



Estudio Preliminar

Observatorio de Turismo Sostenible de Málaga (STO Málaga)



Solicitud del **STO Málaga** para convertirse en miembro de la
Red UNWTO INSTO
Enero 2022



Solicitud presentada por: Ayuntamiento de Málaga; Área de Turismo y Promoción de la Ciudad

Responsable del proyecto: Ayuntamiento de Málaga; rea de Turismo y Promoción de la Ciudad

Datos de contacto: Rosa Sánchez Jiménez (mrsanchez@malaga.eu); Pilar Álvarez Muñoz (mdpalvarez@malaga.eu)

Content

.....	1
1. Introducción	1
2. Paisaje de datos en Málaga	3
2.1. Antecedentes: Turismo Inteligente en Málaga	3
2.2. Información disponible actualmente	5
2.3. Málaga Destino Inteligente	8
2.4. Sistema de Datos Turísticos de Málaga (SID)	9
3. Desarrollo Sostenible en Málaga	11
3.1. Antecedentes: Esfuerzos de Sostenibilidad en Málaga	11
3.2. Agenda Urbana de Málaga.....	13
3.3. Plan de Acción por el Clima de Málaga	14
3.4. Plan de Desarrollo Turístico de Málaga 2021-2024	15
4. Principales retos de sostenibilidad y necesidades de datos	21
5. Objetivos del Observatorio de Turismo Sostenible (STO) Málaga	25
5.1. Visión del STO Málaga.....	25
5.2. Misión del STO Málaga	25
5.3. Objetivos del STO Málaga.....	25
5.4. Beneficiarios del STO Málaga:	26
6. Gobernanza del Observatorio	27
6.1. Estructura Propuesta del Observatorio	27
6.2. Actores relevantes para el Observatorio.....	29
6.3. Financiamiento y Operaciones del Observatorio	30
7. Hoja de ruta: Fases de desarrollo planificadas	31
7.1. Actividades a corto plazo (2022).....	31
7.2. Actividades de mediano plazo (2023/2024)	33
7.3. Actividades a largo plazo (4 años y más)	34
8. Temas y principales indicadores del STO Málaga	35
8.1. Descripción general de las áreas temáticas (obligatorias y voluntarias)	35
8.2. Indicadores detallados por área temática	36
ANEXO	45
A. MÁLAGA: CONTEXTO y ANTECEDENTES.....	45
B. MÁLAGA: VISIÓN GENERAL DEL LADO DE LA OFERTA	53
C. PROYECTO ALTER-ECO: (PRE-COVID) ANÁLISIS DAFO DEL DESTINO	57
D. RECURSOS	60



1. Introducción

Con una población de 578.460 habitantes en 2020 y una superficie de 395 kilómetros cuadrados, Málaga es la segunda ciudad más poblada de Andalucía y la sexta más poblada de España. La ciudad de Málaga, que también da nombre a la provincia de Málaga, experimentó un rápido crecimiento económico en la segunda mitad del siglo XX gracias a la industria turística, que constituye en la actualidad uno de los pilares más importantes de su economía. En 2019, que fue el año turístico más fuerte de la historia, la ciudad recibió un total de 1,4 millones de visitantes que pernoctaron¹ (de los cuales el 62% eran extranjeros), lo que convirtió a Málaga en el cuarto destino más visitado de España con un impacto económico total de 3.000 millones de euros apoyando alrededor de 34.500 puestos de trabajo. Los cinco principales mercados turísticos extranjeros de la ciudad incluyen el Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y los Estados Unidos.

Con las cifras de turismo en rápido crecimiento durante los últimos 10 años, así como los crecientes desafíos de problemas universales como el cambio climático, hace muchos años la ciudad reconoció la necesidad de mejores, más oportunos y más confiables conocimientos sobre la dinámica del turismo que cambia rápidamente. Al poner un fuerte enfoque en su transformación digital, Málaga ha evolucionado de un punto de acceso turístico tradicional de sol y playa a un destino turístico moderno e innovador. Los principales hitos recientes en este camino incluyen la pertenencia de la ciudad a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTi) promovida por el Ministerio de Turismo de España en 2020, así como su reconocimiento como Capital Europea del Turismo Inteligente desde 2020 hasta septiembre de 2021.

Al mismo tiempo, la ciudad tiene un compromiso con el medio ambiente desde muchos años. En 1995, Málaga adoptó la primera Agenda 21 local y fue la tercera ciudad española en adherirse a la Carta Verde Digital Europea en 2010. Posteriormente, en 2015, la ciudad aprobó su nueva Agenda Urbana 2050 que presenta el actual marco

¹ Visitors in hotels and similar establishments. There were an additional 232,190 visitors counted in tourist apartments in 2019.

actividades en las áreas de reducción de residuos y agua, educación ambiental, protección de la naturaleza, energías renovables, movilidad sostenible y emprendimiento verde, entre otras.

Además, la ciudad adoptó una hoja de ruta climática clara en 2019, definiendo el objetivo de reducir sus emisiones de carbono en un 55 % antes de 2030 y lograr la neutralidad de carbono para 2050.

Con el fin de dirigir el sector turístico hacia un futuro más sostenible que esté alineado con la visión de la ciudad, la nueva estrategia de turismo para 2021-2024 incluye muchas actividades relacionadas, incluida la creación de un Observatorio de Turismo Sostenible que fortalecerá las capacidades de datos de turismo de Málaga más allá los conocimientos económicos ya disponibles y ayudará a monitorear el logro de los trece objetivos generales establecidos en la estrategia.

Debido a que este observatorio busca seguir estándares internacionales y comparte la visión de una mejor toma de decisiones basada en evidencia en el sector turístico, fortaleciendo la resiliencia y la sostenibilidad del sector, el STO Málaga aspira a unirse a la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT (INSTO). Por lo tanto, el estudio preliminar se preparó como parte de la solicitud de la ciudad para convertirse en miembro de INSTO. Las siguientes páginas presentan una descripción general de la iniciativa y brindan información sobre la estructura prevista, los pasos para el desarrollo y los plazos que se requieren para establecer y operar el Observatorio de Turismo Sostenible de Málaga (STO Málaga).

OBJETIVO: Málaga tiene como objetivo establecer el observatorio y unirse a la red INSTO para

- Mejorar y ampliar las actividades de seguimiento para garantizar una comprensión más holística del desarrollo turístico y sus impactos y ayudar a priorizar las actividades de planificación.
- Apoyar el seguimiento de la implementación y los impactos creados a través de la nueva estrategia de turismo y otras iniciativas y compromisos de la ciudad.
- Fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia y la competitividad del destino a través de información de fácil acceso que esté disponible para todos los actores interesados.
- Fomentar un enfoque de desarrollo participativo y servir como ancla para intercambios regulares, una coordinación más estrecha y una mayor colaboración en temas específicos entre todos los actores del turismo en el destino.
- Asegurar un enfoque estratégico a largo plazo para generar conocimientos y facilitar su acceso y ofrecer un lugar para el aprendizaje continuo sobre los datos turísticos para garantizar la toma de decisiones basada en evidencia.
- Fortalecer y asegurar un desarrollo más sostenible y resiliente del turismo en la ciudad en el futuro con huéspedes/una comunidad y anfitriones satisfechos.
- Conectar la ciudad con otros destinos comprometidos a la medición del turismo en todo el mundo para aprender juntos y acelerar el cambio hacia un desarrollo más sostenible en el destino.



2. Paisaje de datos en Málaga

2.1. Antecedentes: Turismo Inteligente en Málaga

Siendo el destino urbano con una de las tasas de crecimiento turístico más altas del país, es especialmente importante para Málaga controlar y gestionar mejor los flujos turísticos y ofrecer los productos y servicios más innovadores para sus visitantes. Por eso, la ciudad se ha enfocado en convertirse en una ciudad inteligente y un destino turístico inteligente durante muchos años.

La primera prueba de esta voluntad transformadora de la ciudad fue cuando el Ayuntamiento creó en 2006 un nuevo departamento específicamente dedicado a "Innovación y Nuevas Tecnologías". Fue el primer departamento de estas características en España y se considera que esta iniciativa pionera ha sentado las bases para la transformación digital de Málaga en su conjunto y, por tanto, para la transformación en un Destino Inteligente.

Desde entonces se pusieron en marcha numerosas iniciativas y se desarrollaron herramientas, incluido aplicaciones para museos y monumentos, hasta la web de Turismo de Málaga, que ofrece todo el contenido relacionado con los recursos turísticos de la ciudad, y una audioguía y App relacionada. Adicionalmente, las Redes Sociales juegan un papel fundamental al a) brindar referencia al turista durante su estadía; b) ofrecer servicios de soporte personalizado, y c) ayudar a recopilar datos sobre los perfiles y experiencias de los visitantes para mejorar la experiencia turística. Otros elementos digitales disponibles en la actualidad son los códigos QR y los beacons Bluetooth de bajo consumo, que se instalan por toda la ciudad.

Además, Málaga ha desarrollado diferentes Apps destinadas a gestionar y mejorar la experiencia tanto de turistas como de residentes. Como ejemplo, la App de transporte desarrollada por la Empresa de Transportes de Málaga (EMT), que es un referente a nivel nacional, facilitando la planificación de viajes por la ciudad. La App "Alertcops" permite a cualquier turista contactar directamente con la Policía en caso de emergencia. Además, la App "Málaga Cruise Shop" ofrece listados de comercios con horarios adaptados a los cruceristas; y la App "Playas de Málaga" ofrece horarios,

información meteorológica y otro tipo de información sobre actividades en la playa como las típicas verbenas locales denominadas “Moragas”.

Un último ejemplo es la App “Málaga Pass”, que permite a sus usuarios beneficiarse de la entrada a los principales atractivos turísticos y de ocio con acceso preferente e importantes descuentos.

Además del fuerte énfasis en las aplicaciones digitales, uno de los elementos clave de la transformación de Málaga en un Destino Inteligente es el fuerte enfoque de la ciudad en aprovechar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para desarrollar sistemas de transporte inteligentes para garantizar soluciones de movilidad inteligentes y eficientes. Como parte de estos esfuerzos, Málaga también ha trabajado en una gestión más inteligente del tráfico, con sistemas de innovación tecnológica que facilitan la observación, análisis y seguimiento de parámetros como: intensidades de tráfico, tiempos de viaje, impactos por obras o eventos en el espacio público. Por ejemplo, a través del Sistema de Detección Automática de Incidentes (DAI), un sistema de gestión de movilidad inteligente impulsado por IA, la ciudad ha fortalecido su capacidad para identificar y responder a incidentes de tráfico.

En cuanto a los aparcamientos, también se han implantado dos sistemas: el Sistema de Regulación Inteligente y el Aparcamiento Guiado. Mediante la instalación de parquímetros y la sensibilización de los estacionamientos, los espacios disponibles son más fáciles de detectar a través de la aplicación gratuita SMASSA.

También cabe destacar la App “Gecor”, una plataforma de colaboración ciudadana para denunciar incidencias en la vía pública; o “CitySense”, otro proyecto de participación colaborativa que permite al usuario intervenir activamente en la generación de OpenData sobre Málaga y sus principales puntos de interés, interactuando con los sensores instalados por el Ayuntamiento.

Por último, Málaga ha realizado un gran esfuerzo para posicionarse como ciudad inteligente emprendedora fortaleciendo su ecosistema empresarial innovador y atrayendo empresas tecnológicas y start-ups de todo el mundo. El proyecto estratégico Málaga Innov@ ha creado “una ciudad para el conocimiento y la innovación” donde existe una alta densidad de profesionales vinculados a la investigación, el conocimiento y las TIC. Dentro del ecosistema innovador de la ciudad, destacan el Málaga TechPark (PTA), la Universidad de Málaga (UMA), varios proyectos piloto de ciudad inteligente, la inversión en investigación en alta velocidad ferroviaria; la iniciativa del Valle de Málaga y una estructura de apoyo a las pymes y empresarios. El Polo de Contenidos Digitales, que fue el primero de su tipo apoyado por el gobierno español, ha impulsado aún más la evolución tecnológica hasta tal punto que se ha convertido en un factor fundamental de cambio en la ciudad, incluida la industria turística.

Gracias a este ecosistema emprendedor y a sus más de 200 eventos tecnológicos al año, Málaga se ha convertido en uno de los principales destinos de Europa para eventos y congresos tecnológicos. Este año, la ciudad organizará su primera Mobile Week Málaga² en colaboración con Mobile World Capital Barcelona. Un hackathon reciente que se centró específicamente en el desarrollo de soluciones para el turismo basadas en datos de teledetección fue el Copernicus Hackathon³ Málaga celebrado en 2020, que fue organizado conjuntamente por la Universidad de Málaga, el Ayuntamiento de Málaga y Randbee Consultants.

² <https://fycma.com/evento/mobile-week-malaga/?lang=en>

³ <http://copernicus.adabyron.uma.es/wp-content/uploads/InfoPack.pdf>

2.2. Información disponible actualmente

Debido a este fuerte enfoque en la digitalización y la innovación, no sorprende que haya muchas fuentes de datos disponibles en toda la ciudad de Málaga que también son importantes para el turismo. Por ejemplo, en cuanto a la disponibilidad de datos por parte de cualquier ciudadano, incluidos los turistas, Málaga dispone de diversas herramientas, entre ellas: “Smart Tourist Data”. Se trata de una herramienta tecnológica a nivel regional con la participación de la Universidad de Málaga, que permite a destinos y empresas mejorar la experiencia del cliente.

A través del Portal de Datos Abiertos⁴ del Ayuntamiento, Málaga también apuesta por poner todo tipo de datos a disposición de cualquier persona de forma gratuita, con más de 700 conjuntos de datos disponibles actualmente. Se puede acceder a los datos en diferentes formatos para garantizar un flujo de información transparente y el desarrollo de aplicaciones útiles basadas en estos puntos de datos.

En términos de datos de turismo, Málaga ha estado monitoreando indicadores económicos clave de forma regular durante muchos años, razón por la cual la ciudad tiene una variedad de perspectivas diferentes con datos históricos que se remontan a 2008 y antes. Si bien la mayor parte de la información se utilizó principalmente con fines de marketing y planificación política en el pasado, ha habido un cambio hacia la ampliación de la información y su disponibilidad pública a través de diferentes iniciativas. La siguiente tabla es una descripción general de los puntos de datos que publica el Ayuntamiento de forma regular.

Información disponible	Indicadores
Impacto económico	<ul style="list-style-type: none"> - Impacto económico directo - Impacto económico indirecto - Impacto económico total
Oferta Cultural y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> - Número de museos - No. de zonas gastronómicas - No. de galerías - No. de monumentos y puntos de interés
Zonas peatonales	<ul style="list-style-type: none"> - Hectáreas totales (por año – desde 1994)
Oferta Turística	<ul style="list-style-type: none"> - No. de establecimientos hoteleros - No. de plazas de hotel - No. de viajeros (en hoteles; extranjeros/nacionales) - No. de viajeros (en apartamentos de turismo) - No. de los mercados de origen extranjero - No. de pernoctaciones (extranjero/nacional) - No. de visitantes - Pernoctaciones de al menos una noche - No. de turistas - No. de apartamentos turísticos - No. de plazas de apartamentos turísticos - No. de vivienda con finalidad turística - No. de plazas en viviendas con finalidad turística
Información de movilidad	<ul style="list-style-type: none"> - No. de pasajeros de cruceros - No. de cruceros - No. de pasajeros aéreos (extranjeros/nacionales) - No. de conexiones aéreas (extranjeras/nacionales) - No. de pasajeros del tren
Detalles del hotel	<ul style="list-style-type: none"> - Promedio de noches pasadas - ADR

⁴ <https://datosabiertos.malaga.eu/>

	<ul style="list-style-type: none"> - Par Rev. - Ocupación
Valoración del destino por visitantes	<ul style="list-style-type: none"> - % que recomiendan el destino - % que repetiría la visita - % nivel de satisfacción (positivo y muy positivo) - Nota media otorgada al destino - Nota media para museos, eventos y playas
Additional provincial information	<ul style="list-style-type: none"> - No. de turistas - No. de establecimientos turísticos - No. de plazas en establecimientos turísticos - Visitantes del hotel - Noches de hotel - Empleo - Impacto económico total - Escuelas de español (& no. de estudiantes) - No. de negocios establecidos - Registro Turismo Andalucía: empresas inscritas

La información anterior se pone a disposición de todos los grupos de interés a través del Portal de Turismo de Málaga⁵. Además de infografías, la información se presenta en un formato más extenso y con un enfoque diferente, desde presentaciones más profundas sobre las características del mercado hasta información de enfoque estacional, como presentaciones de datos específicos para la temporada navideña.

Además de los datos turísticos recogidos por el propio Ayuntamiento, se dispone de información adicional a través de otras fuentes, como el proyecto “Smart Costa del Sol⁶”, que lidera la Provincia de Málaga y que agrupa a quince municipios de toda la provincia. El objetivo es crear una plataforma multi-ciudad (Big Data y Open Data) con toda la información y servicios de interés tanto para turistas como para residentes. La información actualmente disponible a través de la Plataforma Costa del Sol incluye:

Información disponible	Indicadores
Oferta del lado de la oferta - Alojamiento	<i>Serie de datos desde: 2017</i> <ul style="list-style-type: none"> - No. de establecimientos - No. de camas - Evolución de los establecimientos - Evolución de las plazas - Plazas por categoría (estrellas) - Plazas por tipología (hotel; apartamentos turísticos, etc.)
Características de la demanda	<i>Serie de datos desde: 2011; para toda la región</i> <ul style="list-style-type: none"> - No. de turistas (y evolución) - Presupuesto medio de viaje (y evolución) - Duración media de la estancia (y evolución) - Edad promedio - Evolución de los volúmenes turísticos por nacionalidad - Empleo generado - Factor de producción total (EUR)
Concentración turística en el territorio	<i>Series de datos disponibles: últimos 4 meses</i> <ul style="list-style-type: none"> - Concentración de turistas (nacional vs. Internacional) - Ranking de países de origen - Ranking de provincias de origen - Concentración horaria y diaria
Momento de búsqueda de hotel	<i>Por origen; fechas de reserva; datos de viaje y categoría de hotel</i> <ul style="list-style-type: none"> - Búsquedas totales (nacionales vs. internacionales) - Países de origen - Categorías de hoteles buscadas - Búsquedas por día

⁵ <http://www.malagaturismo.com/es/paginas/informes/362>

⁶ <https://www.costadelsolmalaga.org/bigdata/>

Reservas directas de hotel	<p>Por origen; fechas de reserva; datos de viaje y categoría de hotel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reservas totales (nacionales/internacionales) - Cancelaciones - Países de origen - Tipo de reserva (completa; sin desayuno, etc.) - Precio medio por categoría (estrellas)
Tasa de retorno del hotel	<p>Serie de datos desde: 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - RevPar España / Andalucía / Málaga / Costa del Sol - ADR España / Andalucía / Málaga / Costa del Sol - RevPar/ADR por categoría (estrellas) - Evolución anual y mensual de RevPar/ADR - Variación anual RevPar/ADR - RevPar/ADR medias provinciales
Viajeros y pernoctaciones	<p>Serie de datos desde: 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> - Total pernoctaciones/viajeros (nacional/internacional) - Evolución de pernoctaciones/viajeros - Pernoctaciones/viajeros por tipo de alojamiento - Variación anual de pernoctaciones/viajeros
Commercialization of tourist apartments	<p>Serie de datos desde: 2018</p> <ul style="list-style-type: none"> - No. de establecimientos - Plazas para dormir - Precios medios (total y por capacidad/habitaciones) - Ocupación - Establecimientos por capacidad / salas - Ingresos
Empleo	<p>Serie de datos desde: 2010</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empleo total generado - Empleo en alojamiento y restauración - Empleo en agencias de viajes - Empleo en otros servicios turísticos - Empleo por subsector - Variación anual por subsector - Evolución del empleo - Autónomos por subsector
Llegadas al aeropuerto	<p>Serie de datos desde: 2004</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llegadas totales (internacionales/nacionales) - No. de países conectados - No. de ciudades conectadas - Ranking de país de origen - Ranking de ciudades de origen - Evolución de las llegadas
Búsquedas de vuelos a Málaga	<p>Del último mes o semana; para los próximos tres meses; por país de origen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Búsquedas totales (nacionales/internacionales) - Búsquedas por país de origen y ciudad de origen - Evolución de las búsquedas y comparación con el año anterior - No. de búsquedas por días de la semana
Pronóstico de asientos de aerolíneas	<p>Para 1 y hasta 6 meses por delante</p> <ul style="list-style-type: none"> - Total plazas ofertadas (nacionales/internacionales) - No. de ciudades conectadas - Ranking de mercados y ciudades de origen - Asientos por aerolínea y variación anual - Evolución de la oferta de asientos

Además, hay fuentes adicionales con puntos de datos útiles que resultaron de varias iniciativas de organizaciones y proyectos de investigación. Por ejemplo, en 2020 se publicó un estudio reciente elaborado por el Observatorio del Medio Ambiente Urbano (OMAU) de la ciudad de Málaga y la Universidad de Málaga (UMA), junto con otros socios, que ofrece una visión general del desarrollo turístico dentro de la ciudad para tanto del lado de la oferta como de la demanda.

(2016-2019) financiado por la UE e incluyó estimaciones de intensidades en diferentes barrios y un análisis de las oportunidades y desafíos relacionados con las tendencias y dinámicas presentadas en la ciudad.⁷

Asimismo, la Fundación CIEDES⁸ (Centro de Investigación Estratégica y Desarrollo Económico y Social) y Promálaga⁹ (empresa municipal que promueve el desarrollo económico) recopilan anualmente indicadores relacionados con el negocio. Esta información incluye datos en las áreas de economía, industria y comercio, investigación e innovación, educación, transporte e infraestructura, atracciones turísticas e infraestructura cultural y salud.

2.3. Málaga Destino Inteligente

Desde 2020, Málaga es miembro de la Red de Destinos Inteligentes (DTi) impulsada por el Ministerio de Turismo de España. Para unirse a la red, la ciudad tuvo que someterse a una revisión exhaustiva de sus actividades en 2019, con un enfoque en los cinco pilares principales de un destino inteligente como se definió inicialmente en el Plan Nacional de Turismo de España para 2012-2015: Gobernanza, Innovación, Tecnología, Sostenibilidad y Accesibilidad.

Los resultados del estudio de diagnóstico mostraron que Málaga cumplía con más del 80% de los requisitos, lo que permitió a la ciudad convertirse en miembro oficial de la Red de Destinos Inteligentes. En el área de gobernanza, sostenibilidad y accesibilidad, que son especialmente importantes para el trabajo de la red INSTO, se hicieron las siguientes recomendaciones de mejora en el estudio:

Gobernanza:

- Mejorar y ampliar el seguimiento de indicadores para mejorar la comprensión de todos los impactos del turismo en el destino
- Mejorar la coordinación entre departamentos y organizaciones
- Incrementar los esfuerzos de formación para asegurar que todo el personal esté preparado para las nuevas necesidades y servicios derivados del destino inteligente
- Incrementar la transparencia y participación ciudadana en la planificación turística

Sostenibilidad:

- Comenzar a monitorear la satisfacción de los residentes
- Encontrar medidas para evitar el exceso de turismo
- Aumentar la evidencia sobre el impacto ambiental del turismo
- Incluir a los turistas en actividades para fortalecer la sostenibilidad
- Incrementar las acciones para fortalecer el consumo y la producción sostenibles
- Desarrollar planes de gestión de emergencias/ crisis relevantes para el turismo

Accesibilidad:

⁷ http://static.omaui-malaga.com/omaui/subidas/archivos/1/2/8421/aproximacion-al-turismo-en-malaga-%28alter-eco%29_v5.pdf

⁸ <https://ciedes.es/>

⁹ <https://www.promalaga.es/>

- Actualizar las normas municipales de accesibilidad
- Desarrollar una estrategia de accesibilidad para el destino
- Desarrollar herramientas para monitorear la implementación de las normas de accesibilidad
- Implementar capacitaciones para empleados y actores del turismo
- Revisar la cadena de valor del turismo para el nivel de accesibilidad
- Mejorar el acceso en espacios públicos y eventos, así como espacios digitales
- Incrementar la promoción e información al turista

Sobre la base de estas recomendaciones, el proceso de revisión dio como resultado un total de 70 acciones propuestas para mejorar el statu quo en los cinco pilares de un destino inteligente, estableciendo ambiciones aún mayores para el destino en el futuro. Esto incluyó el establecimiento de una plataforma central de datos para facilitar el análisis de datos y el establecimiento relacionado del observatorio.

Nota: Debido a los esfuerzos de Málaga en las áreas de sostenibilidad, accesibilidad, digitalización y patrimonio cultural, la ciudad también se ha convertido en un modelo a seguir para otros destinos turísticos. En 2020, la ciudad ganó el título de Capital Europea del Turismo Inteligente junto con Gotemburgo, Suecia.¹⁰

2.4. Sistema de Datos Turísticos de Málaga (SID)

Como resultado de la búsqueda de convertirse en un Destino Inteligente oficialmente reconocido, la ciudad está construyendo actualmente su propio portal de datos digitales (SID), donde muchos de los conocimientos mencionados anteriormente, además de nuevos puntos de datos, están disponibles para todos los actores de la oferta turística. Esto ofrece una enorme oportunidad para el observatorio, ya que la información ya está disponible digitalmente y la información adicional recopilada por el observatorio se puede integrar fácilmente en la infraestructura de datos existente. Está previsto que la plataforma de datos esté abierta a todas las partes interesadas en el turismo (con login) del lado de la oferta turística.

Hasta el momento, la siguiente información se ha integrado en el portal de datos:

Información disponible	Indicadores
Información sobre oferta de alojamiento	Serie temporal disponible desde: 2016 (info anual) - No. de establecimientos (por tipos y categorías) - No. de plazas (por tipos) - Evolución del lado de la oferta
Información sobre pernoctaciones en hoteles	Serie temporal disponible desde: 2005 (info mensual) - No. de viajeros (nacional/internacional) - No. de noches - Duración media de la estancia
Estadísticas del aeropuerto	Serie temporal disponible desde: 2010 (info mensual) - No. de pasajeros - No. de vuelos - No. de vuelos internacionales - No. de países conectados - Pasajeros y vuelos por país de origen - Información de pasajeros y vuelos para los principales aeropuertos nacionales. - Top 20 aeropuertos con mayor número de vuelos
Información de cruceros	Serie temporal disponible desde: 2005 - información anual; 2019 – información mensual - No. de cruceros

¹⁰ https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/cities/competition-winners-2020/malaga-winner-2020-european-capitals-smart-tourism_en.

	- No. de pasajeros - No. de cruceros en los principales puertos de España
Información de autobuses	Serie temporal disponible desde: TBD (info mensual) - No. de pasajeros (nacional/ internacional)
Información relacionada con la salud (COVID-19)	Se desarrollaron conocimientos derivados de un tablero externo ya existente. Disponible en GitHub.

El desarrollo de SID está actualmente en marcha. Además de la información que se muestra en la tabla anterior, se integrará más información en los próximos meses, que incluye:

- Ampliación de la información del lado de la oferta integrando información sobre ocupación de establecimientos de alojamiento e ingresos
- Ampliación de la información de cruceros para incluir previsiones de llegadas
- Información en tiempo real sobre datos relacionados con las playas
- Datos de la aplicación para seguimiento en tiempo real
- Inclusión de opciones de búsqueda de vuelos
- Información en tiempo real sobre llegadas y salidas de vuelos, autobuses, trenes y cruceros

Actualmente se están revisando otras fuentes para identificar su viabilidad para generar conocimientos relacionados con las capacidades y la ocupación de los museos en la ciudad; el uso de las plazas de aparcamiento y la información sobre aforos y volúmenes de visitantes en las diferentes zonas de interés de la ciudad. Además, se prevé incorporar al SID los datos disponibles a través de la plataforma Costa del Sol que sean relevantes para Málaga.

Nota: Está previsto que los datos recopilados por el nuevo observatorio se integren en SID en el futuro (más información en los siguientes capítulos).



3. Desarrollo Sostenible en Málaga

3.1. Antecedentes: Esfuerzos de Sostenibilidad en Málaga

El desarrollo económico y el crecimiento demográfico imparable y el aumento de las llegadas de turistas a Málaga a lo largo de los años han provocado un impacto cada vez mayor en el destino, con desafíos visibles para proporcionar un entorno saludable tanto para el anfitrión como para los huéspedes.

Debido a esto, la ciudad se ha centrado activamente en el desarrollo sostenible durante años. De hecho, en 1995 Málaga se convirtió en un referente nacional al aprobar la primera Agenda 21 Local para el municipio, que puso en marcha una serie de actuaciones medioambientales con importantes resultados. Uno de estos esfuerzos fue el Observatorio del Medio Ambiente Urbano de la Ciudad (OMAU¹¹), que se estableció en el marco del programa URB-AL entre 2000-2006. Desde entonces, la OMAU se encarga del seguimiento de los indicadores ambientales de Málaga; compartir experiencias con otras ciudades; impartiendo cursos anuales de formación e informando sobre temas emergentes en la ciudad relacionados con el medio urbano.

Posteriormente, en 2009, Málaga se adhirió a la iniciativa europea del Pacto de los Alcaldes fijando sus primeros objetivos de reducción de emisiones. Un año después, la ciudad era la tercera ciudad española en adherirse a la Carta Verde Digital Europea, comprometiéndose a aplicar cada vez más las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) con el objetivo de mejorar la eficiencia energética y la gestión de los recursos. Como resultado, la ciudad renovó su Agenda 21 Local en 2015 como parte de su Estrategia de Sostenibilidad 2020-2050¹². El principal objetivo de la estrategia fue asegurar un desarrollo sostenible de la ciudad que logre el bienestar de la comunidad y la mejora de la experiencia del ciudadano y de los turistas.

La Agencia Municipal de la Energía de Málaga se creó en 2006 en el marco del Plan Estratégico de la Ciudad y del Programa “Energía Inteligente-Europa” de la Comisión Europea.

¹¹ <https://www.omau-malaga.com/>

¹² https://www.omau-malaga.com/45/com1_pb-0/com1_md2_cd-16/agenda-urbana

Este organismo puso en marcha en 2011 el Plan de Acción por la Energía Sostenible¹³, para crear un escenario económico más favorable en la ciudad a través de un modelo más sostenible y competitivo, posicionando así a Málaga como una de las ciudades referentes en desarrollo urbano sostenible y en el avance de las nuevas tecnologías.

Entre los principales esfuerzos de sostenibilidad que se destacan están los esfuerzos de la ciudad para cambiar el alumbrado público a tecnología LED; la implementación de sistemas de gestión de energía (EMS) en diferentes ubicaciones; la automatización de los sistemas de control de la red eléctrica y la elaboración de un mapa lumínico, que permite conocer el estado actual del alumbrado público y las necesidades de iluminación en cada zona de la ciudad. Además, la ciudad estableció medidores inteligentes; almacenamiento eléctrico en baterías excedentes y se ha centrado en la construcción sostenible y energéticamente eficiente de edificios municipales.

Actualmente, la autogeneración de electricidad supera con creces el consumo eléctrico de los edificios municipales con casi un 46% del total de la electricidad consumida por el Ayuntamiento de Málaga, sus organismos y empresas procedente de fuentes renovables. Los resultados son un ahorro energético global del 25% y una reducción del 20% en las emisiones de CO₂. De esta forma, la ciudad cumple con las directrices europeas sobre eficiencia energética y uso de energías renovables.

En materia de eficiencia energética y movilidad sostenible, Málaga participa desde hace cuatro años en el Proyecto ZEM2All, un plan de movilidad eléctrica que ha supuesto una reducción de 330 toneladas de CO₂; el Proyecto Victoria, que ha puesto a Málaga a la vanguardia de España con el primer carril bus eléctrico de carga dinámica por inducción (sistema de carga para autobuses eléctricos en movimiento y sin cables); y el Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible de Málaga. Además, se ha continuado con un fuerte esfuerzo para extender las ciclovías por toda la ciudad, con 43 kilómetros y 900 estacionamientos para bicicletas, incluyendo la implementación del sistema de alquiler de bicicletas públicas con más de 26,000 usuarios y 23 estaciones a la fecha.

En relación con la mejora del uso del agua y la depuración de aguas residuales, en la ciudad se han implantado medidas como la separación de aguas pluviales y el sistema de saneamiento para facilitar la evacuación de las aguas derivadas de las fuertes lluvias. Esto incluyó 44 actividades de mejora; un nuevo sistema de tratamiento para el control y tratamiento de olores; un sistema de riego inteligente para parques y jardines que permite ahorrar agua, energía y costes de mantenimiento; y una planta desaladora, que es una de las infraestructuras de este tipo más modernas del mundo.

Además, Málaga también cuenta con un Plan Sectorial de Calidad del Aire, que tiene como objetivo reducir la contaminación atmosférica (especialmente la producida por el tráfico); controlar los niveles de polen en el aire; y esboza diferentes planes y actuaciones contra el ruido para mejorar la calidad acústica de la ciudad. Málaga monitoriza en tiempo real la calidad del aire y los datos ambientales a través de un sistema de sensores instalado en los carros de reparto postal de los servicios de correo del Ayuntamiento, así como de forma voluntaria a través de bicicletas públicas. Finalmente, la ciudad invirtió en equipos mejorados de limpieza de calles y ha trabajado en una mejor separación de residuos en el centro de la ciudad.

¹³ https://www.omau-malaga.com/agendaurbana/subidas/archivos/arc_155.pdf

Además de estas medidas técnicas implantadas, los recursos naturales de la ciudad de Málaga también contribuyen a la calidad del aire, con 48,6 km² de espacio natural protegido; 60 hectáreas de jardines botánicos; 439 hectáreas de zonas verdes municipales y 5 playas.

La ciudad ha revitalizado muchos de sus espacios naturales, como sus humedales, creando lugares ideales para la observación de aves y paseos por la naturaleza que ofrecen experiencias únicas tanto para los visitantes como para los ciudadanos.

Para aumentar la conciencia ambiental y el conocimiento de la ciudadanía sobre el consumo responsable, Málaga ha creado, además, varios programas y actividades de implicación que incluyen al grupo consolidado de Agentes Ambientales Locales proporcionando pautas de consumo responsable e información sobre productos sostenibles en comercios y establecimientos hoteleros que se pueden encontrar a través de una App específica (CAA Málaga).

Por último, desde 2010 se celebra en Málaga el GreenCities Forum¹⁴, que se ha convertido en uno de los eventos más importantes para los desarrolladores y actores de las ciudades inteligentes. Durante el evento de dos días, instituciones, municipios, empresas y profesionales presentan y debaten los últimos avances en torno a la inteligencia urbana y la sostenibilidad con un fuerte enfoque en la innovación y la tecnología.

3.2. Agenda Urbana de Málaga

La *Agenda Local 21* renovada de la ciudad, que fue aprobada en marzo de 2015, es una parte integral de la *Agenda Urbana*¹⁵ de la ciudad y la *Estrategia de Desarrollo Sostenible de la Ciudad 2020-2050*.

Guiada por los objetivos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Agenda contempla áreas temáticas importantes para la ciudad como el territorio y la configuración de la ciudad; la gestión de los recursos naturales; la cohesión social y el desarrollo económico, así como la gobernanza. Dentro de estas áreas se incluyen varios subtemas que tienen igual relevancia para el desarrollo turístico de la ciudad. Estos incluyen el proceso de urbanización (densificación); diversidad de actividades en los espacios públicos; zonas verdes; zonificación urbana; biodiversidad urbana; cohesión social; características de la población; tendencias de la pobreza; creación de conocimiento y acceso a la educación; problemas de vivienda; participación y cooperación y financiamiento locales, entre otros. Para cada una de estas áreas, la Agenda definió una lista de indicadores específicos que brindan información sobre el desarrollo de estos aspectos a lo largo del tiempo. Es importante destacar que como parte de los 2 años de desarrollo de la Agenda, se realizaron encuentros vecinales en los distritos, informando, discutiendo y recogiendo ideas de la ciudadanía, lo que llevó a definir diferentes objetivos por distrito.

Como uno de los principales motores del desarrollo económico de Málaga, no es de extrañar que el turismo se mencionara varias veces en estas conversaciones con las partes interesadas y se haya integrado en varias partes de la Agenda Urbana, tanto directa como indirectamente. Dentro de los objetivos por distrito (que se encuentran en el Anexo) se pueden encontrar muchas acciones turísticas relevantes vinculadas a indicadores definidos. Por ejemplo, equilibrar la proporción de actividades para evitar

¹⁴ <https://greencities.fycma.com/?lang=en>

¹⁵ <https://www.omau-malaga.com/agendaurbana/pagina.asp?cod=6>

los usos predominantes existentes (hotelería y franquicias); limitar el uso de hoteles, apartamentos, hostales y maximizar el uso de bed & breakfast; mejorar la calidad de los espacios públicos; promover modelos de movilidad más sostenibles; minimizando los impactos acústicos provocados por la proximidad del aeropuerto.

Dado que 2020 fue el primer hito temporal para los indicadores (los datos se presentaron para cada indicador hasta 2013 en el plan), se espera que en un futuro cercano esté disponible una versión actualizada con nuevos conocimientos, que será muy relevante para el trabajo del STO.

3.3. Plan de Acción por el Clima de Málaga

Como un paso más en su desarrollo sostenible, Málaga aprobó en verano de 2020 su Plan Climático denominado Alicia¹⁶, que está estratégicamente vinculado a la Agenda Urbana y que además está alineado con la Agenda 2030 de Naciones Unidas y los 17 ODS, principalmente con el objetivo 7 (energía limpia y asequible), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 13 (acción por el clima), 14 (vida submarina) y 15 (vida de los ecosistemas terrestres) así como con los contenidos de la Agenda Urbana Española 2019.

Preparado por la OMAU y en consonancia con la visión de los objetivos de reducción de emisiones de la Comisión Europea, el plan presenta un análisis del status quo que describe las mayores vulnerabilidades y necesidades, así como una hoja de ruta propuesta hacia la neutralidad de carbono de la ciudad para 2050, que incluye un objetivo provisional de reducción del 55% de las emisiones para 2030.

Similar a la fuerte integración del turismo en la Agenda Urbana, el plan Alicia también se refiere al turismo en varias secciones del informe, ya sea directa o indirectamente. Aquí nuevamente, se incluyeron diferentes grupos de partes interesadas en el desarrollo del plan para garantizar la representación de todas las necesidades y desafíos de las partes interesadas, incluido el sector turístico.

En consonancia con el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático (PNACC) de España, los principales temas y sectores definidos en el Plan Andaluz de Adaptación al Cambio Climático, así como otros documentos estratégicos relevantes que destacan el importante papel del turismo en la lucha contra el cambio climático (incluyendo la estrategia nacional de turismo), el turismo fue uno de los principales sectores analizados para el plan climático de Málaga e incluyó talleres de múltiples partes interesadas con actores turísticos relevantes en el destino.

En consecuencia, una de las áreas estratégicas del plan se centra directamente en el turismo (capítulo 22):

22.1. Proyecciones de demanda de agua y promover mediante ordenanzas la instalación de sistemas de ahorro y acumulación de agua en establecimientos turísticos

22.2. Conservación y protección de infraestructuras turísticas frente a inundaciones y lluvias

22.3. Desarrollo de indicadores relevantes relacionados con el clima para el sector turístico

¹⁶ <https://www.omau-malaga.com/agendaurbana/pagina.asp?cod=65>

Para cada una de estas tres áreas de intervención identificadas, el informe propone acciones detalladas, indicadores de éxito, inversiones requeridas, plazos y destaca qué partes interesadas son las más responsables de estas áreas. Además de estas referencias directas al turismo en el Plan Alicia, también se hace referencia indirecta al sector en varios otros capítulos del documento.

Con respecto al punto 22.3., en el documento se proponen dos acciones principales: a) una evaluación inicial detallada de la vulnerabilidad, es decir, la exposición del turismo a amenazas relacionadas con el clima, como olas de calor, aumento del nivel del mar, inundaciones de ríos, etc., y b) el desarrollo de indicadores relacionados con el clima. Como se muestra en el cronograma propuesto a continuación, estos indicadores se desarrollarán a lo largo de los próximos dos años, lo que presenta una enorme oportunidad para el STO en términos de participación y cooperación con respecto al desarrollo de indicadores, la recopilación y el análisis de datos. Debido a esto, OMAU ha sido identificado como uno de los socios de investigación más importantes para el observatorio y se han iniciado conversaciones sobre la posible colaboración futura.

CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN: 1ª FASE (2020-2030)



3.4. Plan de Desarrollo Turístico de Málaga 2021-2024

Málaga publicó a principios de 2021 su nueva estrategia turística¹⁷, que sirve de hoja de ruta para los próximos cuatro años con el objetivo de reforzar la imagen de la ciudad como “Lugar para visitar, vivir e invertir”. El plan incluye trece áreas de actuación para consolidar la ciudad como un destino sostenible, inclusivo e inteligente. De manera similar al enfoque del Plan Alicia, se realizaron varias mesas redondas de partes interesadas del turismo, incluso con ciudadanos, para el desarrollo de la estrategia. Estos incluyeron mesas redondas sobre los siguientes temas: MICE; cruceros; Educación e Idiomas; Comida y Vino; Escapada Cultural Urbana; Naturaleza, golf, Sol y Playa; Audiovisual y Cinematografía; Lujo y Compras; Salud y Bienestar.

A través de las conversaciones con los actores se definieron los elementos resultantes para la nueva visión de Málaga: (1) Málaga será diversa, se promocionará durante todo el año y mostrará su amplia oferta para cada segmento y cada mercado. (2) Málaga tendrá una fuerte presencia online, hará accesibles sus productos a todos los públicos y se posicionará como uno de los primeros destinos en las búsquedas de internet. (3) Málaga contará con un modelo de gestión turística sostenible. (4) Málaga generará experiencias tanto para turistas como para residentes.

¹⁷ <http://s3.malagaturismo.com/files/933/933/plan-estrategico-turismo-2021-2024-def.pdf>

Además de considerar los resultados y recomendaciones del proceso de convertirse en un destino inteligente, la ciudad definió un total de trece retos estratégicos a través de las conversaciones con las partes interesadas y la investigación realizada para el desarrollo del nuevo plan de turismo. Estas experiencias también formaron la base de este informe preliminar.

Los trece retos estratégicos para el destino que se describen en la estrategia, y en las que se basan todas las actividades propuestas, incluyen:

1. Implementar un nuevo modelo de gobernanza
2. Avanzar en la digitalización y la construcción de conocimiento
3. Facilitar la coexistencia de diferentes grupos de interés
4. Optimizar y consolidar segmentos turísticos maduros
5. Desarrollar más segmentos de alto valor
6. Crear nuevas atracciones para nuevos mercados
7. Crea un entorno más seguro
8. Fortalecer la marca y las ventas en línea
9. Fortalecer la innovación dentro y entre las entidades
10. Cree experiencias memorables a lo largo de toda la cadena de valor
11. Mejorar la accesibilidad dentro del destino
12. Optimiza la conectividad aérea
13. Desarrollar nuevos espacios y recursos para el turismo

Al analizar la estrategia, las siguientes actividades propuestas son de relevancia específica para el STO, ya que el observatorio podrá respaldar la generación de datos necesarios relevantes y respaldar el monitoreo de la implementación de los puntos de acción definidos:

- Definir la estructura de gobierno y aumentar la colaboración (1.1.)
- Identificar nuevas fuentes de información (2.1.)
- Fortalecer la participación ciudadana en los procesos de planificación turística de manera continua (3.2.)
- Mejorar la percepción de los ciudadanos sobre el turismo/evaluar la satisfacción (3.3.)
- Evaluar y mejorar la satisfacción de los agentes del sector (3.4.)
- Implementar un plan más estratégico para desarrollar el turismo de cruceros (4.2.)
- Consolidar la seguridad sanitaria de los actores turísticos (certificaciones, sellos, etc.) (7.1.)
- Desarrollar e implementar un plan de accesibilidad para el turismo (11.1.)

Resumen de la nueva visión de desarrollo turístico definida para el destino:

Málaga aspira a ser un destino apreciado por sus visitantes, ciudadanos y agentes del sector, por su capacidad para generar recuerdos memorables, convivencia ciudadana y desarrollo sostenible.

Los valores de la ciudad que guiarán su desarrollo turístico en el futuro son:

*INNOVACIÓN; INTELIGENCIA; SOSTENIBILIDAD; DIVERSIDAD; INCLUSIÓN;
ACCESIBILIDAD Y SEGURIDA*

Las siguientes tablas son un extracto del nuevo plan estratégico y ofrecen una descripción general de las trece áreas de acción, incluidos los proyectos estratégicos propuestos para implementar en cada una de estas áreas. Los marcados en amarillo son aquellos proyectos de fuerte vinculación/alta relevancia para el trabajo del nuevo observatorio. Para obtener un enlace de los proyectos a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), consulte el documento oficial.



Reto Estratégico	Proyecto Clave	2021				2022				2023				2024			
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
1. Desplegar un Modelo de Gestión en la Entidad Gestora	1.1. Definir y desplegar un Modelo de Gobernanza	●	●														
	1.2. Facilitar la colaboración interdepartamental		●														
	1.3. Actualizar los instrumentos normativos y ordenanzas		●	●	●												
	1.4. Mejorar la coordinación de Eventos del Ayuntamiento	●	●			●	●			●	●			●	●		
	2.1. Elaborar un mapa con nuevas fuentes y necesidades de información en turismo		●														
2. Avanzar en la digitalización y el conocimiento	2.2. Desplegar un CRM					●	●	●									
	2.3. Mejorar la información aportada por el Observatorio de Turismo			●													
	2.4. Establecer un mecanismo Vigilancia Tecnológica	●	●				●			●					●		
	2.5. Crear el INSTO de Málaga					●	●								●		
	2.6. Implantar un sistema de big data turístico					●	●										
	2.7. Mejorar la información aportada por el SID	●															
	3. Facilitar la permeabilidad y convivencia del destino	3.1. Definir y desplegar un plan de comunicación interna y externa	●	●			●				●				●		
3.2. Impulsar la participación ciudadana en estrategia turística			●				●				●				●		
3.3. Mejorar la percepción de al ciudadanía sobre el turismo						●	●										
3.4. Evaluar y mejorar la satisfacción de los agentes del sector			●				●				●				●		
3.5. Progresar los estudios de percepción de los visitantes			●				●				●				●		

Reto Estratégico	Proyecto Clave	2021				2022				2023				2024			
		T1	T2	T3	T4												
4. Perfeccionar y consolidar los segmentos maduros	4.1. Desplegar un plan de perfeccionamiento de Cultural y City Break	●	●			●		●		●		●		●		●	
	4.2. Desplegar un plan de perfeccionamiento de Cruceros	●	●			●		●		●		●		●		●	
	4.3. Desplegar un plan de perfeccionamiento de Educativo-Idiomático	●	●			●		●		●		●		●		●	
	4.4. Desplegar un plan de perfeccionamiento de MICE	●	●			●		●		●		●		●		●	
5. Desarrollar segmentos asociados a los Visitante de alto valor añadido	5.1. Desplegar un plan de desarrollo del segmento Enogastronomía	●	●			●		●		●		●		●		●	
	5.2. Desplegar un plan de desarrollo del segmento Naturaleza, golf y playa	●	●			●		●		●		●		●		●	
	Desplegar un plan de desarrollo del segmento Premium, Golf y Shopping	●	●			●		●		●		●		●		●	
	5.4. Desplegar un plan de desarrollo del segmento salud y bienestar	●	●			●		●		●		●		●		●	
	5.5. Desplegar un plan de desarrollo del segmento Audiovisual y Cinematográfico	●	●			●		●		●		●		●		●	
6. Crear nuevos atractivos para nuevos mercados	6.1. Desplegar un plan de atracción para residentes	●	●														
	6.2. Desplegar un plan de atracción para visitantes y residentes de Costa del Sol	●	●														
	6.3. Desplegar un plan de atracción para visitantes de orígenes nacionales de valor	●	●														
	6.4. Posicionar a Málaga en las acciones de promoción internacional del turismo español	●				●				●				●			
	6.5. Desplegar un plan de atracción para visitantes internacionales	●	●														

Reto Estratégico	Proyecto Clave	2021				2022				2023				2024			
		T1	T2	T3	T4												
7. Crear un entorno aún más seguro	7.1. Consolidar las medidas de seguridad sanitaria	●															
	7.2. Desplegar un plan de medidas de seguridad del visitante									●	●						
8. Progresar la notoriedad de la marca y la venta on line	8.1. Desarrollar un Plan de Marketing digital y off line			●	●				●				●				●
	8.2. Mejorar el Portal de Turismo			●													
	8.3. Desplegar la venta on line del destino		●	●													
9. Desarrollar la Innovación en el destino y entre sus agentes	9.1. Impulsar la innovación dentro de los agentes del sector turístico	●	●	●		●				●				●			
10. Generar experiencias memorables del visitante en toda la cadena de valor	10.1. Desarrollar áreas de mejora y actualizaciones de contenidos en apps, dispositivos y microsites		●	●													
	10.2. Sensorizar la experiencia del visitante					●	●	●									
	10.3. Impulsar la experiencia de clientes dentro de la gestión de los agentes del sector turístico	●	●	●		●				●				●			
	10.5. Mejorar la red de oficinas de información turística					●	●	●									
	11.1. Desplegar un Plan de Turismo Accesible					●	●	●		●	●			●			
11. Aumentar la accesibilidad del destino	11.2. Desplegar acciones de información y formación sobre accesibilidad					●	●	●	●								
	11.3. Mejorar la accesibilidad de los canales digitales						●	●									
	12.1. Reforzar alianzas para la promoción del aeropuerto	●	●	●	●					●				●			●
12.2. Poner en valor el aeropuerto		●	●	●					●				●			●	
13. Desarrollar nuevos espacios y recursos para la actividad turística	13.1. Desarrollar un plan de acción para el aprovechamiento de recursos turísticos	●	●			●	●			●	●			●	●		



4. Principales retos de sostenibilidad y necesidades de datos

Con base en las tendencias y desarrollos mencionados anteriormente, el desarrollo reciente de la nueva estrategia y los esfuerzos continuos de sustentabilidad en la ciudad, los siguientes problemas relacionados con el turismo han sido identificados como áreas de alta prioridad donde se necesita más evidencia. Son relevantes para el trabajo del STO y estarán vinculados a las áreas temáticas requeridas de la INSTO:

- **Accesibilidad**

En cuanto a los esfuerzos para mejorar la accesibilidad dentro de la ciudad, Málaga ya ha puesto en marcha varias iniciativas locales que se iniciaron en el anterior Plan de Accesibilidad del Ayuntamiento de 2010. Hasta la fecha, casi todos los autobuses públicos de Málaga tienen doble rampa para un mejor acceso y cada uno tiene sistemas de voz y doble pantalla; los visitantes con discapacidad visual pueden descargar la aplicación EMT donde pueden obtener boletos, información de viaje y asistencia para necesidades especiales, y pueden solicitar una parada diciendo su destino en voz alta; Las playas son totalmente accesibles y ofrecen estacionamiento reservado, rampas de acceso, pasarelas de concreto, sillas anfibia, vestuarios accesibles, áreas para sentarse y asistentes de apoyo disponibles para ayudar a nadar en el mar.

Tras el lanzamiento del Plan Estratégico de Turismo Accesible de Turismo Costa del Sol¹⁸ en mayo de 2021, así como el objetivo específicamente definido en la nueva estrategia turística de la ciudad de establecer un plan de turismo accesible para la ciudad, Málaga ha designado recientemente a la consultora Ilunion para preparar una propuesta detallada. El departamento de turismo forma parte del equipo que colabora en la iniciativa y ha mantenido numerosas reuniones con el departamento de accesibilidad del Ayuntamiento e Ilunion a lo largo de los últimos meses. La información requerida para este proyecto se recopila a través de encuestas y

¹⁸ <https://www.costadelsolmalaga.org/base/descargas/363652/plan-estrategico-turismo-accesible-costa-del-sol-occidental>

entrevistas para el desarrollo de puntos de acción relevantes. Estos conocimientos serán una base valiosa para el STO. Dependiendo de la implementación de actividades y la continuación de los esfuerzos a mediano y largo plazo, existe una oportunidad para que el STO apoye y contribuya a esta iniciativa a través de la recopilación y/o difusión de datos relevantes sobre la accesibilidad y el monitoreo de su implementación.

- **Gobernanza**

Otra de las principales conclusiones de la nueva estrategia turística de Málaga es la importancia de avanzar en el ámbito de la gobernanza de los destinos, especialmente en el campo del seguimiento de objetivos e indicadores. El STO jugará un papel importante en la gobernanza, razón por la cual el establecimiento del observatorio se menciona específicamente en la lista de puntos de acción de la estrategia. Aunque ya hay mucha información disponible en la ciudad, el STO presenta la oportunidad de reunir y extender la información a todas las áreas relevantes para el turismo sostenible (económico, social y ambiental). Esto incluye información de gran relevancia para la ciudad como el seguimiento continuo de la evolución de los apartamentos turísticos dentro de la ciudad, así como las zonas y momentos de masificación en determinados lugares de interés. Ser capaz de generar esta información de forma regular y hacerla fácilmente accesible para todas las partes interesadas permitirá a la ciudad apoyar tanto al sector público como al privado en sus procesos de toma de decisiones.

- **Participación y Satisfacción Local**

Estrechamente ligado al ámbito de la gobernanza está el objetivo de Málaga de continuar y ampliar los procesos colaborativos dentro del destino y aumentar la participación de la comunidad local y las empresas en la planificación estratégica del turismo. Para la redacción de la nueva estrategia de turismo, así como del Plan Alicia, se han seguido enfoques participativos, implementando varios talleres de partes interesadas y mecanismos de retroalimentación a lo largo de todo el proceso de desarrollo. En el espíritu de responsabilidad colectiva, este enfoque también está previsto para el establecimiento y mantenimiento del STO. Como uno de los principales objetivos, que también es un punto de actuación específico dentro de la estrategia turística, se prevé realizar una encuesta para identificar la satisfacción de los vecinos con respecto al turismo. Esta fase de planificación para este esfuerzo está actualmente en desarrollo. El STO jugará un papel clave en la definición de las preguntas, el enfoque, la continuidad y los indicadores resultantes. Se espera que un plan de acción tangible para la implementación de esta investigación esté listo en 2022.

- **Flujos Turísticos y Densidades**

En comparación con otros destinos turísticos importantes de España, Málaga está teniendo uno de los índices de saturación turística más altos de los últimos años. Además, el número de apartamentos turísticos en la ciudad ha crecido exponencialmente en la ciudad en los últimos años, lo que se ha traducido no sólo en que cada vez más residentes se sientan insatisfechos con el turismo y se produzcan incidentes de 'turismofobia' visible, sino también en una disminución de las residentes que viven en el centro de la ciudad, así como el aumento de los precios de la vivienda. Este fenómeno, que también se puede ver en muchos otros destinos alrededor del mundo, es algo que será de gran importancia para que el STO mida de manera regular e informe a las partes interesadas del turismo sobre los últimos desarrollos y las tendencias futuras esperadas. Ya se ha llevado a cabo un importante trabajo de

referencia desde 2016 a través del proyecto Interreg 'Alter-Eco'¹⁹, donde se han recopilado una variedad de puntos de datos a lo largo de los años, incluida la densidad de visitantes en diferentes barrios y las capacidades existentes, el crecimiento y la distribución de los apartamentos turísticos por barrios y la evolución de los habitantes en las distintas zonas de la ciudad, entre otros. El STO podrá aprovechar este importante trabajo.

- **Cambio Climático**

Con unos 195 días de sol al año, Málaga es un destino con un clima muy favorable para el turismo durante todo el año. Si bien los días de buena calidad del aire aumentaron entre 2015 y 2019 del 90 % al 97 %, también se han registrado cambios de temperatura: la temperatura media anual pasó de alrededor de 17,7 °C en 2013 a 18,1 °C en 2018²⁰, con temperaturas medias en verano pasando de 24,8 °C a 25,2 °C, respectivamente. Además, la precipitación media anual aumentó de 303 mm en 2013 a 338,3 mm en 2018. Finalmente, debido al aumento de las olas de calor y al recrudecimiento de la sequía, que igualmente se han incrementado a lo largo de los años y han resultado en masas forestales más vulnerables y degradadas, el riesgo de incendios forestales también se ha incrementado alrededor del destino, presentando uno de los mayores desafíos para el turismo. El impactante incendio forestal de 2021 en Sierra Bermeja en la provincia de Málaga fue un recordatorio de esta realidad cambiante, por lo que la medición de los impactos relacionados con el clima será clave para el STO. Por tanto, al contar ahora la ciudad con un plan de acción climática con objetivos específicos de reducción de emisiones y en el que se integra el turismo, existe una enorme oportunidad para reforzar la colaboración en este ámbito entre los diferentes departamentos del Ayuntamiento y entidades públicas responsables de su ejecución. El STO podrá apoyar estos esfuerzos participando en el proceso de desarrollo del análisis de vulnerabilidad que está planificado para 2022 y coordinando estrechamente con la OMAU con respecto al desarrollo de indicadores relacionados con el riesgo climático. También se espera que este proceso comience en 2022 y se planea una primera reunión para fines de 2021. Si bien aún se deben definir roles y responsabilidades y recopilar información de referencia, se ha formado la base para este proceso de colaboración, que presenta un impulso altamente favorable para el trabajo del STO.

- **Impactos de los cruceros**

Aunque ligeramente irregular, la llegada de pasajeros por el Puerto de Málaga se ha incrementado significativamente durante los últimos diez años. Antes del año 2000, esta actividad estaba muy limitada ya que los muelles 1 y 2 aún no estaban remodelados y la principal fuente de ingresos de la autoridad portuaria era el transporte de petróleo que desde entonces se desvía a Cartagena. Entre 2008 y 2012 hubo un crecimiento del 84,6% en el número de pasajeros de cruceros, pasando de 352.993 en el año 2008 a 651.517 en 2012. Si bien este crecimiento disminuyó significativamente como consecuencia de la recesión económica, las cifras volvieron a superar la mitad un millón de pasajeros en 2017 y 2018. Antes de la pandemia del COVID-19, en 2019 llegaron a la ciudad un total de 288 cruceros, trayendo a Málaga alrededor de 476.085 pasajeros. Gracias a este desarrollo, el Puerto de Málaga se ha convertido en el quinto puerto de cruceros de España y el segundo de la Península Ibérica. Con el fin de fortalecer aún más el sector, la estrategia de turismo actual

¹⁹ https://www.oma-malaga.com/2/com1_md3_cd-1627/alter-sostenibilidad-turistica

²⁰ Information provided by Promálaga/CIEDES

plantea la necesidad de un plan de mejora de cruceros que atraiga al segmento de cruceros premium, que se espera que se desarrolle como resultado de esta nueva estrategia. Los datos se identificaron como un elemento crucial durante las mesas redondas celebradas con el sector de cruceros mientras se desarrollaba la estrategia. Esto presenta otra oportunidad importante ya que el STO podrá apoyar estos esfuerzos a través del monitoreo regular de información clave relacionada con el turismo de cruceros en la ciudad. Esto es especialmente importante ya que la estrategia también pone de manifiesto el objetivo de posicionar a Málaga como un "puerto verde", no masificado y en perfecta sintonía con el destino.

Además de las áreas clave de seguimiento mencionadas anteriormente para Málaga, otros temas de seguimiento que se derivan de la estrategia turística actual y se integrarán con el tiempo en el trabajo del STO.

Estos temas incluyen sostenibilidad, educación y formación en turismo; producción responsable; eventos sustentables e información relacionada con la salud, entre otros. Para algunos, esto requerirá una revisión exhaustiva y un plan de investigación completamente nuevo, mientras que para otros, como la información relacionada con la salud, la información ya disponible puede integrarse en los conocimientos generados por el STO.





5. Objetivos del Observatorio de Turismo Sostenible (STO) Málaga

5.1. Visión del STO Málaga.

El observatorio servirá a todos los agentes turísticos responsables de la creación de experiencias turísticas en Málaga y les capacitará para afrontar los retos colectivos de hoy y de mañana de la forma más informada y responsable.

5.2. Misión del STO Málaga

A través de la cooperación multisectorial y de todo el destino, el seguimiento, la evaluación y la presentación de informes regulares y holísticos sobre los impactos del turismo, la misión del observatorio es desbloquear el potencial del turismo como catalizador para un cambio positivo al reunir todos los conocimientos de datos que son relevantes para destinos sostenibles y resilientes y Brindar a todas las partes interesadas la oportunidad de crear un modelo de turismo que pueda equilibrar las necesidades de las personas, el planeta y la prosperidad.

El Observatorio realizará un seguimiento, evaluación y difusión de los desarrollos de Málaga y los impactos que tienen sobre el destino, su entorno natural y sus habitantes. Se esforzará por garantizar información holística y confiable para una toma de decisiones bien informada, señalar riesgos y oportunidades, desarrollar ideas y brindar recomendaciones y mejores prácticas para la mejora continua del turismo sostenible y la gestión inteligente de destinos. La habilitación de la concienciación, el aprendizaje y la toma de decisiones basada en la evidencia para los diferentes grupos objetivo de la sociedad malagueña será su eje central.

5.3. Objetivos del STO Málaga

El establecimiento del observatorio representa el siguiente paso lógico en los esfuerzos de Málaga por crear y mantener un destino sostenible que salvaguarde un entorno saludable para el anfitrión y los huéspedes.

Esto se logrará aumentando y mejorando la disponibilidad de datos a través de una recopilación de datos regular y más holística que vaya más allá de la información tradicionalmente principalmente económica y relacionada con el mercado. Además, al

hacer que los datos sean accesibles para todos los actores del turismo en el destino e involucrarlos en la planificación estratégica del área de monitoreo, se garantizará un enfoque de monitoreo inclusivo que fomente la colaboración, la confianza y una conciencia general y un sentido de responsabilidad colectiva en el destino. Además, al generar información, el observatorio podrá identificar riesgos y oportunidades, ayudar a desarrollar ideas, mostrar las mejores prácticas y brindar recomendaciones que fortalezcan la gestión sostenible e inteligente de los destinos.

En resumen, el objetivo principal del observatorio es convertir a Málaga en un centro de transferencia de conocimiento e información en el ámbito turístico y sostenible. Los objetivos detallados que son necesarios para lograr esta visión son:

- Mejorar la calidad de los datos existentes y potenciales
- Crear perspectivas continuas y confiables sobre las tendencias y dinámicas del turismo
- Mejorar la accesibilidad de los datos disponibles para todas las partes interesadas
- Aumentar el conocimiento y la comprensión sobre el desarrollo turístico
- Proporcionar evidencia tangible sobre el valor del turismo y sus impactos
- Fortalecer la toma de decisiones basada en datos
- Facilitar la priorización de decisiones y acciones de desarrollo
- Reducir las brechas de información y fomentar los estándares de datos
- Facilitar la evaluación comparativa del progreso propio y con otros destinos
- Aumentar la cooperación dentro y entre organizaciones
- Incrementar la productividad y competitividad de las organizaciones
- Aumentar los compromisos de todas las partes interesadas del turismo para compartir datos
- Involucrar a todas las partes interesadas en la planificación estratégica a través de detalles sobre indicadores y prioridades
- Fomentar la responsabilidad colectiva en el destino

Al mejorar el panorama de datos para las partes interesadas del turismo en Málaga y fomentar una toma de decisiones mejor informada, la iniciativa busca ayudar a las regiones a pasar de un enfoque de desarrollo impulsado principalmente por el marketing a un enfoque de desarrollo más orientado a la gestión que sigue medidas preparadas para el futuro. de éxito donde el beneficio neto para la comunidad local juega un papel clave, creando así un cambio cultural relacionado con la gestión del turismo dentro del destino.

5.4. Beneficiarios del STO Málaga:

El Observatorio de Turismo Sostenible de Málaga atenderá a diferentes actores. Al generar conocimientos más holísticos más allá de los datos económicos tradicionales y reunirlos en una plataforma de datos (y, por lo tanto, facilitar el acceso a ellos), el STO busca apoyar a las partes interesadas del turismo en el destino con sus operaciones y gestión, permitiéndoles hacer más responsable y bien -decisiones informadas.

Estas partes interesadas incluyen empresas turísticas y operadores de la industria (lado de la oferta); instituciones educacionales; organizaciones turísticas locales, regionales y provinciales; ministerios, otros departamentos gubernamentales y asociaciones; operadores de transporte, infraestructura y servicios públicos; comunidades y asociaciones comunitarias; inversores y desarrolladores; asociaciones industriales y otras organizaciones relacionadas con el turismo.



6. Gobernanza del Observatorio

6.1. Estructura Propuesta del Observatorio

El observatorio estará liderado y albergado por el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad. La unidad contará con el apoyo de otros departamentos del Ayuntamiento que tienen información valiosa para el Observatorio. Además, el Observatorio podrá contar con un pequeño grupo de personas seleccionadas que han sido invitadas a formar el comité de expertos, las cuales estarán disponibles para brindar orientación y apoyo al Observatorio en caso de que surjan temas específicos que requieran conocimiento experto.

Es importante señalar que el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Málaga ya creó el denominado Observatorio Turístico²¹ de la Ciudad de Málaga en marzo de 2008. Sin embargo, hasta el momento, este ha sido simplemente un sitio web donde todos los resultados de la investigación del departamento han sido publicados, sin tener detrás una estructura específica como la prevista para el STO. En este momento, la ciudad está trabajando en el rediseño de todo el portal web de la ciudad, incluida la página del observatorio, lo que permitirá utilizar la nueva página como página oficial del nuevo STO, integrando así la información ya existente en el nuevo sitio web.

Además de las estructuras de información existentes dentro del departamento de turismo de la ciudad, se recopilarán datos adicionales a través de la asociación con importantes instituciones de investigación como el Observatorio del Medio Ambiente Urbano de la Ciudad (OMAU), la Universidad de Málaga (UMA) y el Centro de Investigación Estratégica y Desarrollo Económico y Social de Málaga (CIEDES). Con el tiempo, está previsto ampliar los socios de investigación si es necesario e integrar más y más información de proveedores de datos de terceros.

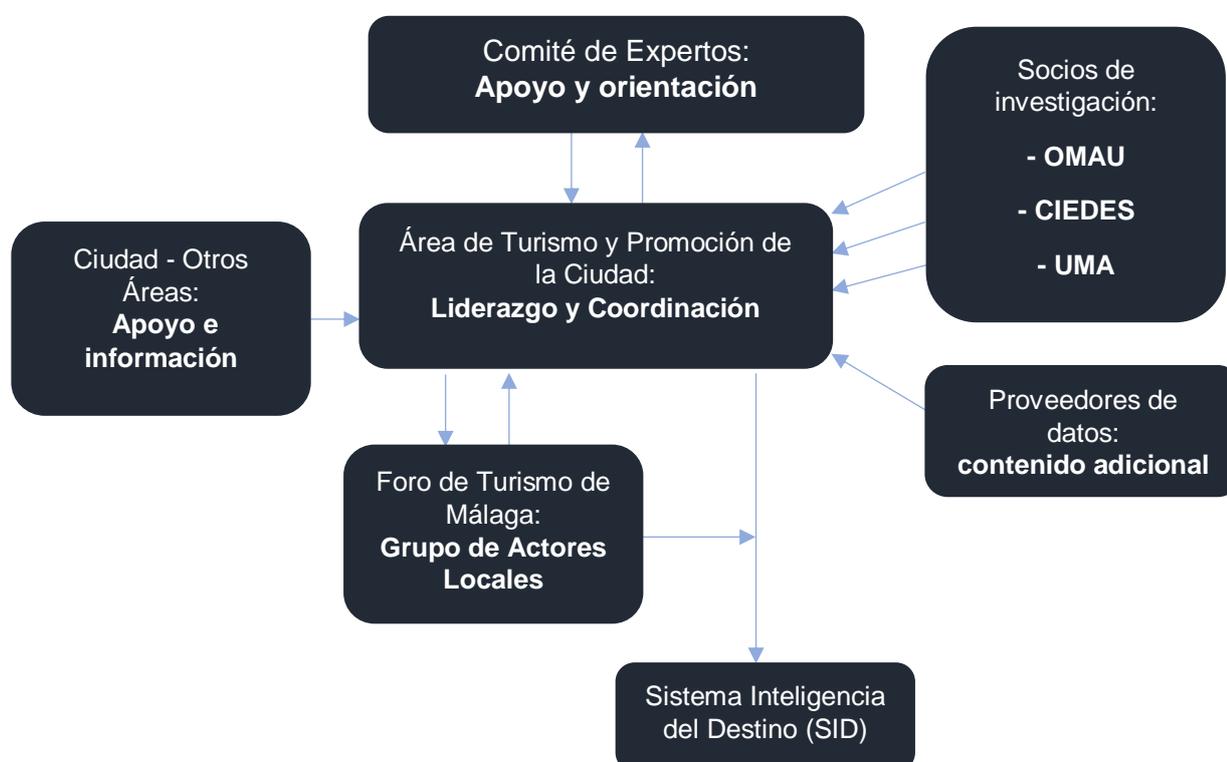
Finalmente, toda la información y las actividades planificadas serán revisadas y discutidas conjuntamente con los miembros del grupo de actores locales. Este grupo es una entidad ya existente llamada Foro Turismo Málaga, que agrupa a más de 20

²¹ <http://www.malagaturismo.com/es/paginas/observatorio-turistico/410>

entidades y asociaciones locales y se reúne cada dos meses para debatir las últimas novedades turísticas de la ciudad. Para evitar la duplicación y el aumento de la carga de trabajo de los miembros del grupo, toda la información relevante relacionada con el Observatorio se discutirá con ellos periódicamente en sus reuniones ya planificadas. Dependiendo de los temas, se pueden invitar organizaciones adicionales a estas reuniones, lo que las convierte en un foro perfecto para el Observatorio.

Una vez que las actividades hayan sido revisadas y discutidas con el grupo de actores locales, se planea importar todos los datos al Sistema de Inteligencia Turística de Málaga (SID) existente y compartirlos con todas las partes interesadas relevantes del turismo en el destino.

La propuesta de estructura de gobernanza del Observatorio de Turismo Sostenible (STO):



6.2. Actores relevantes para el Observatorio

1) Anfitrión/Líder del Observatorio:

- Área de Turismo y Promoción de la Ciudad

2) Comité de Expertos (La Ciudad):

- Representante: Alcaldía
- Jefe de departamento: Innovación y digitalización urbana
- Jefe de departamento: Sostenibilidad ambiental
- Jefe de departamento: Gestión del territorio, movilidad y seguridad

3) Otras áreas de apoyo dentro de la ciudad:

- Departamento: Comunicación
- Departamento: Derechos sociales, igualdad, accesibilidad, políticas inclusivas y vivienda
- Servicios operativos, régimen interior, playas y eventos y otros

4) Socios de Investigación:

- Observatorio del Medio Ambiente Urbano de la Ciudad (OMAU)
- Universidad de Málaga (UMA)
- Centro de Investigación Estratégica y Desarrollo Económico y Social de Málaga (CIEDES)

5) Grupo de Actores Locales (Foro de Turismo de Málaga):

- Concejal Delegado de Turismo, Ayuntamiento de Málaga
- Director General de Turismo, Área de Turismo y Promoción de la Ciudad
- Director Técnico Málaga Congresos y Convenciones
- Director de Ferias y Congresos (FYCMA)
- Director General de la Consejería de Deportes de Málaga
- Director General de Cultura y Deportes de Málaga
- Vicepresidente Ejecutivo / Secretario General de la Confederación Empresarial de Málaga (CEM)
- Vicepresidente de la Asociación de Hoteles de la Costa del Sol (AEHCOS) - Málaga y Torremolinos
- Presidente de la Cámara de Comercio de Málaga
- Representante de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio
- Presidente de la Asociación de Empresarios de Vehículos de Alquiler de Andalucía (AESVA)
- Presidente de la Asociación de Hosteleros de Málaga (MAHOS)
- Presidente de la Asociación de Escuelas de Español para Extranjeros de Málaga (NACEM)
- Representante del Puerto de Málaga
- Presidente de la Asociación de Guías Oficiales de Turismo de Málaga (APIT)
- Presidente y Vicepresidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Andalucía (AEDAV)
- Director del Aeropuerto de Málaga
- Decano de la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga (UMA)
- Director de la División de Turismo y Urbanismo, Costa del Sol
- Presidente del Centro Histórico de Málaga/ Asociación de Vecinos (ACHMA)

El desarrollo reciente de la nueva Estrategia de Turismo 2021-24 ha proporcionado una plataforma para discutir e informar a las partes interesadas sobre la visión para crear un enfoque más estructurado para el monitoreo de datos en el destino, con el resultado de que la necesidad de un mejor seguimiento; el plan para establecer una plataforma Big Data y el plan para establecer un STO para la Ciudad se han incluido como algunas de las principales actividades prioritarias en la estrategia. Aunque no se organizó específicamente para discutir el establecimiento de un Observatorio, el enfoque participativo que se adoptó para el desarrollo de la estrategia fue también un primer proceso de participación para el STO.

En todas las consultas de las partes interesadas, la necesidad de una información mejor, más frecuente, más confiable y holística estaba saliendo claramente. Aunque a veces todavía está fuertemente vinculado a los esfuerzos y objetivos de marketing, se observó que la mayoría de las partes interesadas comprendían y favorecían el establecimiento de un sistema de seguimiento más estructurado en el destino y un intercambio de información más transparente. A partir de esas conversaciones, se identificaron las áreas problemáticas adicionales para monitorear. Además, durante el proceso de preparación del estudio preliminar en la segunda mitad de 2021, el departamento de turismo proporcionó una actualización a las partes interesadas relevantes del turismo, indicando la próxima incorporación a la red INSTO y el plan para presentar y discutir el contenido del estudio preliminar con más detalle en la primera reunión del Foro de Turismo de Málaga en 2022. También se han mantenido conversaciones con los socios previstos sobre roles y responsabilidades.

6.3. Financiamiento y Operaciones del Observatorio

Dado que el Observatorio formará parte integrante del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga, la financiación inicial para constituir la entidad y garantizar la longevidad de la estructura y las actividades básicas de seguimiento del Observatorio también procederá de el mismo departamento (por lo tanto, fondos internos ya existentes). Se planea financiar fondos adicionales para extender las actividades de monitoreo más allá de los conocimientos básicos y obligatorios en el futuro, incluidos proyectos de investigación ad-hoc y posibles actividades de exploración de datos, a través de flujos externos adicionales derivados de convocatorias públicas, así como colaboraciones con otras organizaciones. (por ejemplo, universidades, centros de investigación, etc.). Para poder atraer más fondos para el proyecto tanto interna como externamente, será clave mostrar su membresía en la red INSTO así como su valor a las diferentes partes interesadas en el destino y más allá, lo que facilitará asegurar a largo plazo apoyo y financiación.

En cuanto a las operaciones del día a día, las actividades iniciales del Observatorio se realizarán predominantemente a través de tres miembros del equipo ya existente dentro del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad: uno que estará a cargo de la comunicación y promoción (incluido el nivel político); uno para la administración y otro para las operaciones y la parte técnica del Observatorio. Además, las asociaciones ya existentes jugarán un papel clave en el apoyo de los esfuerzos del Observatorio en un principio. Dado que los esfuerzos del año inicial se centrarán especialmente en establecer las estructuras más eficaces; poner orden en los conocimientos de datos existentes; la integración en SID y el inicio de los procesos regulares de participación de las partes interesadas, es esencial que estas actividades sean dirigidas por miembros del equipo ya existentes, informados y bien conectados. Con más extensiones de las actividades de medición a lo largo del tiempo y actividades de investigación adicionales, se considerará una mayor colaboración con socios externos (por ejemplo, consultores, otras áreas del Ayuntamiento, las universidades, etc.).



7. Hoja de ruta: Fases de desarrollo planificadas

7.1. Actividades a corto plazo (2022)

En base a los objetivos del STO antes mencionados, se han definido y planificado a corto, mediano y largo plazo las siguientes actividades del observatorio:

<p style="text-align: center;">1</p> <p>Enero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Finalización de la identificación y revisión de datos existentes y fuentes de información relevantes para el STO. • Identificación de las necesidades de datos • Presentación de la solicitud para convertirse en miembro de la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT (INSTO).
<p style="text-align: center;">2</p> <p>Febrero - Abril</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Miembro oficial de la red INSTO. • Primera reunión del grupo de actores locales para presentar la iniciativa; Brinde una descripción general de las áreas problemáticas identificadas y los indicadores relacionados y comparta el cronograma y las actividades planificadas. • Conversaciones iniciales con fuentes de datos/proveedores de datos y exploración de posibles flujos de trabajo e intercambio de información (enfóquese primero en la información interna ya disponible). • Conversaciones iniciales con posibles socios de investigación y acuerdo de colaboración. • Presentación inicial e intercambio de información sobre la

	iniciativa con los departamentos relevantes dentro de la Ciudad.
3 Mayo – Julio	<ul style="list-style-type: none">• Revisión y estructuración de información de primera prioridad, incluyendo la definición de formatos, visuales y procesos de elaboración y análisis.• Decisión sobre áreas de seguimiento temáticas adicionales, incluidos los indicadores previstos a lo largo del tiempo.• Vinculación de las actividades de STO con la estrategia turística actual y los objetivos de otros planes de desarrollo de la ciudad que son relevantes.
4 Agosto - Octubre	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de una estrategia detallada de recopilación de datos y un plan de trabajo que incluya fases relevantes como la recopilación de datos, revisión, limpieza, preparación, etc.• Integración de indicadores prioritarios en SID que son relevantes para STO pero que aún no están incluidos en el sistema• Reunión del grupo de actores locales de mitad de año para discutir el progreso• Enfoque especial en el desarrollo de planes de investigación y recopilación de información preliminar en las áreas: accesibilidad y satisfacción de los residentes
5 Noviembre- Diciembre	<ul style="list-style-type: none">• Recopilar, revisar y visualizar todos los datos disponibles hasta la fecha y compartirlos con las partes interesadas para su revisión• Preparación del primer informe anual de progreso de la red INSTO• Revisar y afinar las actividades de investigación para el año siguiente• Reunión del grupo de actores locales de fin de año para presentar el informe anual

7.2. Actividades de mediano plazo (2023/2024)

2. Objetivos a medio plazo (2023/2024)			
Revisión y puesta a punto de la estructura inicial, indicadores, actividades y plan de trabajo del STO		X	
Evaluación y optimización de los procesos iniciales de recopilación de datos y esfuerzos de limpieza y preparación		X	
Discusiones detalladas con socios de investigación sobre proyectos conjuntos de datos: inicio de trabajos específicas		X	
Primera ampliación de indicadores existentes del STO y su integración al SID		X	
Revisión y adición de otras fuentes de datos externas a la combinación de indicadores ya existentes		X	
Revisión de la plataforma SID e inicio de ciclos de mejora de la experiencia del usuario		X	
Revisión de las áreas de enfoque y una extensión potencial de las mismas (y/o profundización de los conocimientos en estas áreas)		X	
Reuniones regulares continuas con el Grupo de Actores Locales para discutir el progreso, las prioridades estratégicas y las actividades		X	
Identificación y comunicación de ejemplos de mejores prácticas, potenciales y oportunidades en el destino		X	
Actividades generales de sensibilización en el destino en torno a la sostenibilidad y la resiliencia del destino		X	
Preparación del segundo informe anual para INSTO		X	
Establecer contactos e intercambiar conocimientos y experiencias con otros destinos turísticos en todo el mundo, comparar prácticas, discutir problemas y aprender unos de otros		X	

7.3. Actividades a largo plazo (4 años y más)

2. Objetivos a largo plazo (año 4 y posteriores)			
Revisión continua, ajuste y mejora de los conocimientos de datos de fuentes internas y externas			X
Extensión continua de indicadores por área temática así como extensión de temas a ser monitoreados			X
Traducción continua de las evidencias generadas para los diferentes actores del destino			X
Mejora continua de SID en términos de contenido y usabilidad			X
Fortalecimiento continuo y ampliación de alianzas para la investigación y el análisis de datos			X
Comunicación e intercambio continuos con las partes interesadas relevantes en el destino para fomentar la confianza, la comprensión, el compromiso, la colaboración y el apoyo a la iniciativa			X
Intercambio regular de experiencias con otros destinos a nivel mundial			X
Preparación y suministro de los informes anuales a la red INSTO y participación activa en las reuniones de la red			X





8. Temas y principales indicadores del STO Málaga

8.1. Descripción general de las áreas temáticas (obligatorias y voluntarias)

Este informe de estudio preliminar es el primer paso en el desarrollo del STO de Málaga como miembro de la red global UNWTO INSTO. Como compromiso con la red y para impulsar la toma de decisiones basada en evidencia en las principales áreas problemáticas de la ciudad, el observatorio continuará con los esfuerzos de la ciudad para mejorar y mantener su extenso inventario del lado de la oferta²². Además de esto, el STO planea medir la información en las siguientes áreas obligatoria y voluntaria:

Áreas temáticas obligatorias:

1. Estacionalidad Turística
2. Empleo
3. Beneficios económicos a nivel de destino
4. Gobernanza
5. Satisfacción Local
6. Gestión de la energía
7. Gestión del agua
8. Gestión de aguas residuales
9. Manejo de Residuos Sólidos
10. Accesibilidad
11. Cambio Climático

²² <http://www.malagaturismo.com/mapa-turistico/mapa.html>

Áreas temáticas adicionales importantes para Málaga:

1. Oferta turística (integrada en el área temática de estacionalidad)
2. Movilidad (incl. cruceros)
3. Producción Sostenible
4. Eventos Sostenibles
5. Información relacionada con la salud
6. Educación y Formación en Sostenibilidad

8.2. Indicadores detallados por área temática

La siguiente tabla ofrece una descripción general de los indicadores identificados que se prevé medir desde el primer año del establecimiento del STO, así como aquellos indicadores que ya están definidos pero requerirán revisión para generar los conocimientos deseados. Además de estos indicadores, se agregarán más indicadores con el tiempo a través de una revisión periódica de los datos disponibles y potenciales y la priorización de los mismos. En este momento, ya hay datos disponibles para todas las áreas temáticas obligatorias, así como información sobre el lado de la oferta turística y la movilidad. Estas dos áreas ya se agregaron a las áreas de emisión obligatoria. La actualización periódica y la recopilación de información sobre la oferta turística existente se considera una base importante para el seguimiento de todas las demás áreas temáticas, ya que ofrece una visión general del inventario turístico de Málaga y su evolución a lo largo del tiempo. Se espera que con el tiempo se agreguen otras áreas temáticas importantes, como la producción sostenible, los eventos sostenibles y la información relacionada con la salud, pero requerirán una revisión y planificación exhaustivas para generar información relevante en el futuro. Una vez que se recopilan los primeros indicadores, como se describe a continuación, se centrará en su optimización y extensión, así como en la adición de nuevos temas.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Oferta Turística y Estacionalidad			
Total de visitantes (pernoctas/excursionistas y por origen: nacional vs. internacional)	X		INE
Total de visitantes y pernoctaciones por tipo de alojamiento (& variación anual)	X		INE, RTA
Estancia media en hoteles y por procedencia	X		INE
Ocupación hotelera (y variación anual)	X		INE, RTA
Número total de alojamientos por tipo y categoría de establecimiento (& variación anual)	X		RTA, AEHCOS
No total de empresas turísticas (& no. de nuevas empresas por año)	X		RTA, Promálaga
Antigüedad de los establecimientos turísticos (por subsector)	X		RTA, Promálaga
Negocios abiertos todo el año		X	RTA, Ciudad de Málaga,

(por subsector)			Promálaga
Eventos especiales realizados durante las diferentes temporadas (nr. de eventos y participantes)		X	Más Málaga

*Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).

** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Beneficios laborales y económicos			
Empleo total	X		Ciudad de Málaga
Empleo turístico total (por subsector y variación anual)	X		INE, Ciudad de Málaga
Relación entre el empleo turístico y el empleo total	X		INE, Ciudad de Málaga
Desempleo total	X		INE, Ciudad de Málaga
Ratio de empleo a tiempo parcial/a tiempo completo en turismo	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Ratio hombres/mujeres empleados en turismo	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Salario medio del turismo (por subsector)	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Valor del turismo (efecto multiplicador)	X		SAETA; Ciudad de Málaga
Gasto medio diario (EUR)	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Presupuesto promedio de viaje de los visitantes	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Impacto económico total (y directo e indirecto)	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Rentabilidad Hotelera – RevPar & ADR (& variación anual)	X		INE
Ingresos totales generados por el turismo	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Contribución del turismo al PIB local (%)	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Ingresos por permisos, licencias o concesiones comerciales	X		CIEDES
Revenue from tourism taxes	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo.
Gastos anuales totales en turismo	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Annual expenditures on tourism as % of total tourism revenue	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo

*Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).

** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.

Los indicadores enumerados anteriormente para las áreas de oferta turística y estacionalidad, así como los beneficios económicos y de empleo presentan algunos de los indicadores clave más básicos que se han recopilado para la ciudad, lo que ayuda a comprender la dinámica económica clave en el destino. Dado que estos son puntos de referencia bien establecidos para todas las partes interesadas en el destino, seguirán funcionando como la base para el análisis de las tendencias del turismo, junto con información relacionada con el mercado que también está disponible pero

que no es tan relevante para el trabajo del Observatorio. Para todas las áreas temáticas, y como se indica en el plan de turismo actual de Málaga, se considerarán y examinarán otras posibles fuentes de información, si están disponibles, para mejorar la calidad general de los conocimientos recopilados.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Gobernanza			
¿La organización tiene empleados responsables de la sustentabilidad (p. ej., oficial de sustentabilidad, gerente de sustentabilidad)?	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
No. y porcentaje de empresas turísticas con certificación de sostenibilidad (por subsector)		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Comunicación de temas de sostenibilidad a empresas relacionadas con el turismo (Medios de comunicación, reuniones, contacto directo, etc.)	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Vinculación del plan de desarrollo turístico local con el plan provincial	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
No. de fondos disponibles por año para el desarrollo turístico	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Plataforma de datos turísticos disponible para los interesados en el destino	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Medición de indicadores identificados, con resultados registrados y publicados al menos anualmente	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Existencia de un plan de reducción de riesgos, gestión de crisis y respuesta a emergencias para el turismo		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Resumen de la normativa existente sobre arrendamiento y explotación turística de inmuebles, con constancia de su aplicación y cumplimiento	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo; RTA
% de superficie sujeta a control (densidad, diseño, etc.)		X	Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana
% de superficie destinada a fines turísticos, para edificaciones		X	Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana
Existencia de criterios específicos para el control del desarrollo turístico en los planes, tales como número máximo de hoteles/camas, estándares de densidad, controles de diseño, ambientales y sociales, etc.		X	Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana
Existencia de un grupo de trabajo de partes interesadas locales para el desarrollo y seguimiento del turismo	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Foro Málaga

**Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).*

*** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.*

La gobernanza juega un papel de enorme importancia en el trabajo del Observatorio, ya que esta temática ha sido uno de los aspectos clave destacados en la nueva estrategia turística de la ciudad. Con el objetivo de adaptar y mejorar las estructuras de gestión y gobernanza turística de la ciudad, Málaga se ha comprometido a seguir una visión más holística de su modelo turístico con estructuras y procesos organizativos claros donde las responsabilidades y acciones se definen conjuntamente con las partes interesadas, y donde los planes de acción y la evaluación de objetivos están claramente definidos (Proyecto 1.1. de la nueva estrategia de turismo).

Como se mencionó anteriormente, en este contexto, la ciudad destaca especialmente la importancia de un seguimiento continuo de los objetivos e indicadores de desarrollo; la elaboración de nuevas fuentes de datos; la implementación de un sistema Big Data para el turismo; el compromiso y la participación de los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones; una mayor colaboración entre las partes interesadas, así como el establecimiento del Observatorio, entre otros. Con los indicadores enumerados anteriormente, el Observatorio contribuirá a las ambiciones definidas por la ciudad mediante la creación de un mecanismo de rendición de cuentas para monitorear la implementación de las metas y actividades definidas.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Satisfacción local			
Población total (por barrio; demografía y evolución en el tiempo)	X		Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana
Precios de la tierra y la vivienda (y evolución en el tiempo)		X	Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana
Información sobre el seguimiento periódico de la satisfacción local	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Satisfacción local con el turismo, basada en cuestionario de residentes y/o informe de percepción turística		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Existencia de un plan de turismo regional/local aprobado por las partes interesadas	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Compromiso integral con las residencias locales a lo largo del desarrollo de la estrategia regional	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Programa de información, educación y formación en turismo para residentes		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Signos registrados de insatisfacción con el turismo por parte de los residentes	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Nivel de comprensión de los residentes sobre el turismo y sus impactos		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo

**Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).*

*** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.*

Los indicadores enumerados anteriormente ofrecerán además información sobre un área temática que es importante fortalecer en los próximos años en la ciudad, como se describe en la nueva estrategia de turismo. Meta 3.3. y 3.4. de la estrategia establece claramente los objetivos para comprender mejor y mejorar las percepciones de los ciudadanos con respecto al turismo, incluidas las de los actores del sector local. Otros objetivos de la estrategia, como la implementación de un plan de accesibilidad y el aumento de la seguridad sanitaria para todos los actores, indirectamente jugarán un papel adicional en el logro de este objetivo de mejorar la satisfacción local, ya que estas acciones contribuirán a mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. Como se mencionó anteriormente, la ciudad actualmente está comenzando a desarrollar ideas para el monitoreo regular de la satisfacción local, un proceso al que el Observatorio podrá contribuir no solo en esta fase conceptual inicial sino, lo que es más importante, más adelante, en la implementación del monitoreo regular. y el análisis de los resultados.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Gestión de energía y agua			
Objetivos de consumo de energía (definidos y publicados)	X		Agencia Municipal de Energía
Lista de programas existentes para aumentar la eficiencia energética	X		Agencia Municipal de Energía
Inversión en energías renovables y porcentaje del suministro/consumo total		X	Agencia Municipal de Energía
Apoyo e incentivos para el control y la reducción de energía por parte de las empresas		X	Agencia Municipal de Energía
Consumo per cápita de energía de todas las fuentes (en general y por sector turístico - por persona y día)		X	Agencia Municipal de Energía
% de consumo de energía procedente de recursos renovables (en destinos, establecimientos)		X	Agencia Municipal de Energía
Número de establecimientos turísticos (por ejemplo, hoteles) que utilizan fuentes renovables; generan energía propia		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Agencia Municipal de Energía
Volumen de consumo total de agua (y uso doméstico, organismos públicos e industrial)	X		EMASA
Ahorro de agua de los ciudadanos – consumo anual en la ciudad (% reducido, recuperado o reciclado)	X		EMASA
Precio del agua por litro o metro cúbico (doméstica vs industrial)	X		EMASA
¿Existe un programa de monitoreo de la calidad del agua?	X		EMASA
Seguimiento de las aguas de baño, con certificación e	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo; EMASA

identificación de los lugares que cumplen los estándares establecidos			
No. de fuentes de agua potable en la ciudad	X		EMASA

*Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).

** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Gestión de Aguas Residuales y Residuos Sólidos			
Porcentaje de aguas residuales de destino/sitio que reciben tratamiento	X		LIMASA
Porcentaje de establecimientos (o alojamientos) turísticos con sistemas (adecuados) de tratamiento		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; LIMASA
Porcentaje del destino atendido por sistemas de aguas pluviales (separando las aguas residuales de la escorrentía y el drenaje superficial)	X		LIMASA, EMASA
Cantidad total de residuos recogidos		X	LIMASA
Volumen de residuos producidos por el destino (toneladas) / Años persona		X	LIMASA
Residuos atribuibles (por mes o temporada) al turismo		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; LIMASA
Volumen de residuos reciclados (m3)		X	LIMASA
Número de establecimientos turísticos que reciclan sus propios residuos (por ejemplo, compostaje)		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; LIMASA
% of destination area (especially in urban sites) covered by solid waste collection services		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; LIMASA

*Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).

** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.

Los indicadores enumerados anteriormente, así como los indicadores relacionados con el área temática del cambio climático, son información que el departamento de turismo de la ciudad no ha recopilado específicamente con fines turísticos en el pasado. No obstante, se dispone de mucha información gracias a los esfuerzos de recopilación de datos de las organizaciones del destino, como, por ejemplo, el Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU) del Ayuntamiento. Como se mencionó anteriormente, en el caso de la OMAU y en el contexto del Plan Alicia, actualmente se están realizando esfuerzos para definir nuevos indicadores relacionados con el clima también para el turismo, lo que presenta una enorme oportunidad para fortalecer alianzas y vincular más al sector turístico con estos esfuerzos continuos. Esto también incluye la oportunidad del Observatorio de contribuir al plan de la ciudad para convertirse en carbono neutral para 2050, con un

objetivo intermedio de reducción del 55% de las emisiones para 2030, contribuyendo con más información específica del turismo a estos objetivos. Para lograr este apoyo y contribución activos, el primer año del Observatorio será importante no solo para definir y afinar los conocimientos deseados, sino también para establecer estructuras regulares de comunicación interorganizacional entre entidades relevantes para garantizar intercambios de información duraderos y continuos y apoyo para estos esfuerzos.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Accesibilidad			
Existencia de regulaciones y estándares con respecto a la accesibilidad de los sitios, instalaciones y servicios para visitantes	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
Existencia de un Plan/Programa/Actividades de Turismo Accesible	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Información sobre la extensión/proporción de sitios e instalaciones para visitantes que son accesibles	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
Información sobre accesibilidad incluida en las comunicaciones sobre el destino en su conjunto	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
No. de empresas turísticas con certificación de accesibilidad (por subsector)		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
No. de alojamientos con algún nivel de accesibilidad		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
No. de edificios públicos con algún nivel de accesibilidad		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
No. de productos e itinerarios accesibles adquiribles (y cambio a lo largo del tiempo)		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion
# de empresas que ofrecen experiencias específicas con guías capacitados para personas con diferentes rangos de necesidades de acceso		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo; Ilunion

*Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).

** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.

La accesibilidad es otra área clave para la ciudad que ha sido destacada en la estrategia turística. Tras los esfuerzos del Plan Estratégico de Turismo Accesible para la Costa del Sol, recientemente lanzado, Málaga está actualmente en proceso de establecer un plan de accesibilidad para el turismo en el destino. Como se mencionó anteriormente, el plan se está desarrollando actualmente en asociación con una entidad externa seleccionada y el Observatorio será un componente clave para apoyar la implementación de las actividades planificadas, así como el seguimiento y análisis de los resultados futuros. Para el primer año de establecimiento del Observatorio, se esperan más actividades de planificación e inventario básico (por ejemplo, crear una descripción general de los establecimientos accesibles con sus características específicas) para tener una base sólida para futuras actividades de medición.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Cambio climático			
La huella de emisión del destino	X		Ciudad de Málaga; OMAU
Objetivo(s) climático(s) de la ciudad	X		Ciudad de Málaga; OMAU
¿La ciudad y el municipio cuentan actualmente con un plan de acción/estrategia/hoja de ruta climática?	X		Ciudad de Málaga; OMAU
¿Ciudad comprometida con cierto marco formal de acción climática?	X		Ciudad de Málaga; OMAU
¿Su organización divulga la información sobre las emisiones de sus operaciones turísticas?	X		Ciudad de Málaga; OMAU
¿Compromiso de las OGD/autoridades locales con las empresas turísticas sobre el cambio climático y los esfuerzos de descarbonización?	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
No. de organizaciones socias con las que la autoridad de turismo colabora en el área de cambio climático		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Orientación y capacitación existentes para empresas turísticas sobre cambio climático y acciones potenciales		X	Ciudad de Málaga/Área de Turismo
No. de eventos climáticos extremos: inundaciones; incendios, sequías y deslizamientos de tierra, etc.		X	Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana; OMAU
Grado en que las zonas turísticas clave están cubiertas por planes de contingencia o emergencia (existencia de plan, % de superficie incluida)		X	Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana & Área de Turismo
Una evaluación del riesgo climático, que cubre los riesgos actuales y futuros, realizada y puesta a disposición del público	X		Ciudad de Málaga / Área Planificación Urbana; OMAU
¿Existe apoyo y orientación para alojamientos y restaurantes en la reducción de productos plásticos de un solo uso (SUPPS)?	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo

*Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).

** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.

Indicadores	Año 1*	Año 2+ **	Fuentes
Movilidad			
No. de pasajeros que llegan al aeropuerto (internacional / doméstico)	X		AENA
Nº total de conexiones aeroportuarias (int./domésticas)	X		AENA

Ingresos totales generados por aeropuerto		X	AENA; Málaga Aeropuerto (AGP)
Nº total de empleados del aeropuerto (tiempo completo/tiempo parcial; y género)		X	Málaga Airport (AGP)
Número total de cruceros que llegan	X		Autoridad Portuaria Málaga
Cruceros totales por mes/año (int./doméstico)	X		Autoridad Portuaria Málaga
Gasto medio de los cruceristas	X		Ciudad de Málaga/Área de Turismo
Nº total de pasajeros de tren (por origen de los 3 principales)	X		Renfe

**Indicadores que ya están disponibles y/o pueden recopilarse y reportarse a partir del Año 1 (2022).*

*** Indicadores ya definidos donde se pretende incluirlos a partir del año 2/año3 pero que requieren una investigación más profunda.*

En cuanto a los conocimientos relacionados con la movilidad, ya existe una base sólida de datos disponibles que indican los volúmenes de viajeros que llegan a la ciudad a través de diferentes modos de transporte. Sin embargo, dado que existen esfuerzos para fortalecer aún más la conectividad del destino a través de sus puntos de acceso (especialmente el aeropuerto y el puerto) en los próximos años, agregando rutas de vuelo adicionales a más destinos y dando la bienvenida a más cruceros, el Observatorio jugará un papel importante. papel clave en el seguimiento de estos desarrollos a lo largo del tiempo. El enfoque en el sector de cruceros se ha destacado especialmente en la nueva estrategia, con una consulta específica a las partes interesadas implementada solo para este sector. En el futuro, el Observatorio podrá contribuir a una gestión responsable de estos desarrollos al ayudar a ampliar los datos actualmente disponibles sobre volúmenes a perspectivas más detalladas, que podrían incluir aspectos socioeconómicos como el empleo creado a través de estos puntos de entrada, género y distribuciones salariales de los empleados, así como posibles impactos ambientales.

ANEXO

A. MÁLAGA: CONTEXTO y ANTECEDENTES

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 superficie de 398,25 km² y una población de 578.460 habitantes en 2020. Es la segunda ciudad más poblada de Andalucía y la sexta más poblada de España.



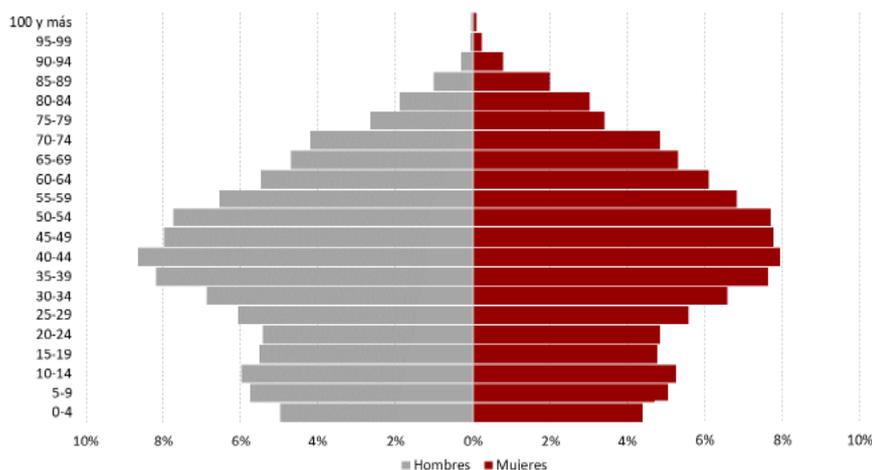
Evolución de la población y comparación de la Comunidad Autónoma con la provincia y la ciudad. Años 2020, 2018, 2013, 2008, 2003 y 1998

Year	Andalucía		Málaga Provincia		Málaga Ciudad	
	Total	Crecimiento	Total	Crecimiento	Total	
1998	7.326.459		1.240.580		528.079	
2003	7.606.848	3,8%	1.374.890	10,8%	547.105	3,6%
2008	8.202.220	7,8%	1.563.261	13,7%	566.477	3,5%
2013	8.440.300	2,9%	1.652.999	5,7%	568.479	0,4%
2018	8.384.408	-0,7%	1.641.121	-0,7%	571.026	0,4%
2020	8.464.411	0,9%	1.695.920	3,3%	578.460	1,3%

Fuente: elaboración propia a partir de "Estadísticas de Registro Continuo", Instituto Nacional de Estadística (INE). **Nota:** En 2020, Málaga fue la ciudad con mayor crecimiento demográfico de España respecto a 2019, con 8.169 nuevos habitantes. Esto se debió especialmente a la promoción activa como lugar para vivir para los trabajadores remotos desde el comienzo de la crisis de COVID-19. Para más detalles, consulte: <https://elpais.com/sociedad/2021-04-21/Málaga-se-convierte-en-la-provincia-que-mas-poblacion-gano-en-2020-gracias-al-teletrabajo.html>

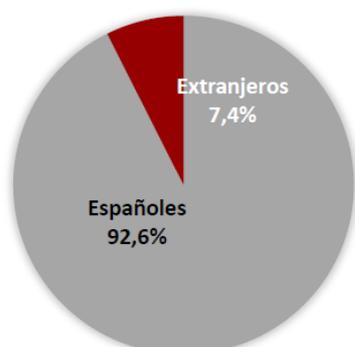
En 2018, la pirámide de población de Málaga presentaba características de envejecimiento de la población (el 17,4% de la población tiene más de 65 años, siendo la media nacional del 19%), con una mayor concentración de la población entre 36 y 64 años (este grupo de edad aporta juntos el 44,2% de la población malagueña) y con una distribución igualitaria entre hombres y mujeres. Del total de la población, alrededor del 93% eran de nacionalidad española y el 7% de nacionalidad extranjera.

Pirámide de población de Málaga por grupo de edad y sexo, 2018



Fuente: INE, 2019

Distribución de la población de Málaga (extranjera/nacional), 2018



Fuente: INE, 2019

Si bien no existe una pérdida de población relevante en el municipio en general, estudios recientes han demostrado que existe una pérdida de población en el Centro histórico de la ciudad, provocada por la gentrificación y el turismo, lo que ha supuesto un gran desafío para la ciudad. El estudio mencionado anteriormente desarrollado en el marco del proyecto Alter Eco financiado por la UE, que se publicó en 2020, mostró estos desarrollos:

Evolución de la población residente en el Centro de Málaga (por barrios)

Años Arrabales	Ciudad antigua	Ensanche Heredia	Total Centro Histórico	
1981	-	8.968	-	25.681
1986	-	8.548	-	24.076
1991	-	6.868	-	22.47
1995	-	6.028	-	21.186
1999	-	5.213	-	20.102
2005	-	5.51	-	21.603
2006	-	5.591	-	22.785
2007	15.593	5.456	2.687	23.736
2008	15.958	5.209	2.59	23.757
2009	16.119	5.196	2.566	23.881
2010	16.177	5.157	2.563	23.897
2011	16.35	5.046	2.592	23.988
2012	16.274	5.057	2.591	23.922
2013	15.982	4.944	2.545	23.471
2014	17.05	4.862	2.506	24.427
2015	16.956	4.72	2.456	24.132
2016	16.34	4.634	2.411	23.385
2017	15.724	4.615	2.489	22.828
2018	15.528	4.393	2.505	22.426

Fuente: Alter-Eco Project; Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU) Ayuntamiento de Málaga.

En términos de llegadas de turismo, Málaga ha experimentado un rápido crecimiento en el número de visitantes durante la última década. Como se mencionó anteriormente, 2019 representó el año más fuerte en términos de llegadas a la ciudad, con un total de 2.561.839 pernoctaciones (hoteles y otro tipo de establecimientos de alojamiento), así como 2.158.704 excursionistas. De los visitantes hospedados en hoteles, que fueron en total 1.410.036 visitantes, alrededor del 62% fueron visitantes internacionales. Entre 2018 y 2019, el número de visitantes alojados en hoteles aumentó un 3% y las pernoctaciones en hoteles aumentaron un 5,7%, aumentando más las pernoctaciones de los visitantes internacionales que las de los visitantes nacionales (7,3% vs. 2,7%).

Visitantes en diferentes tipos de alojamientos en Málaga, 2019

TIPO DE ALOJAMIENTO	Viajeros
VIAJEROS HOTELEROS	
Hotel 5*	31.755
Hotel 4*	516.279
Hotel 3*	555.973
Hotel 2*	107.302
Hotel 1*	4.097
Hostal/pensión 3*	27.914
Hostal/pensión 2*	71.449
Hostal/pensión 1*	95.266
TOTAL	1.410.036

TIPO DE ALOJAMIENTO	Viajeros
VIAJEROS NO HOTELEROS	
2. AT 2 Llaves	123.224
3. Vivienda con fines turísticos (*)	595.884
4. Vivienda en propiedad	31.767
5. Vivienda de familiares y amigos	301.785
6. Albergue	19.982
7. Residencia	31.767
8. Campamento Turístico	4.099
9. Otros. (Especificar)	43.295
TOTAL	1.151.803

Fuente: INE, 2019

Evolución de visitantes y pernoctaciones nacionales (izquierda) e internacionales (derecha), 2019



Fuente: INE, 2019

Las estadísticas basadas en hoteles mostraron que la duración promedio de la estadía fue de 1,98 noches en 2019 para los visitantes de la ciudad y la ocupación hotelera promedio alcanzó el 78,6% el mismo año. El ingreso medio por habitación disponible en los hoteles (RevPar) fue de 77,80 EUR y la tarifa media diaria hotelera rondaba los 98,10 EUR en 2019. (INE 2019)

En términos de mercados emisores, los cinco principales mercados turísticos extranjeros de la ciudad incluyen el Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y los Estados Unidos. No obstante, España sigue siendo el principal mercado emisor en general. De este mercado nacional, fueron especialmente los visitantes de la misma provincia (Andalucía), seguidos de los visitantes de Madrid, Cataluña, Valencia y Castilla de la Mancha los que más visitaron la ciudad. La siguiente es una descripción general de los mercados de origen nacionales e internacionales:

Origen de visitantes nacionales y pernoctaciones, 2019

Viajeros y pernoctaciones según Com. Autónoma		
Com. Autónoma	Viajeros	Pernoctaciones
Andalucía	249.792	394.631
Madrid. Comunidad de	108.174	205.521
Cataluña	39.748	69.799
Comunitat Valenciana	22.584	40.814
Castilla – La Mancha	14.135	27.913
Canarias	12.154	26.381
Castilla y León	11.134	25.289
País Vasco	10.240	23.757
Región de Murcia	9.701	17.352
Baleares	9.601	19.875
Galicia	8.389	17.873
Melilla	7.933	12.728
Extremadura	7.657	14.282
Aragón	6.655	15.699
Ceuta	6.039	9.418
Asturias	5.278	11.526
Cantabria	3.962	8.534
Navarra	2.961	6.928
La Rioja	1.899	4.095
Total	538.036	952.415

Fuente: INE, 2019

Origen de los visitantes internacionales y pernoctaciones, 2019

Viajeros hoteleros		
País	Viajeros	Porcentaje
España	538.038	38,16%
Reino Unido	133.646	9,48%
Alemania	69.915	4,96%
Francia	69.664	4,94%
Italia	69.441	4,92%
Estados Unidos	54.822	3,89%
Países Bajos	51.137	3,63%
Suecia	35.700	2,53%
Bélgica	31.342	2,22%
Noruega	25.736	1,83%
Dinamarca	24.674	1,75%
Irlanda	22.853	1,62%
Suiza	22.381	1,59%
Polonia	16.601	1,18%
Finlandia	15.583	1,11%
República China	14.855	1,05%
Canadá	14.299	1,01%
Rusia	12.971	0,92%
Portugal	10.442	0,74%
Argentina	9.856	0,70%
Austria	9.186	0,65%
Japón	8.489	0,60%
Brasil	6.968	0,49%
República Checa	5.564	0,39%
R. De Corea Del Sur	5.541	0,39%
México	5.301	0,38%
Turquía	3.358	0,24%
Hungría	3.158	0,22%
Grecia	2.826	0,20%
Ucrania	2.560	0,18%
Lituania	1.768	0,13%
Luxemburgo	937	0,07%
Resto De Ue	20.909	1,48%
Resto De Europa	9.195	0,65%
Resto De América	23.197	1,65%
Países Africanos	22.361	1,59%
Resto Del Mundo	34.763	2,47%
TOTAL	1.410.037	100,00%

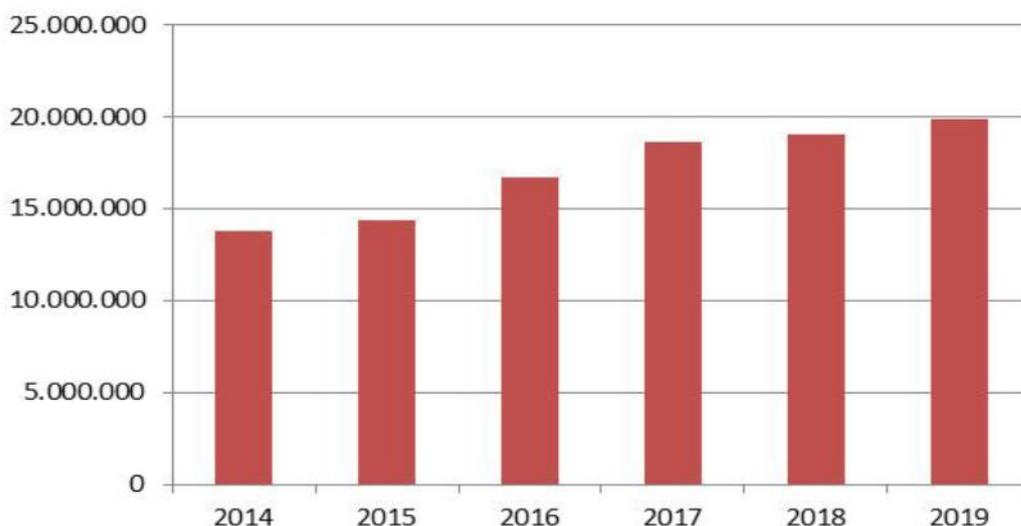
Pernoctaciones		
País	Pernoctaciones	Porcentaje
España	952.415	34,19%
Reino Unido	295.831	10,62%
Alemania	148.610	5,34%
Italia	139.172	5,00%
Francia	133.695	4,80%
Países Bajos	122.518	4,40%
Estados Unidos	104.698	3,76%
Suecia	74.495	2,67%
Bélgica	72.668	2,61%
Noruega	65.268	2,34%
Dinamarca	58.316	2,09%
Irlanda	54.928	1,97%
Suiza	52.345	1,88%
Finlandia	35.828	1,29%
Polonia	31.416	1,13%
Canadá	28.421	1,02%
Rusia	25.471	0,91%
Argentina	23.775	0,85%
Portugal	21.109	0,76%
Austria	20.570	0,74%
República China	18.643	0,67%
Japón	14.303	0,51%
Brasil	13.864	0,50%
República Checa	12.510	0,45%
México	10.158	0,36%
R. De Corea Del Sur	7.890	0,28%
Hungría	7.063	0,25%
Turquía	6.556	0,24%
Grecia	5.995	0,22%
Ucrania	5.585	0,20%
Lituania	3.671	0,13%
Luxemburgo	2.365	0,08%
Resto De Ue	46.830	1,68%
Resto De Europa	18.497	0,66%
Resto De América	45.227	1,62%
Países Africanos	38.395	1,38%
Resto Del Mundo	66.212	2,38%
TOTAL	2.785.313	100,00%

Fuente: INE, 2019

A la vista de los diferentes modos de transporte, Málaga es una ciudad que cuenta con importantes infraestructuras de comunicación con el resto de España. Para acceder a la ciudad cuenta con una línea de tren regular y de alta velocidad y un servicio de autobús que la conecta con las principales ciudades y municipios españoles, además de accesos por carretera, mar y aire.

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol es uno de los más importantes de España, situado a ocho kilómetros del centro de la ciudad. Durante el año 2019, el aeropuerto contó con 108 conexiones, de las cuales 19 fueron a otros aeropuertos españoles y 89 a internacionales. En cuanto a número de pasajeros, alcanzó los 19,9 millones de viajeros de llegada/salida y ha experimentado un crecimiento en el número de llegadas del 4,4% respecto al año anterior. En general, el 85% del tráfico de llegadas al aeropuerto se originó en los mercados internacionales.

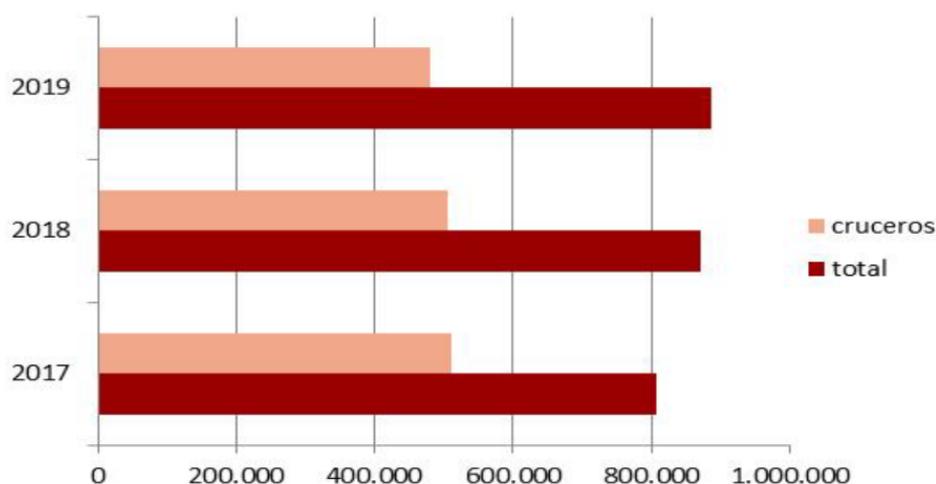
Evolución de los pasajeros aéreos al aeropuerto de Málaga - Costa del Sol, 2014-2019



Fuente: AENA, 2019

En cuanto a accesos marítimos, el puerto de Málaga se ha convertido en el quinto puerto de cruceros de España y el segundo de la Península y suele ser visitado por las navieras más importantes del mundo. La Autoridad Portuaria apostó por el tráfico de cruceros y el Plan de Ampliación ejecutado a principios de este siglo supuso la construcción de nuevas instalaciones para los buques, como el muelle de Levante, el nuevo Paseo de Levante, las terminales de cruceros y sus atraques anejos. Actualmente (antes de la pandemia), el puerto de Málaga cuenta con un número de pasajeros en torno a los 800.000, de los cuales más del 50% proceden de cruceros (en total 476.085 cruceristas en 2019 y un total de 288 barcos). De ellos, el 28% son pasajeros base, que inician o finalizan su itinerario en Málaga.

Evolución de los cruceros al puerto de Málaga, 2017-2019



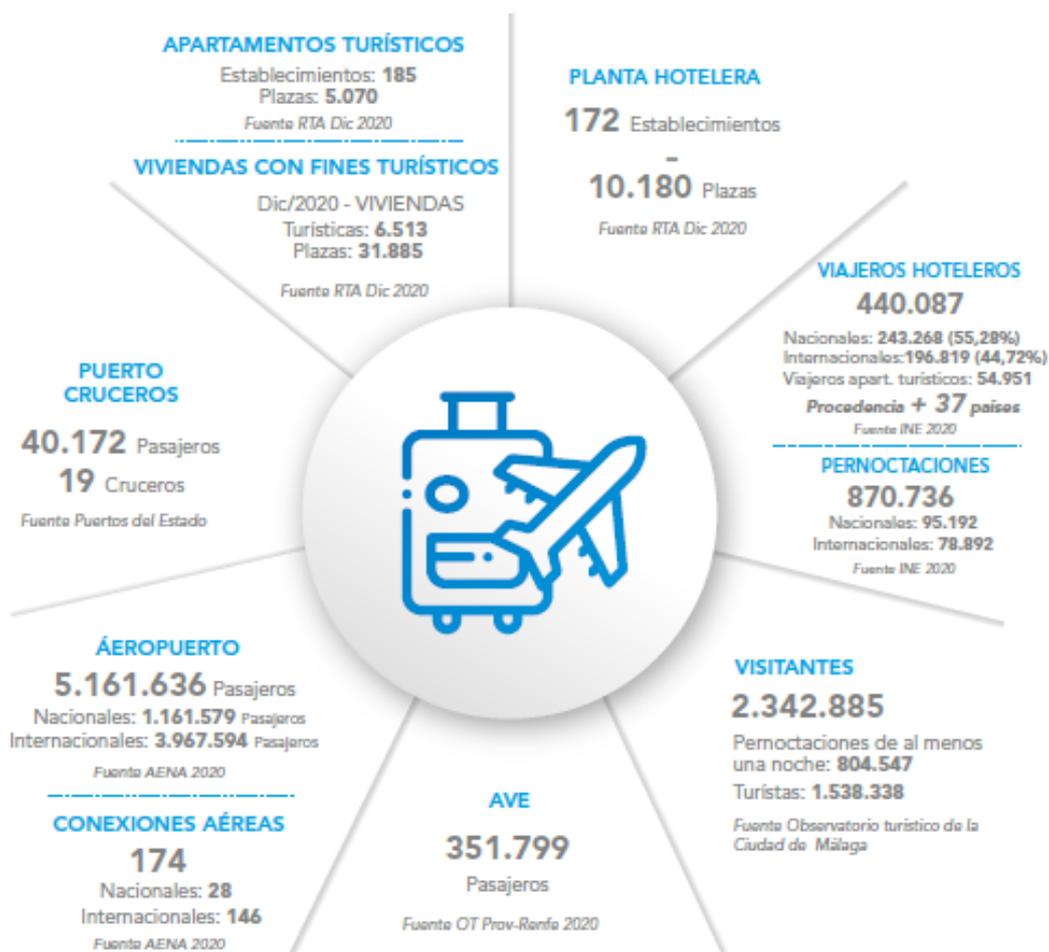
Fuente: Autoridad Portuaria de Málaga, 2019

Málaga también cuenta con una estación de Tren de Alta Velocidad Renfe y Cercanías llamada María Zambrano. Es uno de los nodos de comunicación ferroviaria más importantes del Sur de España y tiene 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 del servicio de cercanías. En 2019 llegaron 2,5 millones de viajeros de tren de Madrid a Málaga; 581.200 viniendo con el tren de alta velocidad desde Barcelona y 98.000 visitantes llegando desde Valencia. (Renfe, 2019)

Finalmente, en términos de impactos económicos, la ciudad estimó que en 2019, el gasto de bolsillo disponible promedio de los excursionistas ascendió a 74,25 EUR y el presupuesto promedio por viaje turístico a 711,5 EUR. Estas cifras suponen un impacto económico directo en el año analizado de 1.983 millones de euros y un impacto económico indirecto de 971.685 millones de euros, siendo el impacto económico total del turismo en la ciudad de Málaga de 2.955 millones de euros. En el sector hotelero, el aumento de la demanda generó alrededor de 1.570 puestos de trabajo más en 2019 respecto al año anterior, alcanzando un total de 34.500 empleos turísticos totales ese año. (Ayuntamiento de Málaga, 2020)

Por supuesto, y al igual que en el resto de destinos turísticos del mundo y de España, la crisis sanitaria del COVID-19 tuvo un impacto negativo tremendo en el desarrollo del turismo en la ciudad de Málaga. La siguiente infografía muestra una descripción general de los principales puntos de datos para 2020:

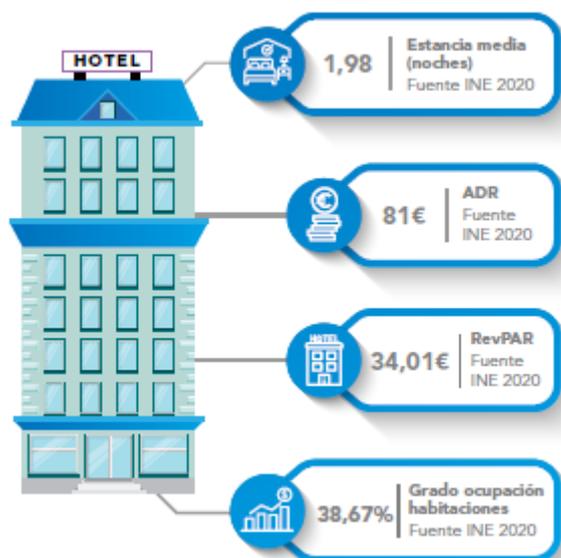
Resumen de los principales indicadores turísticos de la ciudad de Málaga, 2020



IMPACTO ECONÓMICO



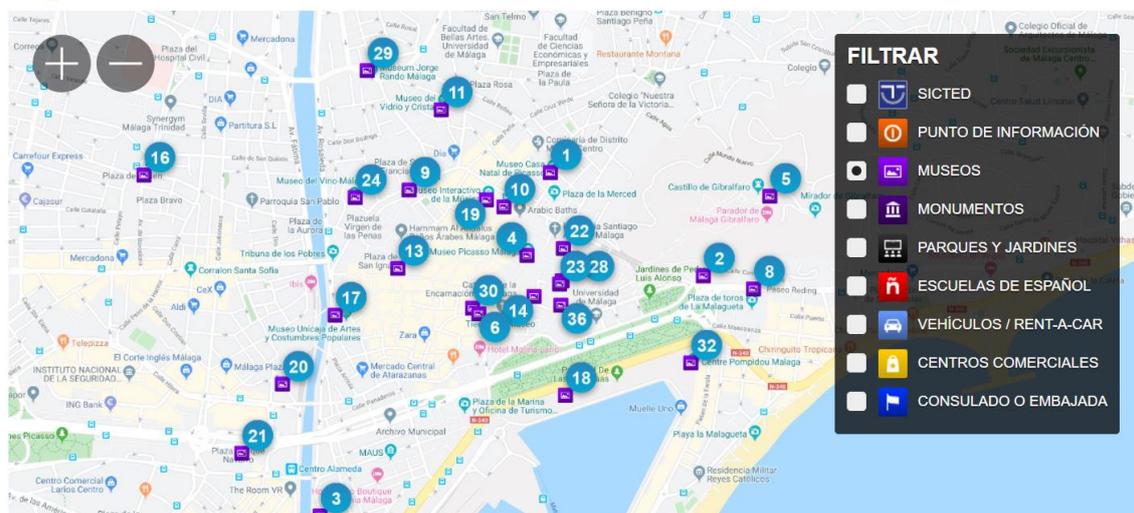
Fuente Estudio de perfil visitante de la Ciudad de Málaga Enero-Diciembre 2020



B. MÁLAGA: VISIÓN GENERAL DEL LADO DE LA OFERTA

Desde el punto de vista de la oferta turística, Málaga cuenta con una variedad de atractivos diferentes que han permitido a la ciudad reforzar su posición como centro cultural, con importantes eventos y congresos adicionales a lo largo del año. En 2019 había en total 40 museos, 14 galerías, 7 zonas gastronómicas y 53 monumentos y puntos/áreas de interés dentro de la ciudad. Gracias a esta variada oferta de productos, la ciudad ha logrado desarrollarse y posicionarse en torno a cuatro ejes fundamentales: la cultura; congresos; idiomas y cruceros. Además, las ventajas competitivas se han fortalecido en los últimos años en las siguientes áreas: salud, compras, gastronomía, industria y tecnología. Más recientemente y como se ve en el nuevo plan de desarrollo turístico, la ciudad se está enfocando aún más en fortalecer su imagen en las áreas de accesibilidad, naturaleza, cinematografía, ocio familiar y otros temas como se describe en la estrategia.

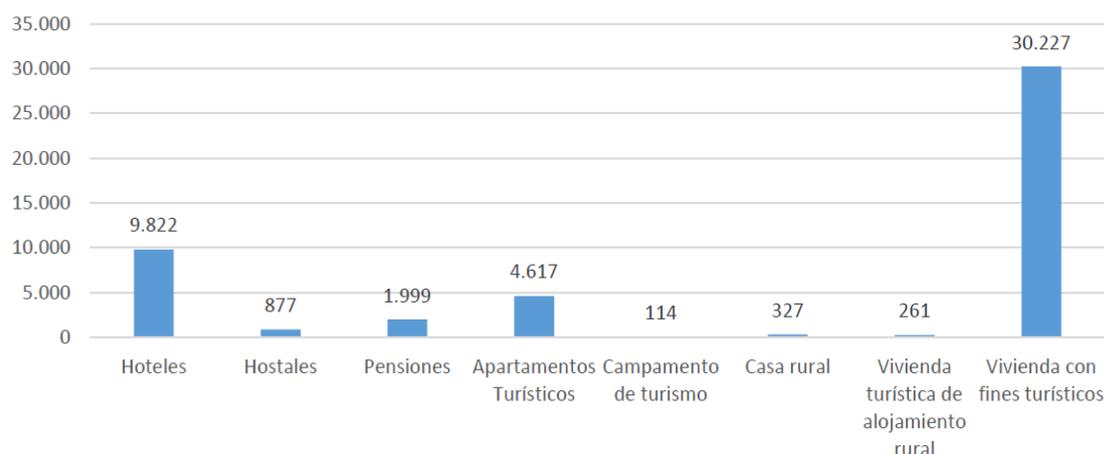
Mapa turístico



Enlace: <http://www.Málagaturismo.com/mapa-turistico/mapa.html>

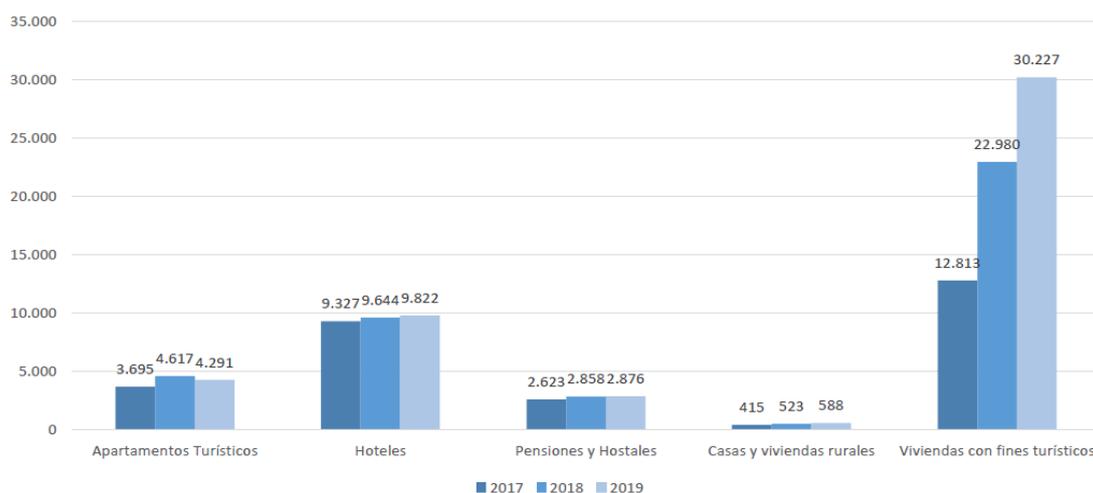
En cuanto a la oferta de alojamiento, en 2019 había alrededor de 410 alojamientos en la ciudad con un total de 18.017 plazas. Las ofertas de viviendas compartidas entre pares presentaron la mayor parte de las propiedades de alojamiento en 2019, con un total de 5.910 propiedades, incluidas 30.227 plazas que estaban disponibles a través de diferentes plataformas de reserva, es decir, casas privadas reservadas a través de plataformas de economía colaborativa (VFT). Por hoteles, fueron los hoteles de 4 estrellas los que más capacidades tuvieron en 2019 con 5.095 plazas, seguidos de los hoteles de 3 estrellas que sumaron 2.489 plazas.

Total de plazas ofertadas en Málaga por tipo de alojamiento, 2019



Fuente: RTA, 2019

Evolución de las plazas en Málaga por tipo de alojamiento, 2017-2019



Fuente: RTA, 2019

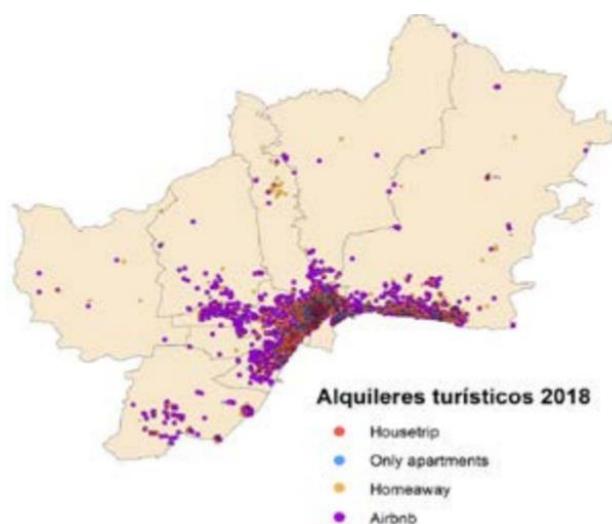
Resumen de alojamientos y plazas en Málaga por tipo, 2019

	Número Establecimientos	Plazas	
		Número Plazas	Cuota
Establecimiento Hotelero	77	9.822	20,36%
1 estrella	7	170	0,35%
2 estrellas	18	1.351	2,80%
3 estrellas	24	2.489	5,16%
4 estrellas	26	5.095	10,56%
5 estrellas	2	717	1,49%
Alojamiento Hotelero-Pensión	89	2.876	5,96%
Hostal 1 estrella	11	458	0,95%
Hostal 2 estrellas	10	419	0,87%
Pensión	68	1.999	4,14%
Apartamento turístico	171	4.617	9,57%
Primera (3 y 4 llaves)	11	424	0,88%
Segunda (2 llaves)	98	2.570	5,33%
Tercera (1 llave)	62	1.623	3,36%
Casa rural	37	327	0,68%
Casa rural básica	28	231	0,48%
Casa rural superior	9	96	0,20%
Vivienda turística de alojamiento rural	35	261	0,54%
Vivienda con fines turísticos	5.910	30.227	62,65%
Campamento de turismo	1	114	0,24%
TOTAL	6.320	48.244	

Fuente: RTA, 2019

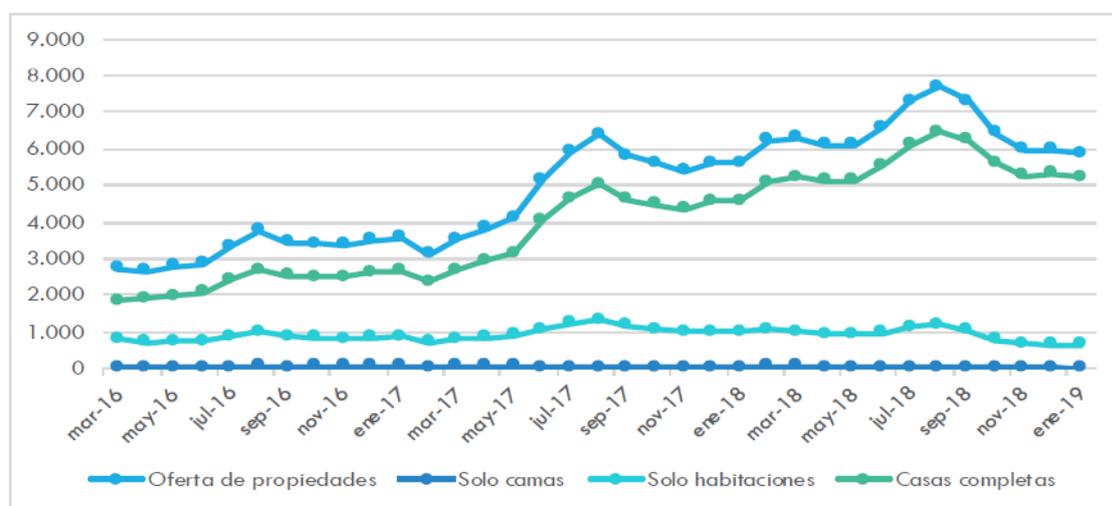
Las estadísticas anteriores muestran que a lo largo de los años, fueron especialmente las viviendas particulares en alquiler a turistas las que aumentaron en número en la ciudad, siendo una de las razones de la mencionada disminución de habitantes en el centro de la ciudad y presentando un desafío creciente para la ciudad (similar a muchos otros destinos en todo el mundo). Entre 2016 y 2019, el proyecto Alter-Eco analizó esta situación de desarrollo e identificó que alrededor del 70% de estos VFT disponibles (y registrados) se concentran en la zona centro de la ciudad, seguido del distrito Este de Málaga con un 11,23%. A continuación se muestra la evolución en el tiempo en cuanto a las propiedades que ofrecen la vivienda completa, solo las camas o las habitaciones.

Distribución espacial de VFTs en Málaga, 2018



Fuente: Datahippo 2019, visualizado para el proyecto Alter-Eco

Tipología de viviendas VFT ofertadas en Málaga, 2016-2019



Source: AirDna, 2019, visualizado para el proyecto Alter-Eco

No obstante, la investigación en el marco del proyecto Alter-Eco mostró que las ofertas disponibles identificadas en las plataformas de reserva más comunes superaban la oferta registrada oficialmente en Málaga en alrededor de un 22 %, lo que indica que hay incluso más ofertas disponibles para los turistas en toda la ciudad que se puede ver en las estadísticas oficiales. En términos de ocupación e impactos económicos, la investigación resaltó que este tipo de establecimientos suelen tener una menor ocupación que otros establecimientos oficiales como los hoteles. Sin embargo, las plataformas intermedias indican que la ocupación tiende a rondar el 60% también para las VFT, lo que aún está por confirmar. Las tarifas diarias promedio que se

encontraron a través de la investigación alcanzaron entre 69 euros en febrero y 111 euros en agosto de 2019. Sin embargo, dependiendo de las plataformas, estas cifras variaron. Se pueden encontrar más detalles en el estudio²³.

C. PROYECTO ALTER-ECO: ANÁLISIS DAFO DEL DESTINO

En el marco del proyecto Alter-Eco se realizó un análisis DAFO detallado de la situación de Málaga en cuanto a su desarrollo turístico. Aunque esto se hizo en 2017 y lo implementó un equipo externo de investigadores (por lo tanto, antes de la pandemia y sin representar el statu quo más reciente en términos de fortalezas, debilidades, desafíos y oportunidades para la ciudad), permite, no obstante, algunos antecedentes interesantes. Información sobre los últimos años que puede ayudar a comprender mejor la situación actual y futura.

FORTALEZAS

- Una ciudad emergente con fuerte posicionamiento en el segmento de turismo urbano 2000-2018.
- Consolidación de la estrategia integral de revitalización, movilidad y accesibilidad del Centro Histórico 1994-2018: recuperación de espacios degradados, ampliación de espacios públicos peatonales, actividad económica y fomento de la cohesión social.
- Importante capacidad de atracción de las infraestructuras de oferta turística, hoteles, apartamentos, hostelería, ocio, museos, patrimonio histórico, espacios naturales y playa.
- Aumentar la oferta de habitaciones de hotel y apartamentos turísticos, y la capacidad de personalizar la demanda a través de las TIC.
- Red de museos impulsada en los últimos diez años: Picasso, Casa Natal, Pompidou, Thyssen, Estado Ruso, Centro de Arte Contemporáneo (CAC), etc.
- Centro Histórico amigable para los peatones que favorece la realización de un elevado número de viajes a pie.
- Impulso de la actividad económica, el empleo y la consolidación/creación de empresas.
- Excelentes conexiones aéreas, por AVE o por mar que ofrecen sensación de proximidad.
- Capacidad para promover, organizar y gestionar grandes eventos que proyecten la imagen de la ciudad
- Dotación de estructuras de gestión turística, Área Municipal de Turismo, Málaga Convention Bureau, Palacio de Ferias y Exposiciones, SICTED, Observatorio de Turismo.
- Clima agradable durante todo el año.
- Agenda Urbana actualizada en 2015 que plantea la sostenibilidad del turismo urbano.
- Existencia de una mesa de trabajo con interlocutores de los diferentes sectores económicos, áreas municipales, asociación hotelera Ahecos, asociación de viviendas turísticas AVVA, asociación hostelera Mahos, Asociación de Vecinos, Universidad y Fundación Ciedes.

²³ http://static.omau-malaga.com/omau/subidas/archivos/1/2/8421/aproximacion-al-turismo-en-malaga-%28alter-eco%29_v5.pdf

DEBILIDADES

- Confusión en la situación legal de las viviendas de uso turístico y margen de mejora en la coordinación entre la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento.
- La concentración en la zona centro de la ciudad supone más del 70% del total de viviendas turísticas.
- Excesiva concentración de actividades económicas y comerciales (principalmente restaurantes, bares y franquicias) en algunas zonas del Centro Histórico.
- Ocupación abusiva de espacios públicos por parte de terrazas e instalaciones comerciales.
- Altos niveles de contaminación acústica en determinadas calles y plazas.
- Escaso cumplimiento de la normativa municipal para usos residenciales en plantas altas.
- Lentitud en la implementación de áreas saturadas acústicamente, así como en el establecimiento de nuevas normas para la preservación del medio ambiente y la capacidad de carga de la ciudad vieja.
- Margen de mejora en la decoración del mobiliario que ocupa el espacio público, y el diseño de algunas plantas bajas comerciales, incompatibles con la imagen patrimonial y arquitectónica de la ciudad vieja.
- Necesidad de mejorar la coordinación entre áreas municipales sobre los niveles de ocupación del espacio público (Urbanismo, Comercio, Medio Ambiente).
- Necesidad de ampliar y permear las zonas turísticas a otras zonas del Centro Histórico y de la ciudad para dispersar la presión y carga turística.
- Pérdida de población residente como consecuencia del aumento del precio de la vivienda y las molestias derivadas de la masificación turística.
- El uso de la vivienda en el Centro Histórico (más aún en la ciudad Vieja) soporta elevados incrementos de precios, y se sustituye el uso residencial habitual por la oferta de alquiler turístico.
- Desaparición progresiva del comercio tradicional: el éxito del valor de uso de la ciudad vieja recuperada, conlleva un aumento del valor de cambio, por lo que aumentan los ingresos por alquileres.
- Insuficiente oferta comercial y de servicios en vacaciones con coincidencia de cruceristas.
- Escasa formación profesional en el servicio y calidad del restaurante, cuyos locales de comida rápida aumentan más del doble que los de especialidades.
- Necesidad de establecer pautas de comportamiento regulado con las empresas de turismo online.
- Abandono de la imagen de referencia simbólica de la ciudad en beneficio del parque temático simulado.
- Excesiva dependencia del macrosector turístico, débilmente compensada por el sector industrial.
- Insuficiente participación del sector privado en las estructuras de promoción del turismo urbano y cultural.

AMENAZAS

- Hacinamiento y presión que genera malestar en la imagen turística de la ciudad y reduce la calidad de vida.
- Incremento de las quejas vecinales básicamente por el ruido y molestias generadas por las viviendas turísticas (diferentes horarios de actividad) y la creación de movimientos de rechazo social.

- Niveles significativos de oferta turística ilegal e ilegal que perjudican la oferta regulada.
- Crecimiento masivo y descontrolado de la oferta de viviendas turísticas, un 1.200% entre 2014 y 2017.
- Envejecimiento de la población, y falta de renovación de la población joven por los problemas derivados del aumento del precio de la vivienda, y la incomodidad de vivir en una zona masificada. Expulsión de residentes.
- Aumento significativo de la especulación en la compraventa y alquiler de viviendas.
- Importante escasez de oferta de vivienda en alquiler de larga duración.
- Saturación turística de la ciudad Vieja: alteración del entorno y del equilibrio del turismo urbano.
- Posible disminución de turistas y visitantes debido a la degradación causada por el hacinamiento excesivo y la falta de calidad de los servicios.
- Cuestionamiento del modelo turístico de “comida rápida”, low cost y masificado.
- Creciente competencia entre ciudades emergentes por el turismo urbano.
- Debilidad estructural ante crisis económicas y recesiones que afectan al turismo y su capacidad de gasto.
- Necesidad de coordinar la organización de recursos entre administraciones y organismos privados que desaprovechan sinergias y esfuerzos.
- Afrontar de forma imaginativa las nuevas formas de marketing directo entre el cliente y la oferta turística y que gracias a las TICs evita el clásico intermediario.

OPORTUNIDADES

- Eje de la conurbación turística de la Costa del Sol, que combina el turismo de sol y playa con el turismo urbano, cultural, histórico-patrimonial, gastronómico y de ocio.
- Valorar e integrar el paisaje urbano como recurso, cuidando no sólo su fragilidad y diversidad, sino también su vitalidad, prestando especial atención a las formas productivas tradicionales que históricamente lo han configurado.
- Mejorar el atractivo turístico y cultural de la ciudad.
- Promover realmente el turismo “colaborativo” original
- Aparición de la oferta ilegal y supuesta que contribuirá al pago de impuestos por su actividad económica.
- Facilitar nuevas formas de fraccionamiento vacacional, turismo joven, familiar o adulto con alta capacidad de gasto.
- Establecimiento de tasas turísticas que compensen el “gasto” turístico y estén destinadas a compensar la mejora de la calidad de vida de los residentes (equipamientos, mejora de los espacios públicos...).
- Adecuada relación de servicios y precios en relación con la competencia internacional.
- Amplia oferta de conexiones y combinaciones turísticas.
- Estrategia turística definida a nivel regional y metropolitano.

D. RECURSOS

Enlaces en el documento:

<https://fycma.com/evento/mobile-week-malaga/?lang=en>

<http://copernicus.adabyron.uma.es/wp-content/uploads/InfoPack.pdf>

<https://datosabiertos.malaga.eu/>

<http://www.malagaturismo.com/es/paginas/informes/362>

<https://www.costadelsolmalaga.org/bigdata/>

https://www.omau-malaga.com/2/com1_md3_cd-1627/alter-sostenibilidad-turistica

<https://ciedes.es/>

<https://www.promalaga.es/>

https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/cities/competition-winners-2020/malaga-winner-2020-european-capitals-smart-tourism_en

<https://www.omau-malaga.com/>

https://www.omau-malaga.com/45/com1_pb-0/com1_md2_cd-16/agenda-urbana

https://www.omau-malaga.com/agendaurbana/subidas/archivos/arc_155.pdf

<https://greencities.fycma.com/?lang=en>

<https://www.omau-malaga.com/agendaurbana/pagina.asp?cod=6>

<https://www.omau-malaga.com/agendaurbana/pagina.asp?cod=65>

<http://s3.malagaturismo.com/files/933/933/plan-estrategico-turismo-2021-2024-def.pdf>

https://static.costadelsolmalaga.org/omau/subidas/archivos/1/2/arc_8421_v5.pdf

<https://www.costadelsolmalaga.org/base/descargas/363652/plan-estrategico-turismo-accesible-costa-del-sol-occidental>

<http://www.malagaturismo.com/mapa-turistico/mapa.html>

<http://www.malagaturismo.com/es/paginas/observatorio-turistico/410>

Otros enlaces relevantes:

<http://www.malagaturismo.com/es/paginas/observatorio-turistico/410>

<https://www.malaga.eu/la-ciudad/instalaciones-y-espacios/>

<https://ciedes.es/el-plan/agenda-ods-2030.html>

<http://medioambiente.malaga.eu/es/huella-de-carbono/index.html>

<https://cemi.malaga.eu/es/apps-moviles/yo-gestiono-mi-agua/#.YZz9GdDMKUK>

<http://controlderuido.malaga.eu/>

<http://medioambiente.malaga.eu/opencms/export/sites/sostenibilidad/.content/galerias/legislacion/ord.aire.pdf>

<http://laconcepcion.malaga.eu/es/cambio-climatico/#.XkpttmhKjcs>

<http://www.malagaturismo.com/es/site/smarttourism/paginas/medio-ambiente/574>

<https://www.ine.es/>

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/>

<https://www.andalucia.org/es/datos>

<https://www.juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/6631.html>

<https://www.juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/6631.html>

<https://www.andalucia.org/es/datos>

<https://smartcitycluster.org/>

<https://planmeta2027.turismoandaluz.com/>

www.OpenForBusiness.Malaga.eu

<https://cemi.malaga.eu/es/apps-moviles/parques-empresariales/#.YZz9VdDMKUK>

<https://www.bic.es/>

<http://edusi.malaga.eu/es/programacion/marco-estrategico/agenda-urbana/#.Xkp1F2hKjcs>

<http://urbanismo.malaga.eu/es/plan-general-de-ordenacion/plan-general-vigente-2011/#.Xkp2rmhKjct>

<http://movilidad.malaga.eu/es/lineas-de-trabajo/plan-especial-de-movilidad-urbana-sostenible-pemus/>

<https://smart-lighting.es/greencities-malaga-autodrive/>

<http://novadays.eu/proyecto-automost-hacia-transporte-publico-autonomo/>

<https://www.endesa.com/en/press/press-room/news/energy-sector/endersa-leads-the-european-coordinated-project-to-create-a-european-energy-platform-and-open-the-market-to-consumers>

<https://www.urbener.com/zem2all/>

<https://www.malagaldia.es/2019/07/04/el-ayuntamiento-participa-en-el-proyecto-europeo-meister-destinado-a-potenciar-movilidad-electrica-en-ciudades/>

www.aforocostadelsol.es

<https://www.polodigital.eu/>

<http://bioeduca.malaga.eu/es/el-eco-mercado/>





OBSERVATORIO
DE TURISMO
SOSTENIBLE DE
MÁLAGA