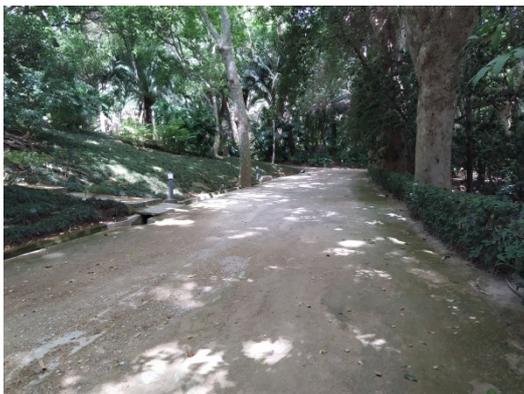
Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: Parque de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

En el caso del Jardín Botánico-Histórico La Concepción, se señala como nota positiva la información sobre los itinerarios accesibles para personas con movilidad reducida y la existencia de aseos adaptados.

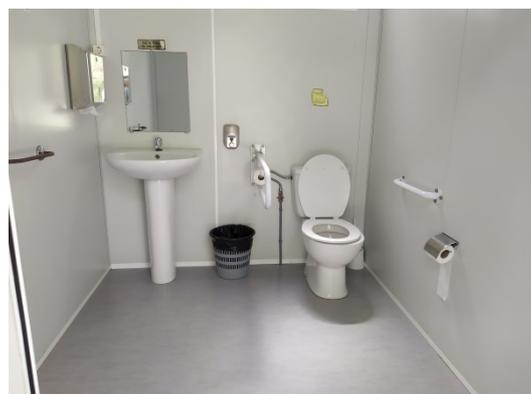
Por otro lado, no se dispone de servicio de préstamo de vehículos para la movilidad personal, que podrían ser útiles para cualquier persona con dificultades en la movilidad en los recorridos no accesibles. También se recomienda mejorar la accesibilidad sensorial, incluyendo por ejemplo información y elementos en formato táctil (altorrelieve, braille,...).





# Destinos Turísticos Inteligentes

## Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga





*Imágenes: Jardín Botánico-Histórico La Concepción. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### - Otros espacios naturales

Respecto a los entornos naturales de competencia directa del destino, no se recibe información relativa a las medidas de accesibilidad universal y seguridad contempladas.

En el caso en que el espacio no sea de competencia directa del ente gestor, este se coordina con la autoridad competente para que así sea, velando por la accesibilidad integral de los servicios básicos (centro de recepción de visitantes, senderos, zonas de picnic, parkings, etc.).

En cuanto a la accesibilidad de la información y la facilidad de interpretación de la misma, el destino declara que en los entornos naturales existen en la actualidad unas señales informativas que contienen un plano de situación y senderos con longitudes y trayectoria. Además, se incluyen pautas de comportamiento a respetar.

Este tipo de señales se han implantado en los parques forestales periurbanos de la ciudad de Málaga: Gibralfaro, Monte Victoria, La Pelusa, San Antón, Lagarillo Blanco, El Morlaco, Hacienda Clavero, La Concepción, Ciudad de Málaga y Cerro Vallejo.



*Imagen: panel informativo en espacios naturales. Fuente: imagen proporcionada por el destino*



El destino informa que el mobiliario existente es de tipo forestal y no se encuentra en espacios que puedan garantizar la accesibilidad.

### - Parques de juego infantil

Fuentes del destino informan que en la actualidad existe un gran número de elementos de juego infantil adaptados a usuarios con necesidades específicas, e incluso algunas zonas son totalmente adaptadas como el Parque de Huelin, Walt Whitman o Parque de Málaga.

En la visita del destino se ha observado una zona de juego inclusiva en el Parque de Málaga.



*Imágenes: juegos infantiles inclusivos en el Parque de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

### - Playas

En el artículo 9 de la Ordenanza de uso y disfrute de las playas del término municipal de Málaga se remanda a las medidas establecidas en el artículo 11.2 de la Ordenanza reguladora de accesibilidad del municipio de Málaga que el Ayuntamiento adoptará para facilitar a las personas con discapacidad, la utilización de las playas y sus instalaciones.

El programa “Disfruta la Playa 2019” es un servicio que el Área de Accesibilidad, junto con el Área de Playas, pone a disposición de las personas con movilidad reducida, consistente en el apoyo y acompañamiento al mar.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

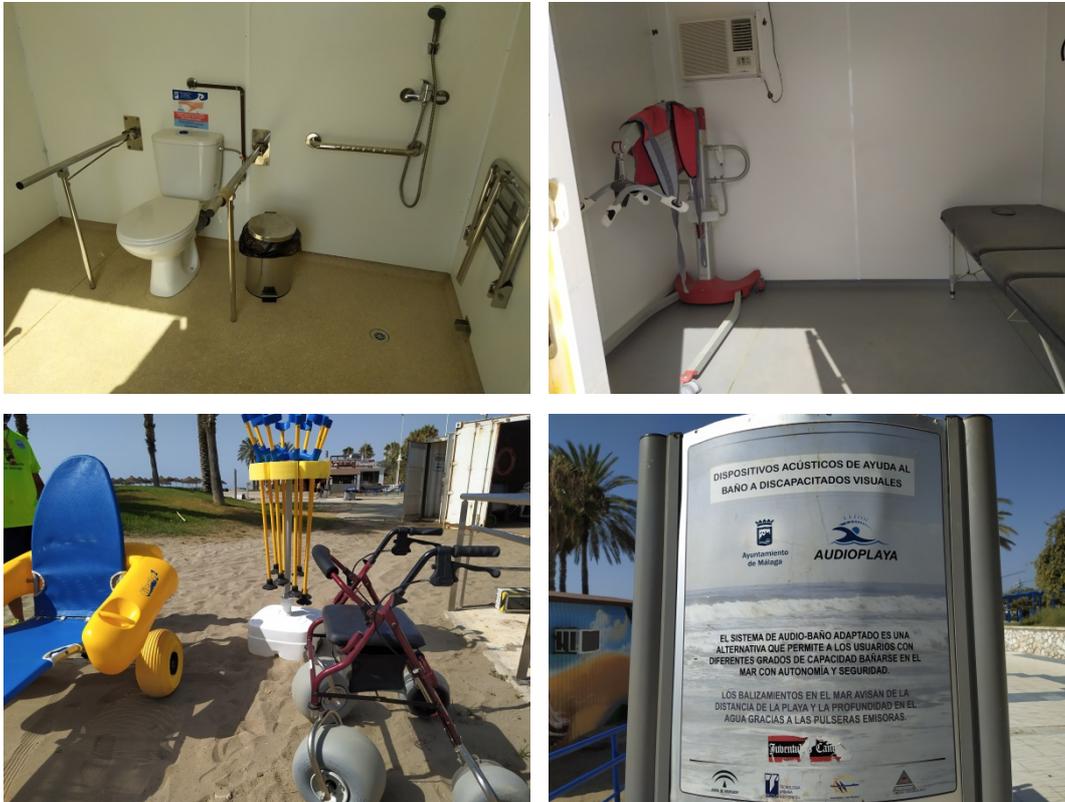
Según la información publicada en la [web de Playas de Málaga](#), las playas en las que se puede hacer uso de este servicio de baño asistido son la Playa de la Misericordia y la Playa de El Dedo. El servicio se presta de lunes a domingo, desde el 15 de junio al 15 de septiembre, de 12:00h a 20:00 h.

Se dispone de material para el acceso al agua, formado por sillas anfibas de adulto y niños, material de flotación y muletas anfibas. Además, se dispone de material para la transferencia (grúas).

A través de la información encontrada sobre la [accesibilidad de las playas](#), y los vídeos explicativos sobre los servicios de apoyo y de acompañamiento al mar en la [Playa de la Misericordia](#) y la [Playa de El Dedo](#), se puede suponer que en dichas playas se cumplen unas buenas condiciones de accesibilidad.

En la visita se ha podido comprobar que esta información es correcta.





Imágenes: Playa La Misericordia de Málaga. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

Por otro lado, se disponen de "Puntos de baño autónomos", en los cuales cualquier usuario con movilidad reducida podrá hacer uso de una silla anfibia para el baño, solicitando información al socorrista o enfermero/a más cercano, o bien llamando a un número de teléfono. Dichos puntos de baño autónomos se encuentran en las playas de San Andrés, Malagueta, Caleta, Pedregalejo, Guadalmar, Palo.

En la [una guía](#) de playas en formato PDF, se indica que algunas de ellas están certificadas con la Norma UNE 170001 Accesibilidad universal. Además, el destino informa que algunas de ellas cuentan también con la certificación en la Norma UNE 41512: 2001 Accesibilidad en las playas y en su entorno. Asimismo, las playas de Málaga [han culminado el proceso de certificación de la Q de Calidad Turística, el Sello Safe Tourist y la Accesibilidad Global.](#)

### Accesibilidad en las instalaciones y actividades deportivas

El destino no ofrece información sobre las condiciones de accesibilidad de las instalaciones deportivas, declarando únicamente que las instalaciones deportivas,

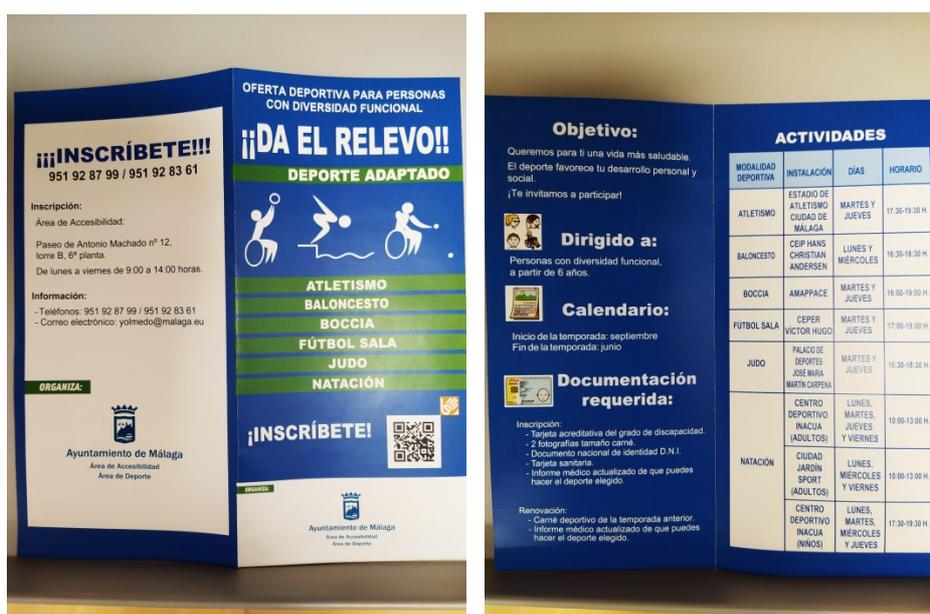


especialmente las más antiguas, presentan algunas limitaciones desde un punto de vista físico pero se está intentando solucionar.

Tampoco se conoce la relación entre las actividades organizadas por el Ayuntamiento y la participación de no residentes.

En la visita, el Área de Deporte explica que visitan Málaga varios clubes extranjeros y los eventos deportivos tienen importante carácter internacional. La Media maratón, por ejemplo, reúne a unos 7.500 participantes.

Además del programa “Da el relevo”, dirigido a la población local, también se organizan eventos específicos de deporte adaptado (entre ellos, [ha habido una carrera de handbike](#)) (solo consta 2012 y 2013) pero en los eventos genéricos no se tiene en cuenta la accesibilidad.



Imágenes: programa de deporte adaptado “Da el relevo”. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

La parte de deporte adaptado se llevó al Área de accesibilidad, en la que hay una técnica que la gestiona.

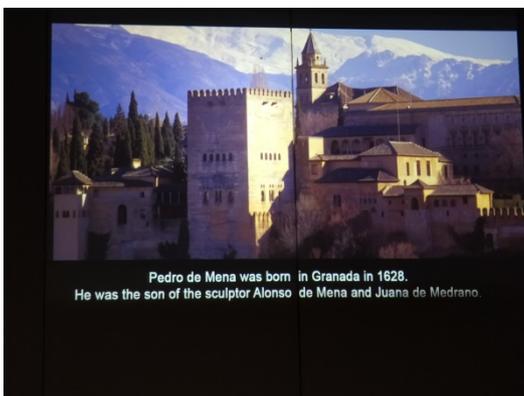
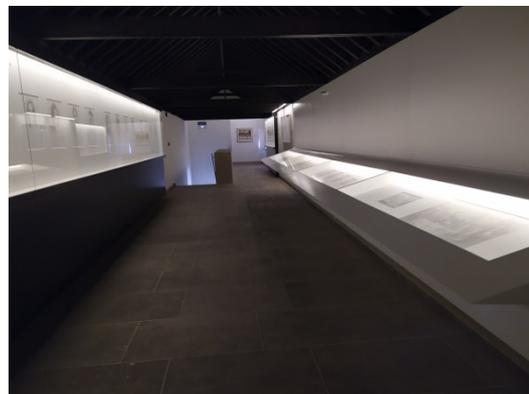
## Cultura y festejos

En cuanto a las instalaciones culturales visitadas, se constata un buen nivel de accesibilidad.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: Museo Revello de Toro. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: Auditorio Eduardo Ocón. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

El destino informa que, el Área de Accesibilidad colabora con el Área de Cultura en el evento que esta organiza anualmente: “La Noche en Blanco”. Concretamente, se organizan visitas guiadas accesibles y el programa aparece tanto en el folleto impreso como en la versión digital. Las visitas cuentan con intérprete de Lengua de Signos y los recorridos son accesibles para personas con movilidad reducida. Además, según [la información encontrada a través de otras fuentes](#), «el Área de Accesibilidad ha incluido un código QR en toda la cartelería y folletos de la Noche en Blanco para que cualquier persona con discapacidad auditiva que posea un teléfono smartphone pueda ver el vídeo en el que se le explica el programa del itinerario accesible».

No hay constancia de que el destino o el Área de Cultura informen de las condiciones de accesibilidad de los eventos culturales y de los servicios ofrecidos para que éstos sean accesibles, con la excepción del programa que se edita para la Noche en Blanco, en el que el destino informa que se especifican las rutas y los equipamientos que son accesibles. Sin embargo, ni en la [web del evento](#) ni en el [programa en PDF](#) se han encontrado referencia a la accesibilidad de las actividades.



En general, según fuentes del Ayuntamiento, en las actividades culturales se tienen en cuenta proyecciones con subtítulo e intérpretes de LSE.

No se ha recibido información respecto a los pliegos de condiciones que rigen las concesiones o contrataciones de la organización de actividades culturales y, concretamente, si estos tienen en cuenta criterios de accesibilidad universal. El Área de Cultura informa que solo se prevé que el trabajador tenga discapacidad pero no que la actividad sea accesible.

Respecto a las medidas de accesibilidad en las fiestas populares y eventos culturales que tienen lugar en la vía pública, la única información recibida es que en la Feria de Málaga las casetas municipales son accesibles, se monta una tribuna para personas con movilidad reducida y un punto móvil para ceder sillas de ruedas y vehículos para la movilidad personal.

### **Accesibilidad y situaciones de emergencia**

No se ha recibido información al respecto para poder hacer una valoración de este aspecto.

### **Elementos de transporte y movilidad**

#### **- Transporte urbano en autobús**

La Empresa Malagueña de Transportes (EMT) ha puesto en marcha una política de accesibilidad óptima, avanzando en la mejora de las condiciones de accesibilidad de los vehículos o y de las facilidades dirigidas a viajeros con necesidades de accesibilidad.

El destino refiere que la práctica totalidad de sus autobuses tienen el sistema de doble rampa (manual y automática). Cuentan con sistemas de locución en el interior o con sistemas de doble pantalla, una de ellas con explicación en lengua de signos.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

Transporte público  
eficiente, sostenible y  
accesible para todos.



ACCESIBILIDAD PARA TODOS

SOLO ALCANZAREMOS UN SERVICIO DE TRANSPORTE  
"ACCESIBLE" CUANDO CUALQUIER PERSONA PUEDA  
SATISFACER SUS DESEOS Y NECESIDADES DE  
DESPLAZAMIENTO DE FORMA "AUTÓNOMA"



### HITOS RELEVANTES EN LA ACCESIBILIDAD

1997 2003 2010 2011 2012 2013 2014 2016 2017 2019

- Altavoz en el exterior del autobús.
- Información de paso por parada en el interior del autobús.



18

Imágenes: información de la EMT. Fuente: EMT

Se informa, además, que el personal ha recibido formación en necesidades de personas con discapacidad.

En el documento "Viajando junto a ti", elaborado por la EMT y proporcionado por el destino, entre los avances de la empresa en los últimos años respecto a la accesibilidad de los vehículos se destaca la instalación de dispositivos de voz dentro del autobús para indicar la siguiente parada y fuera del autobús para indicar el número de línea al que pertenece (con mando a distancia).

En la visita se comprueba que toda la información recibida se corresponde a la realidad.





## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



Imágenes: vehículo de la EMT. Fuente: fotografías tomadas durante la visita

### - Paradas de autobús

Según la información recibida, un 65% de marquesinas disponen de **paneles de diodos con voz**, entre un 80%-85% tienen **sistema de realidad aumentada** e información geográfica y un 10% posee **información en braille**. A todo ello se une la [aplicación EMT](#)



que permite la solicitud de paradas a personas con discapacidad visual a través de la voz.

En el documento "Viajando junto a ti", elaborado por la EMT y proporcionado por el destino, se destacan los avances de la empresa en los últimos años respecto a las paradas y a la información relativa a líneas, horarios y tiempos de espera:

- dispositivos de voz en parada para informar de los tiempos de espera (con mando a distancia)
- lanzamiento de una APP accesible para personas con discapacidad visual, que permite acceder a la información sobre líneas, horarios y ubicación de vehículos
- incorporación de paradas a demanda desde la APP, que permite a una persona con discapacidad visual indicar la parada en la que se encuentra y la línea que desea utilizar, avisando al conductor del siguiente autobús de la petición de parada

Además, con el mismo mando Ciberpass para activar el pitido de los semáforos, se puede activar la locución de las paradas de autobús.

En el mismo documento, además, se habla de la utilización de pictogramas para facilitar la identificación de las paradas.



Imagen: señalización de líneas. Fuente: EMT

En la visita del destino se ha comprobado la accesibilidad de las paradas de autobús.



## Destinos Turísticos Inteligentes

### Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga



*Imágenes: paradas de autobús con buenas condiciones de accesibilidad. Fuente: fotografías tomadas durante la visita*

#### - Transporte interurbano

El destino no facilita información al respecto. Buscando información en la red y contactando con las empresas que prestan el servicio, se ha recabado la siguiente información: existen autobuses interurbanos accesibles, aunque no toda la flota y en gran medida de la misma compañía, cuya política al respecto es la de informarse



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

previamente para saber si, para la línea y el horario deseado, se dispone de un vehículo adaptado.

### - Taxi

En la Ordenanza de Taxi (capítulo VI, art. 81-83), se hace referencia a la accesibilidad y a la necesidad de cumplir al menos un 5 por ciento de las licencias de taxi del municipio correspondientes a vehículos adaptados, conforme al anexo VII del Real Decreto 1544/2007. En efecto, se cumple un porcentaje superior al 6% (88 taxis accesibles de las 1432 licencias en Málaga) y, por tanto, **por encima del 5%** exigido por el artículo 8 del Real Decreto 1544/2007, de 23 de noviembre, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los modos de transporte para personas con discapacidad.

Respecto a las paradas de taxi, es destino informa que la práctica totalidad son accesibles y que también hay cinco que son exclusivamente para uso de personas con movilidad reducida.



Imágenes: paradas de taxi accesibles. Fuente: fotografías tomadas durante la visita



No existen ayudas otorgadas para la adquisición de taxis adaptados pero la misma Ordenanza constituye un mecanismo de control e incentivo. En concreto, en el artículo 81 se dispone que *«los titulares de licencia solicitarán voluntariamente que su taxi sea adaptado, pero si no se cubre el porcentaje previsto, la Administración Municipal exigirá a las últimas licencias que se concedan que su vehículo sea accesible»*.

Por otro lado, existen subvenciones del Área de Accesibilidad para el uso del taxi adaptado a personas con movilidad reducida (punto 14 del Acuerdo adoptado por la Ilma. Junta de Gobierno Local en la sesión ordinaria celebrada el día 29 de marzo de 2019), para facilitar el uso del taxi adaptado, ayudando a financiar los costes derivados de este uso para las personas con discapacidad y movilidad reducida.

- Embarcaciones en líneas regulares de viajeros

El destino informa que la compañía Trasmediterranea realiza los trayectos Málaga – Melilla y Málaga – Ceuta. Se contemplan especiales condiciones para la reserva de pasajeros con movilidad reducida. En la [web](#) se detallan las condiciones de embarque, desembarque y acomodación para personas con movilidad reducida. Además, existe un servicio de ayuda del Personal de asistencia.

Se desconocen las condiciones de accesibilidad de los barcos y no se hace mención de ellas en la página web.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### ACC.C1 Implementación de mejoras en las vías y espacios públicos

<b>Responsable</b>	Área de Urbanismo
<b>Secundario</b>	-
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Aunque se está avanzando mucho en la mejora de las condiciones de accesibilidad en el ámbito de los entornos urbanizados, se considera necesario implementar las medidas contempladas en la normativa y recomendadas a lo largo del presente informe para la mejora de la accesibilidad en las vías, espacios y edificios públicos, así como del mobiliario urbano y de la señalización, para mejorar la orientación y localización de los itinerarios peatonales accesibles.</p> <p>Se recomienda tener en cuenta, en la compra de elementos de mobiliario urbano, los requisitos para que estos cumplan las condiciones de Accesibilidad Universal y Diseño para Todos establecidas por la normativa.</p>	

### ACC.C2 Difusión de la información sobre la accesibilidad de instalaciones y eventos deportivos y culturales

<b>Responsable</b>	Área de Turismo
<b>Secundario</b>	Área de Deporte, Área de Cultura, Área de Accesibilidad
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Tras hacer una búsqueda por los canales de promoción turística de Málaga y otras fuentes, se constata que no es posible encontrar información sobre la accesibilidad de instalaciones y actividades, tanto deportivas como culturales de la ciudad. La escasa información recibida al respecto, no está disponible en las páginas web de</p>	



promoción turística, deportiva o cultural de la ciudad.

Para informar, especialmente a visitantes y turistas, sobre las condiciones de accesibilidad de todos los eventos que se realizan en la ciudad, de los servicios que se ofrecen y de las características de las instalaciones en las que tienen lugar, será necesario publicar esta información en la web de promoción turística.

### ACC.C3 Mejoras de la accesibilidad en fiestas populares y otro tipo de eventos

<b>Responsable</b>	Área de Accesibilidad
<b>Secundario</b>	Área de Cultura, Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Alta

Se deberán tener en cuenta medidas de accesibilidad universal también en la organización de fiestas populares y todo tipo de evento. Algunas de las medidas que se proponen son las siguientes:

- Para personas con movilidad reducida: facilitar el acceso mediante pase especial para vehículos de traslado, asegurarse de que haya plazas de aparcamiento reservadas para Personas con Movilidad Reducida (PMR) suficientes en las inmediaciones, estudiar las condiciones de acceso a las instalaciones y comunicar previamente la necesidad de presentarse con antelación si se prevé una afluencia masiva de gente. Puntos de información y taquillas accesibles y con material adaptado. Baños adaptados y suficientes. Reserva de espacios, plazas o asientos donde hay un escenario. En el caso en que se prevea una importante asistencia de gente, asegurar la accesibilidad en los principales itinerarios (entrada, aseos, plazas reservadas,...) para que no haya peligro de caídas. Disponer de un servicio de transporte adaptado para la conexión con el lugar donde se celebra el evento, informando previamente de su existencia, horarios, etc.

- Para personas con discapacidad visual: además de todo lo recomendado para el acceso de personas con movilidad reducida, permitir el acceso con perros guía, contemplar audio-descripción si el evento lo permite o para todo lo que se proyecte en audiovisuales, programa en braille o con posibilidad de escucharlo en formato audio (por ejemplo, mediante el uso de códigos QR)



- Para personas con discapacidad auditiva: disponer de bucles de inducción magnética, subtítulo, intérprete de Lengua de Signos Española, subtítulos para todo lo que se proyecte en audiovisuales. Posibilidad de establecer un servicio de intérpretes de Lengua de Signos para las emergencias durante la celebración de la fiesta o evento

- Para personas con discapacidad intelectual: utilizar pictogramas con criterios de accesibilidad, información del evento en lectura fácil

Toda la comunicación relativa al evento tiene que ser accesible para todas las personas, tanto en papel como digital.

Se hace hincapié en que estas medidas se tengan en cuenta para los eventos organizados en el destino, que en la actualidad no cuentan con unas condiciones de accesibilidad suficientes para que todas las personas, y también las personas con discapacidades sensoriales, puedan disfrutar de los espectáculos. A título de ejemplo, se menciona una buena práctica representada por el Festival de Teatro de Almagro, que ha apostado por ser un festival inclusivo y accesible para todos. Más información en: <https://www.festivaldealmagro.com/es/seccion/accesibilidad/>.

Por último, es fundamental incluir en los planes de seguridad, protocolos de evacuación y pautas de actuación que tengan en cuenta las necesidades de personas con discapacidad en situaciones de emergencia, proporcionando además una adecuada formación en necesidades de personas con discapacidad, para las fuerzas de Policía, Bomberos y Protección Civil.



### Ámbito D. Accesibilidad de herramientas tecnológicas

En este ámbito el **grado de cumplimiento es del 33,3%**, constatándose un amplio margen de mejora, especialmente en la accesibilidad de la página web y de la aplicación móvil de Málaga Turismo.

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

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

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

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

El ente gestor del destino refiere, en la información proporcionada, que sus aplicaciones web cumplen con las directrices de la W3C en materia de accesibilidad. Sin embargo, tras el análisis de accesibilidad de web oficial del Área de turismo del Ayuntamiento de Málaga, se han obtenido resultados que no permiten afirmar lo mismo.



En el Anexo Accesibilidad web se muestran los resultados detallados de la auditoría sobre accesibilidad web realizada al sitio web de turismo de Málaga.

Por todo lo visto en el estudio de accesibilidad web, **la aplicación web de Málaga no es accesible** ya que hay numerosos fallos que es necesario solventar para que se pueda considerar accesible.

Es necesario corregir los errores detectados e, incluso, sería necesario plantearse el poder realizar la web desde el principio utilizando otra plantilla que permita una buena navegabilidad de los diferentes menús y submenús a través del teclado, pero hasta que no se realice un análisis más detallado de la plantilla actual no se puede determinar qué resultará menos costoso para garantizar la accesibilidad de la web.

### APP Málaga Turismo

La aplicación para dispositivos móviles “Málaga Turismo” está disponible para Android e iOS y se puede descargar en los siguientes enlaces:

- [APP para Android](#)
- [APP para iOS](#)

Tras realizar el análisis de la accesibilidad de esta aplicación, es posible afirmar que **la aplicación móvil de Málaga Turismo no es accesible**, ya que contiene fallos importantes en algunos de los criterios analizados.

La navegabilidad, sobre todo a través del lector de pantalla de Android, cuenta con numerosos defectos que la hacen casi imposible de utilizar, empezando por la dificultad de registrarse para comenzar a usarla. Por otra parte muchos errores son repetitivos y quizá se puedan subsanar de una forma sencilla, ya que gran parte de ellos se deben a la falta de descripción de los iconos que conllevan acciones o a descripciones incorrectas.

Los detalles del estudio de accesibilidad se encuentran en el Anexo Accesibilidad web.



## RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE ACCIÓN

### ACC.D1 Mejora de la accesibilidad web de la página web de Málaga Turismo

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media
<p>Es necesario realizar la web desde el principio, utilizando otra plantilla.</p> <p>De forma general deben llevarse a cabo las siguientes actuaciones correctivas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Proporcionar a todas las imágenes un texto alternativo cuya descripción refleje la información que se desea transmitir y en el idioma adecuado. Si la imagen es decorativa, el texto alternativo estará vacío. Si las imágenes llevan texto en su interior, la descripción debe poder transmitir la información visual de manera textual</li><li>- Revisar y ordenar todos los encabezados de las páginas, de manera que no se produzcan saltos entre niveles, ni existan niveles creados sin contenido, de tal forma que un lector de pantalla pueda navegar sin problemas</li><li>- Modificar el contexto de los enlaces que así lo requieran, para evitar que dentro de una misma página haya enlaces con el mismo texto que lleven a destinos diferentes</li><li>- Dotar a todos los enlaces un texto comprensible, ninguno puede estar vacío. Cuando el enlace sea una imagen, ésta debe tener un texto alternativo correcto</li><li>- Alertar de los enlaces que abren nuevas ventanas</li><li>- Diferenciar, con un formato diferente, los textos que son enlaces de los que no lo son</li><li>- Debe mejorarse el contraste cromático entre algunos textos que se</li></ul>	



presentan en azul clarito sobre fondo blanco

- Eliminar los elementos de marcado presentacional, reemplazando el uso de estos elementos por técnicas de CSS equivalentes. Es decir, como norma general, recurrir al uso de hojas de estilo para controlar el aspecto visual del sitio
- Etiquetar correctamente los elementos de los formularios con títulos descriptivos
- Proporcionar un título a las tablas de maquetación utilizadas y asociar los encabezados con las correspondientes celdas de la tabla
- Debe permitirse la navegación a través del teclado por submenús y por todos los elementos de las diferentes páginas
- Evitar el cambio continuo en la estructura y organización de las páginas, con nuevos menús, bloques, etc.
- Utilizar "migas de pan" para facilitar la navegación al usuario
- Revisar los enlaces rotos y sustituirlos por un destino adecuado o bien eliminarlos

### ACC.D2 Mejora de la accesibilidad de la APP Málaga Turismo

<b>Responsable</b>	Área de Innovación
<b>Secundario</b>	Área de Turismo
<b>Prioridad</b>	Media

Será necesario subsanar los errores detectados en el informe presentado como anexo.

De forma general, deben llevarse a cabo las siguientes actuaciones correctivas:

- Describir adecuadamente las imágenes que aparecen en la aplicación. No



sirve una descripción que no aporte información, como el nombre del fichero, que se utiliza la mayor parte de las veces

- Los iconos deben contar siempre con una descripción adecuada a la acción que ejecutan
- Determinar correctamente la utilización del idioma de forma que los elementos se lean en el idioma seleccionado en la configuración y con la entonación en ese mismo idioma
- Identificar correctamente los títulos de cada pantalla y en el idioma correspondiente
- Identificar correctamente los enlaces, con texto legible y de forma que se alerte de los enlaces que van a abrirse en una nueva pantalla
- Evitar fondos de imágenes opacos que dificultan la lectura de la información textual que aparece sobre ellos
- Se debe aumentar el tamaño del texto de la aplicación, cuando se produce un aumento de tamaño en el texto del sistema operativo
- Revisar los formularios, para que contengan un botón de envío accesible y avisar explícitamente del resultado de las búsquedas realizadas a través de los mismos
- Debe ser posible acceder a todos los elementos a través del lector de pantalla
- Debe ser posible poder salir de una pantalla de la aplicación mediante algún enlace destinado a tal efecto
- Eliminar los enlaces que llevan a pantallas sin contenido



## 5. Conclusiones diagnóstico del destino

A continuación, se resumen las principales conclusiones del diagnóstico realizado por ejes. El objetivo es dar una visión general de la posición del destino en cada uno de estos ámbitos para, a partir de ahí, priorizar las acciones necesarias para la conversión en Destino Turístico Inteligente (DTI) alineando la estrategia de actuación con la estrategia actual del destino o modificándola en caso que se estime oportuno.

### 5.1 Conclusiones del eje de Gobernanza.

Málaga es una ciudad con vocación turística que lleva apostando desde hace más de 20 años por el turismo como actividad económica estratégica y en la que se ha llevado a cabo un desarrollo turístico estudiado y planificado. Existe clara orientación turística del conjunto de sus políticas y el destino ha sabido además combinar en un modelo de desarrollo urbano que vela conjuntamente por la calidad de vida de sus ciudadanos y la calidad de la experiencia turística. Ahora se incluye la apuesta por la transformación del destino en Destino Turístico Inteligente (DTI).

A lo largo de este informe se ha realizado un análisis donde se ha podido constatar que el destino supera de manera sobresaliente los requisitos establecidos en la metodología de Destino Turístico Inteligente en el eje de gobernanza.

En lo que se refiere a la **visión estratégica e implementación**, Málaga destaca por el proceso de planificación en cascada que ha desarrollado en los últimos años, concretando, a partir del modelo de desarrollo de ciudad, el desarrollo turístico y estableciendo, en base a éste, el marketing necesario para alcanzar determinados objetivos. Dado que el horizonte temporal de todos estos planes era el año 2020, a lo largo del primer año de ejecución del plan DTI, **deberá priorizarse la planificación estratégica que deberá marcar la hoja de ruta de la próxima década**, tanto en términos de ciudad como en términos de la visión de destino turístico a la que aspira a convertirse Málaga. Se deberá seguir trabajando como se ha hecho hasta ahora por **diversificar la oferta en base a productos de valor estratégico** y seguir **impulsando la imagen de marca** que se quiere transmitir.

En el ámbito de la **eficiencia en la gestión** los retos a los que se debe enfrentar el destino de Málaga son la mejora de la coordinación entre áreas, el impulso a acciones en formación que aseguren la capacitación de todo el personal para las nuevas necesidades y servicios surgidos del DTI. Otro de los retos pasa por aumentar la participación de toda la sociedad en el proyecto del consistorio.



En relación a la **gestión transparente, abierta y participativa**, ámbito con el mayor grado de cumplimiento, el destino destaca la implicación del sector privado y la colaboración existente con el sector público. La estrategia de participación y el desarrollo de procesos participativos también se encuentran muy trabajados, siendo el reto para los próximos años incorporar a la ciudadanía en la creación de la estrategia turística, facilitando y haciendo efectiva la toma de decisiones compartidas y la consulta a la sociedad civil.

Trasladar las nuevas estrategias y los procedimientos, así como los beneficios para la organización y sus trabajadores es una línea en la que se está trabajando, siendo el reto que se fije como prioridad reforzar la comunicación tanto en el plano interno como externo como también hacerlo a la sociedad, incluyendo a los visitantes.

En cuanto a la **gestión responsable y controlada**, el destino es conocedor de la importancia del conocimiento para la toma de decisiones en materia turística y cuenta con un Observatorio Turístico, una potente **herramienta de conocimiento que todavía puede optimizarse**, fundamentalmente en lo que se refiere a la explotación de la información de valor, pero que en todo caso permite conocer la coyuntura turística del destino, el impacto de algunos eventos determinados y la realización de encuestas clave para conocer determinados mejor al turista.

Se realiza un seguimiento adecuado en términos de investigación, análisis y seguimiento de las acciones de planes y programas estratégicos en marcha. Finalmente, en clave de seguridad, destaca la excelente gestión de eventos turísticos y coordinación con efectivos de seguridad y operativos especiales de control.



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR.



### 5.2 Conclusiones del eje de Innovación

Málaga mantiene desde hace años una firma apuesta por la innovación que ha sido palanca fundamental para su desarrollo como ciudad y como destino turístico. Los gestores de la ciudad apostaron por la transformación de Málaga en una Smart City dotándola de los órganos municipales, las herramientas y el capital humano necesarios para lograr ese objetivo. La gestión de la innovación en el destino se realiza fundamentalmente desde el Área de Innovación y Digitalización Urbana, aunque la empresa municipal PROMÁLAGA desempeña un papel fundamental, sobre todo en el apoyo a emprendedores.

En su desarrollo Smart, Málaga ha promovido foros de innovación y tecnología y ha participado en multitud de proyectos que la Unión Europea ha desarrollado en este ámbito, beneficiándose así de implantaciones tempranas de tecnologías y de la financiación asociada a este tipo de proyectos.

El destino cuenta con las herramientas de planificación adecuadas para la gestión de la innovación, estando aún vigente el *Plan Estratégico de Innovación Tecnológica 2018-2022 Málaga Smart*. El Plan está adecuadamente diseñado y cuenta con un Plan de Gestión en cuya implantación se ha detectado margen de mejora.

Por lo que respecta al ámbito de la innovación en los productos y servicios el destino hace un esfuerzo importante en poner el valor todos los recursos con los que cuenta haciendo uso de las herramientas tecnológicas adecuadas. De esta forma, consigue posicionarse como uno de los principales destinos de ciudad de España a pesar de ser la capital de Costa del Sol. Esto tiene como principal consecuencia una muy baja estacionalidad. Esto tiene especial mérito si se tiene en cuenta que en 1988, año de la separación administrativa de Torremolinos, Málaga era irrelevante desde el punto de vista turístico.

El ámbito de la innovación en comercialización y marketing, es el que presenta el mayor margen de mejora, al carecer el destino de herramientas de comercialización y de una estructuración de la oferta en forma de experiencias turísticas.

En el ámbito de la innovación en conocimiento y cooperación, el destino desarrolla una importante actividad de formación y apoyo al emprendimiento siendo especialmente reseñable como buena práctica en este ámbito la Red Municipal de Incubadoras.



Fuente: elaboración propia por SEGITTUR

### 5.3 Conclusiones del eje de Tecnología

Málaga hace buen uso de la multitud de herramientas tecnológicas que tiene a su disposición y a través de entes como el CMI, lleva a cabo las labores necesarias para su mantenimiento y actualización.

Fruto de su continuado esfuerzo en el desarrollo Smart de la ciudad, Málaga cuenta con las implementaciones tecnológicas comunes en otras Smart Cities. Así se refleja en el análisis por ámbitos, donde el ámbito *Tecnologías aplicadas a la gestión* y el ámbito *Infraestructuras tecnológicas del destino* son los que arrojan un mayor nivel de cumplimiento. Por otro lado, los ámbitos *Tecnologías aplicadas al Marketing Turístico* y el ámbito *Sistema de conocimiento Turístico* son los que presenta mayor margen de mejora. Dicho esto, señalar que en general las recomendaciones realizadas en este corresponden a la necesidad de realizar ajustes en las herramientas tecnológicas ya desplegadas, no habiendo necesidad de realizar nuevas implantaciones.

En su desarrollo como Smart City, Málaga ha sido protagonista de multitud de proyectos piloto en los que se han probado diversas soluciones tecnológicas que se han concretado en implantaciones posteriormente. Esto refleja que los gestores de la ciudad han sabido aprovechar los aprendizajes necesarios para los que se diseñan este tipo de proyectos.

Esto se percibe claramente en la participación de Málaga en proyecto *Smart Costa del Sol*, de Red.es, donde el destino se beneficia de las componentes que complementan



más adecuadamente las herramientas tecnológicas ya implantadas. El proyecto está actualmente en fase de desarrollo, por lo que si este informe se hubiera realizado una vez finalizado su despliegue, el nivel de cumplimiento en este eje sería aún mayor.



*Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR*

### 5.4 Conclusiones del eje de Sostenibilidad

Un destino turístico inteligente (DTI) y, por tanto, sostenible debe asegurar la existencia de unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos, respetando siempre la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. La Sostenibilidad turística del destino es fundamental para la adaptación del este al cambio de modelo.

En este sentido, 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 Ayuntamiento de Málaga en los últimos años ha llevado a cabo muchas acciones en el ámbito de la sostenibilidad ambiental, como resultado de su compromiso con el medio ambiente. Se ha tratado y conseguido posicionar a Málaga como ciudad que liga los conceptos de sostenibilidad y turismo, aunque nunca se puede descuidar el hacer ajustes continuos para seguir en la misma línea.

Estas actuaciones de protección ambiental tienen una notable incidencia sobre el municipio y suponen mejoras en el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos, mitigan los efectos del cambio climático, promueven la eficiencia en el uso de recursos, así como el avance en la gestión de residuos.



Igualmente, la estrategia en materia de movilidad está marcada por la sostenibilidad y la intermodalidad en el transporte, que presenta importantes beneficios económicos, medioambientales y de salud. Además, muchos son los proyectos que se han puesto en marcha en materia de energía.



*Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR*

La Sostenibilidad ya no es solo una opción o un atributo, sino una apuesta irrenunciable para guiar el desarrollo turístico en los destinos, hoy en día competitividad y Sostenibilidad se han convertido en un binomio indisoluble en cualquier política turística seria y en ese sentido Málaga es un claro referente a nivel nacional y europeo.

### 5.5 Conclusiones del eje de Accesibilidad

Tras la evaluación realizada analizando la documentación y la información recibida por el ente gestor del destino, se ha podido constatar que el municipio de Málaga ha realizado hasta la fecha un trabajo importante de mejora de la accesibilidad, si bien con algunos aspectos que mejorar o corregir.

La valoración se ha enriquecido de la información obtenida a través del trabajo de campo *in situ*.

En cuanto a los cuatro ámbitos de evaluación del eje, destaca positivamente sobre todo el ámbito C, de la Implantación de la accesibilidad. El ámbito que tiene más recorrido por abordar es el de la Accesibilidad de las herramientas tecnológicas.



*Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR.*

A continuación, se destacan las principales conclusiones del análisis.

El destino no cuenta aún con una estrategia de turismo accesible. La promoción del **turismo accesible es casi ausente del Plan Estratégico del Turismo de Málaga**, aunque hace años que la ciudad trabaja en la mejora de la accesibilidad de su entorno urbano, transporte y servicios.

Será necesario **estructurar en un plan conjunto de las acciones a desarrollar**, a modo de hoja de ruta para el sector turístico. Además, en la planificación se deberán establecer recursos técnicos, humanos y económicos a destinar para el desarrollo de las acciones y unos instrumentos de seguimiento periódico de las mismas, en ámbito turístico.

Es incuestionable que el esfuerzo que se está realizando es importante y de esto dejan evidencia varios de los logros que han contribuido a que la ciudad fuera galardonada en varias ocasiones por su accesibilidad.

Las **playas**, sin duda, son una de sus fortalezas en cuanto a la accesibilidad. Gracias a la información existente y tras la visita, ha sido posible constatar el trabajo que se ha venido haciendo para que esto fuera posible. Además, es el único recurso turístico del que es más fácil encontrar información, en cuanto a sus condiciones de accesibilidad.

No se puede decir lo mismo para el resto de la oferta turística, de la que es difícil encontrar información sobre sus condiciones de accesibilidad, a través de los canales de promoción turística del destino, como su página web de turismo. Esto no quiere decir que el resto de la oferta no sea accesible; simplemente, pone de manifiesto la



importancia de informar, de forma clara, objetiva y veraz, sobre cuáles son las condiciones de accesibilidad del entorno urbano de la ciudad, de sus museos, de los hoteles y restaurantes, del transporte, de sus instalaciones feriales y eventos, culturales, deportivos o de otro tipo. En definitiva, de su oferta turística. Información imprescindible para las personas no residentes y con alguna necesidad de accesibilidad, que planificar un viaje necesitan contar con la seguridad de conocer las características de la oferta de la ciudad.

Como parte de la planificación turística, se deberá estructurar un **plan formativo** dirigido tanto al personal del ente gestor como a los profesionales del sector turístico, en materia de accesibilidad, inclusión y necesidades de las personas, indispensable para responder correctamente a las necesidades de turistas con discapacidad o con otras necesidades de accesibilidad.

Por otro lado, el destino ya dispone de algunos proyectos definidos para cumplir los objetivos establecidos en materia de accesibilidad, de los que, sin embargo, no se ha recibido una información clara o completa, que permita realizar una valoración.

El ejemplo más claro es la existencia de un **Área de Accesibilidad**, que debería constituir el principal impulso para el desarrollo de las acciones de mejora de la accesibilidad, también en ámbito turístico.

Asimismo, la actualización del Plan de Accesibilidad y de la Ordenanza reguladora de Accesibilidad, complementarían la planificación de las acciones a desarrollar, junto con la dotación de medios técnicos y económicos para la gestión de la accesibilidad en ámbito turístico.

El trabajo del Área de Accesibilidad deberá extender la gestión de la accesibilidad de forma transversal en todas las áreas que intervienen en la creación y en la promoción de la oferta turística, tanto en el público como en el sector privado.

Esta es la apuesta más importante: englobar la accesibilidad en todos los aspectos que tienen relación con el turista, en todas las fases del viaje. En definitiva, en toda la cadena de valor del turismo.

Para hacerlo, son necesarias las herramientas de planificación adecuadas, que permitan lograr una perspectiva integral y una visión transversal y que permitan medir el cumplimiento de las acciones mediante protocolos de seguimiento.



## Destinos Turísticos Inteligentes

Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Málaga

---

Además del Área de Accesibilidad, sería recomendable que haya también, dentro del Área de Turismo, una persona responsable de la accesibilidad en ámbito turístico.

Para una correcta planificación de las acciones, se deberá realizar un diagnóstico del estado de la accesibilidad en el destino y especialmente en relación con su oferta turística, actualizando e integrando la información ya existente.

Sucesivamente, y una vez propuestas las acciones correctivas identificadas en el diagnóstico, se deberá consolidar la actividad promocional de la oferta accesible de Málaga, a través de los diferentes canales de información y promoción.



## 6. Plan de acción

Con el objetivo de alinear el destino con los requerimientos de la metodología DTI, se proponen las siguientes recomendaciones por eje. El objetivo es que constituyan el plan de acción a ejecutar en los próximos años para conseguir la distinción Destino Turístico Inteligente.

El siguiente paso a realizar por el destino es la estimación de plazos e inversión para cada una de estas acciones. Para ello, se incluye una tabla por eje que se entregará en formato MS Excel. En base a este documento, SEGITTUR hará el seguimiento anual de la ejecución del plan.

RECOMENDACIONES DEL EJE DE GOBERNANZA	
GOB.A1	Incremento del presupuesto destinado a turismo
GOB.A2	Líneas de apoyo al empresariado turístico
GOB.A3	Actualización de los instrumentos normativos, ordenanzas
GOB.A4	Regulación de las viviendas de uso turístico
GOB.A5	Creación de un Plan Operativo o Planes de Acción anual encadenado al nuevo plan estratégico de turismo
GOB.A6	Elaboración de un nuevo plan de marketing
GOB.A7	Creación del plan director DTI mediante la imbricación con los planes estratégicos existentes
GOB.A8	Monitorización de las acciones contempladas en los documentos estratégicos
GOB.A9	Manual de imagen de marca
GOB.A10	Coordinación de Eventos
GOB.A11	Planificación de acciones para mejorar la estructuración de los productos turísticos
GOB.B1	Sistema de gestión del destino turístico inteligente



RECOMENDACIONES DEL EJE DE GOBERNANZA	
GOB.B2	Creación del comité/unidad/responsable DTI
GOB.B3	Creación de una Smart Office del Destino Turístico Inteligente
GOB.B4	Herramientas de mejora de la coordinación interdepartamental
GOB.B5	Planes de formación adaptados a las necesidades del DTI
GOB.C1	Redacción del Plan de comunicación del destino teniendo en cuenta los ejes DTI
GOB.C2	Impulso a la participación ciudadana en estrategia turística
GOB.C3	Impulso a programas de sensibilización sobre la importancia del turismo para la ciudadanía
GOB.D1	Establecimiento de sistemas de medición de los objetivos planteados en el plan estratégico de turismo
GOB.D2	Elaboración de un mapa con nuevas fuentes y necesidades de información
GOB.D3	Desarrollo de un CRM
GOB.D4	Actualización periódica de indicadores relevantes de turismo y de los informes elaborados por el Observatorio de Turismo

RECOMENDACIONES DEL EJE DE INNOVACIÓN	
INN.A1.	Evaluación y optimización de la innovación en procesos y servicios que se realizan desde el Ayuntamiento
INN.A2.	Aumento de presupuesto dedicado a temática de innovación (para acercarse al Objetivo Europa 3%)
INN.A3.	Optimización del proceso de análisis de problemas y selección de ideas innovadoras
INN.A4.	Orientación del plan de innovación hacia la innovación turística
INN.A5.	Establecimiento de un mecanismo para mejorar el seguimiento de VT/IC e



RECOMENDACIONES DEL EJE DE INNOVACIÓN	
	involucrar a la ciudadanía para generar nuevas ideas en destino
<b>INN.A6.</b>	Crear un programa/plan para ayudar a incorporar a las empresas la innovación en procesos y su gestión
<b>INN.B1.</b>	Desarrollo de nuevos productos turísticos
<b>INN.B2.</b>	Mejoras en los microsites de producto Málaga Pass y Málaga Cruise Shops
<b>INN.C1.</b>	Impulso de nuevas formas de comercialización y marketing
<b>INN.D1.</b>	Elaboración de un plan formativo en innovación dirigido al sector turístico

RECOMENDACIONES DEL EJE DE TECNOLOGÍA	
<b>TEC.A1</b>	Desarrollo APP Repositorio Aplicaciones
<b>TEC.A2</b>	Implantación de certificados HTTPS en páginas web municipales
<b>TEC.B1</b>	Mejoras en el Portal de Turismo
<b>TEC.B2</b>	Gestión de contenidos de la aplicación Turismo Málaga
<b>TEC.B3</b>	Resolución errores de la aplicación Audioguía Málaga
<b>TEC. B4</b>	Plataforma de comercialización online
<b>TEC B5</b>	Aprovechamiento del despliegue de beacons previsto en el Smart Costa del Sol
<b>TEC.C1</b>	Testeo de la utilización de pasos de peatones inteligentes
<b>TEC.C2</b>	Impulso a la infraestructura de recarga de vehículos eléctricos
<b>TEC.C3</b>	Incorporación de wereables para niños en playas



<b>RECOMENDACIONES DEL EJE DE TECNOLOGÍA</b>	
<b>TEC.D1</b>	Dotación de herramientas de gestión estadística al destino
<b>TEC.D2</b>	Realización de estudios de escucha activa
<b>TEC.D3</b>	Dotación de herramientas de Business Intelligence
<b>TEC.D4</b>	Creación de una plataforma de Sistema de Inteligencia Turística
<b>TEC.D5</b>	Big Data Turístico

<b>RECOMENDACIONES DEL EJE DE SOSTENIBILIDAD</b>	
<b>SOS.A1</b>	Estudio de impacto ambiental por turismo
<b>SOS.A2</b>	Plan de gestión de visitantes
<b>SOS.A3</b>	Acciones que impliquen al turista en la sostenibilidad del destino
<b>SOS.A4</b>	Medidas que eviten turistificación. Integración turismo / vida social
<b>SOS.C1</b>	Medidas que eviten malos olores en la ciudad
<b>SOS.C2</b>	Acciones que favorezcan envases retornables en el sector privado
<b>SOS.C3</b>	Mapas de calidad del aire
<b>SOS.D1</b>	Evaluación de la satisfacción del residente
<b>SOS.D2</b>	Plan de crisis



RECOMENDACIONES DEL EJE DE ACCESIBILIDAD	
ACC.A1	Actualización de la ordenanza de accesibilidad
ACC.A2	Fomentar la creación de una herramienta de supervisión de cumplimiento de la normativa de accesibilidad
ACC.A3	Acciones formativas en accesibilidad para técnicos municipales
ACC.B1	Plan de Turismo Accesible
ACC.B2	Seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo para la mejora de la accesibilidad
ACC.B3	Diagnóstico de accesibilidad de la cadena de valor del turismo
ACC.B4	Promoción e información sobre accesibilidad para el turista
ACC.B5	Formación y sensibilización del sector turístico
ACC.C1	Implementación de mejoras en las vías y espacios públicos
ACC.C2	Difusión de la información sobre la accesibilidad de instalaciones y eventos deportivos y culturales
ACC.C3	Mejoras de la accesibilidad en fiestas populares y otro tipo de eventos
ACC.D1	Mejora de la accesibilidad web de la página web de Málaga Turismo
ACC.D2	Mejora de la accesibilidad de la APP Málaga Turismo



# Bibliografía y web grafía



## Bibliografía y web grafía

### Bibliografía

- Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, Naciones Unidas. Año 2017.
- Agenda 21 Málaga 2015: Agenda urbana en la estrategia de sostenibilidad integrada 2020 — 2050. Ayuntamiento de Málaga. Año 2015.
- Agenda urbana Málaga: indicadores de sostenibilidad 2019. Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Aproximación a las intensidades del uso turístico en Málaga: Proyecto Alter Eco de Turismo Sostenible. Ayuntamiento de Málaga. Año 2018.
- Bases reguladoras de las ayudas a PYMES contempladas en el proyecto de iniciativa urbana de Málaga
- Bases y convocatoria específica de subvenciones del Área de Accesibilidad para el uso del taxi adaptado a personas con movilidad reducida, año 2019
- Boletín informativo mensual
- Carta de Atenas de 1931.
- Carta de Cracovia (Conferencia Internacional sobre Conservación, 2000). Principios para la conservación y restauración del patrimonio construido.
- Carta de Nara sobre la noción de autenticidad en la conservación del patrimonio cultural (UNESCO, 1994).
- Carta de Venecia (ICOMOS, 1964).
- Carta internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999).
- Carta Mundial del Turismo Sostenible (1995)
- Código de Buen Gobierno FEMP. Federación Española de Municipios y Provincias. Año 2015.
- Código de Conducta y Principios Éticos del Ayuntamiento de Málaga. Ayuntamiento de Málaga.
- Código Ético Mundial para el Turismo Responsable. Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo. Año 1999.
- Cohesión Social y Desarrollo Económico. Agenda 21 Málaga 2015. Ayuntamiento de Málaga. Año 2015.
- Concienciación sobre la generación de los residuos en la hostelería y comercios. Ayuntamiento de Málaga.



- Consejos para el viajero responsable. Organización Mundial del Turismo. Año 2017.
- Contrato del Certificado de Calidad Ambiental municipal. Ayuntamiento de Málaga. Año 2020.
- Convención de la Haya de 1954.
- Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (UNESCO, 1972).
- Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO, 2003).
- Convenio Europeo del Paisaje (Consejo de Europa, 2000).
- Convocatoria de ayudas para el desarrollo del Plan Nacional de Territorios Inteligentes de la Agenda Digital para España: Formulario descriptivo de la iniciativa.
- Declaración de Kinshasa sobre el tráfico ilícito de bienes culturales (UNESCO, 1996).
- Derechos y deberes de las personas usuarias del servicio municipal de información turística.
- Directorio de ONGD y Asociaciones de Cooperación Internacional para el Desarrollo con domicilio en Málaga. Asociación Así es Colombia (ASIC). Año 2018.
- Documento EMT "Viajando junto a ti"
- Documento normativo del certificado de calidad ambiental municipal. Área de Medio Ambiente y Sostenibilidad del Ayuntamiento de Málaga.
- Estatutos sociales de la sociedad mercantil local Turismo y Planificación Costa del Sol, S.L.
- El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible. Turismo responsable, un compromiso de todos. Organización Mundial de Turismo. Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Año 2016.
- Estrategia Málaga 2020: Prioridades para un trabajo conjunto. Fundación CIEDES. Año 2017.
- Estrategia Urbana Integrada Sostenible Perchel-Lagunillas. Servicio de Programas Europeos. Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU). Ayuntamiento de Málaga. Año 2015.
- Estrategias de turismo sostenible para el desarrollo local. CIFAL Málaga-UNITAR. Año 2020.
- Estudio de Impacto sobre la feria de Málaga. Año 2014



- Estudio de la oferta y la demanda de Museos en la ciudad. “Málaga capital de museos”.
- Estudio sobre la interacción del público malagueño y los espacios museísticos y expositivos de la ciudad. Fundación CIEDES.
- Evaluación del II Plan Estratégico de Málaga 2007 - 2014 y propuesta marco para una Estrategia Integrada de Desarrollo Sostenible Málaga 2020. Fundación CIEDES (Centro de Investigaciones Estratégicas y de Desarrollo Económico y Social). Año 2015.
- Folleto informativo de participación ciudadana: “Siéntete parte de Málaga ¡Participa!”. Ayuntamiento de Málaga.
- Folleto turístico “Málaga en 8 horas”. Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Folleto turístico “Patrimonio Industrial e Innovación”. Ayuntamiento de Málaga.
- Folleto turístico “Rutas alternativas turísticas de Málaga”. Ayuntamiento de Málaga.
- Gestión de los Recursos Naturales. Agenda 21 Málaga 2015. Ayuntamiento de Málaga. Año 2015.
- Gobernanza costera integrada para el turismo sostenible. Federación Andaluza de Municipios y Provincias.
- Guía de Buenas Prácticas Ambientales. Centro Asesor Ambiental. Ayuntamiento de Málaga.
- Guía de Intervención en fachadas de locales comerciales: Entorno PEPRI CENTRO. Gerencia Municipal de Urbanismo, Obras e Infraestructuras. Ayuntamiento de Málaga. Año 2018.
- Guía para el tratamiento del paisaje en la planificación urbanística. Manual de buenas prácticas. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Junta de Andalucía. Año 2018.
- I Plan municipal Málaga Ciudad Saludable (2016-2020). Ayuntamiento de Málaga.
- II Plan Estratégico de Málaga. Málaga innovadora: Propuesta para medir la Ciudad Inteligente. Fundación CIEDES. Año 2018.
- Impacto Económico y sobre el Empleo de la actividad turística en Navidad en Málaga. Año 2019
- Impacto económico y turístico de la feria de Málaga 2014
- Impacto económico y turístico de la Semana Santa en Málaga 2014



- Informe “Málaga, Ciudad Sostenible”. Ayuntamiento de Málaga.
- Informe Anual de Seguimiento y Evaluación de la Gestión del Plan Estratégico de Subvenciones 2018. Ayuntamiento de Málaga. Año 2018.
- Informe de la Tasa Turística. Acción MK. Año 2018.
- Informe de Progreso 2018. Plan de Acción ODS Málaga. Fundación CIEDES (Centro de Investigaciones Estratégicas y de Desarrollo Económico y Social). Año 2018.
- Informe encuestas realizadas del 4 de enero al 22 de abril de 2019. Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Informe Libro Blanco de los destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. SEGITTUR. Madrid. Año 2015.
- Informe medición de la satisfacción de los usuarios de las playas de Málaga. Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- La rehabilitación, la regeneración y la renovación urbanas: experiencias recientes en la ciudad de Málaga. Federación Andaluza de Municipios y Provincias. Año 2014.
- Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas.
- Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
- Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental.
- Ley 23/2011, de 29 julio. Ley de Depósito legal.
- Ley 39/2006, de 14 de diciembre, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las personas en situación de dependencia.
- Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía
- Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.
- Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, modificada por la Ley 33/2015, de 21 de septiembre.
- Ley 43/2003 de Montes, de 21 de noviembre, modificada por la Ley 21/2015, de 20 de julio.
- Libro Blanco de los destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. SEGITTUR. Madrid. Año 2015.
- Listado de empresas de Málaga distinguidas con el Compromiso de Calidad Turística. Secretaría de Estado de Turismo.



- Málaga innovadora: Propuesta para medir la Ciudad Inteligente. II Plan Estratégico de Málaga. Año 2018.
- Málaga Smart: Plan Estratégico de Innovación Tecnológica (2018-2022). Ayuntamiento de Málaga.
- Manifiesto Europeo Turismo Náutico Sostenible. Fédération Européenne de Destinations Touristiques Nautiques. Año 2012.
- Manual de desarrollo de productos turísticos. Organización Mundial de Turismo (2012)
- Manual de usos de la identidad visual corporativa del Ayuntamiento de Málaga. Año 2014
- Medidas municipales ante la crisis del coronavirus. Ayuntamiento de Málaga. Año 2020.
- Memorándum de Arona-Conferencia Internacional “Sostenibilidad y Competitividad en los Destinos Turísticos”. Organización Mundial de Turismo. Año 2017.
- Memoria de actividades del Consejo Social de la ciudad de Málaga. Año 2018
- Modelos de gestión e innovación en turismo. Universidad Nebrija. 2019.
- Modelos de gestión turística local. Federación Española de Municipios y Provincias (2008)
- Módulo de sensibilización ambiental para el sector turístico. Red de Autoridades Ambientales.
- Operaciones Edusi 2019. Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Orden CUL/1014/2007, de 30 de marzo, por la que se constituye la Comisión Española sobre la digitalización y la accesibilidad en línea del material cultural y la conservación digital.
- Ordenanza de Feria de Málaga. Año 2018
- Ordenanza de movilidad de la ciudad de Málaga
- Ordenanza de uso y disfrute de las playas del término municipal de Málaga. Año 2004
- Ordenanza frente a la Contaminación por Residuos Sólidos. Ayuntamiento de Málaga.
- Ordenanza general de obras y servicios en la vía pública, Publicada en BOP de 22 de julio de 2002
- Ordenanza municipal de urbanización



- Ordenanza municipal del servicio de taxi. Año 2012
- Ordenanza municipal reguladora del servicio de transporte de viajeros en coche de caballos
- Ordenanza para la garantía de la convivencia ciudadana y la protección del espacio urbano en la ciudad de Málaga. año 2013
- Ordenanza para la limpieza de espacios públicos y gestión integral de los residuos sólidos urbanos. Ayuntamiento de Málaga.
- Ordenanza reguladora de Accesibilidad del Municipio de Málaga. Boletín Oficial de la Provincia de Málaga, 20 de febrero de 2004, nº 35
- Ordenanza Reguladora de la ocupación de la vía pública. Año 2018
- Ordenanza Reguladora de la Tramitación de Licencias Urbanísticas
- Ordenanza Reguladora de la venta ambulante.
- Ordenanza Reguladora de Movilidad de la ciudad de Málaga
- Ordenanza reguladora de quioscos y otras instalaciones similares en la vía pública
- Ordenanza reguladora del procedimiento de ejercicio de actividades mediante declaración responsable, comunicación previa y licencia de apertura de establecimientos
- Plan Anual de Inversiones municipales. Ayuntamiento de Málaga. Año 2020
- Plan cuatrienal de Inversiones municipales. Ayuntamiento de Málaga Año 2020
- Plan de Accesibilidad Universal en el Municipio de Málaga (2010)
- Plan de Acción 2019. Turismo y Planificación Costa del Sol. Año 2019.
- Plan de Acción de las actividades de promoción turística. Año 2020
- Plan de acción ODS Málaga. Informe de progreso 2018. Localizando la Agenda 230 en Málaga
- Plan de Emergencia Municipal. Ayuntamiento de Málaga. Servicio de Protección Civil.
- Plan director de Marketing y Desarrollo Turístico
- Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible (PEMUS) de Málaga. Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible de Málaga (PEMUS)



- Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible de Málaga. Ayuntamiento de Málaga.
- Plan estratégico de la ciudad de Málaga. Fundación CIEDES. Año 2020
- Plan estratégico de subvenciones del Ayuntamiento de Málaga. Año 2020
- Plan Estratégico del Turismo de Málaga 2016-2020. Ayuntamiento de Málaga.
- Plan General de Ordenación Urbanística de Málaga
- Pliegos de prescripciones técnicas que ha de regir la contratación para el servicio de Información turística de la ciudad de Málaga. Año 2017
- Política de Calidad del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad. Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Programa Operativo 2019-2021 del plan estratégico de Málaga. Estrategia Málaga 2020-2030
- Propuesta de actuación por distritos. Agenda 21 Málaga 2015. Ayuntamiento de Málaga. Año 2015.
- Propuesta de aprobación del Plan Estratégico de Subvenciones del Ayuntamiento de Málaga para 2020. Ayuntamiento de Málaga. Año 2020.
- Propuesta de impulso a la Estrategia Málaga 2020. Fundación CIEDES. Año 2016.
- Proyecto de presupuesto de 2020. Ayuntamiento de Málaga
- Real Decreto 111/1986, de 10 de enero, de desarrollo parcial de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.
- Real Decreto 697/2007, de 1 de junio, por el que se crea el Centro Documental de la Memoria Histórica.
- Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular (UNESCO, 1989).
- Reglamento de participación ciudadana. Año 2016. Boletín oficial de la Provincia de Málaga
- Reglamento del Sistema Municipal de Archivos del excelentísimo Ayuntamiento de Málaga. Boletín oficial de la Provincia de Málaga. Año 2018.
- Reglamento Orgánico del Consejo Social de la Ciudad
- Resolución Estructura Municipal de 2019. Ayuntamiento de Málaga. Año 2019.
- Rumbo a 2030: por un turismo más inteligente, competitivo y responsable. Organización Mundial de Turismo. Año 2018.
- Sistema de Gestión Integral del Ayuntamiento de Málaga (2016-2019). Dirección General de Recursos Humanos y Calidad.



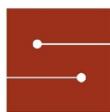
- Territorio y Configuración de la Ciudad. Agenda 21 Málaga 2015. Ayuntamiento de Málaga. Año 2015.
- The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Criteria. Año 2013.
- UrbanTur 2016: Un instrumento para el fomento de la competitividad turística de las ciudades españolas. Exceltur. Año 2017.
- 2019. Video Tutoriales de Datos Abiertos. David Bueno Vallejo. Año 2019  
<http://bitly.com/VideosDatosAbiertos>

### Webgrafía principal:

- [Accesibilidad espacios públicos urbanizados](#)
- [Accesibilidad espacios públicos urbanizados](#)
- [Acuerdo de París de 2016 sobre lucha contra el Cambio Climático](#)
- [Administrador de Infraestructuras Ferroviarias \(ADIF\)](#)
- [Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible](#)
- [Agenda 21](#)
- [Bandera Azul](#)
- [Bandera Q](#)
- [Bandera Qualitur](#)
- [Bandera verde](#)
- [Centro Municipal de Informática](#)
- [Centro Municipal de Formación](#)
- [Consejo Social Ciudad de Málaga](#)
- [Digital Málaga:](#)
- [Ecologistas en Acción](#)
- [Economía Productiva Ayto. Málaga](#)
- [Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe. Final Report Summary](#)
- [Empresa Municipal de Transportes\)](#)
- [Estación Depuradora de Aguas Residuales](#)
- [Estrategia Española de Economía circular 2030](#)
- [Fundación CIEDES](#)
- [Google Analytics for Mobile Apps](#)
- [Google Play Store](#)
- [Herramienta de marketing digital Semrush](#)
- [Indicadores Dyntra](#)
- [Información sobre la accesibilidad de un destino](#)



- Informe Libro Blanco destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro (SEGITTUR 2015)
- Instituto Nacional de Estadística
- Instituto Turismo Responsable
- M-Vial
- Málaga Contesta
- Málaga Cultura Innovadora
- Málaga Global
- Málaga Innovadora - Ecociudad
- Málaga Sin Gluten
- Málaga Smart
- Más Cerca
- Observatorio de Atención Ciudadana
- Observatorio de Accesibilidad Universal del Turismo en España
- Observatorio de Accesibilidad Web
- Observatorio Municipal para la Inclusión Social
- Observatorio de Medio Ambiente Urbano
- Open For Business
- Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía (PACE)
- PageSpeed Insights
- Plan de Energía Sostenible 2020 (PESCV2020)
- POLO DIGITAL
- Presupuestos del Ayto. Málaga
- PROMÁLAGA
- Red 4G
- Red de Destinos Inteligentes
- Red Española de Ciudades por el Clima de la FEMP
- Red Española de Ciudades Saludables
- Relaciones Institucionales Internacionales
- Servicio de Atención Integral a la Ciudadanía
- Servicio de Calidad y Modernización
- Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED)
- Soluciones informáticas
- The Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
- Turespaña
- UNESCO



**SEGITTUR**  
turismo e innovación