



Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones

EL ÁREA DE TURISMO PRESENTA SU PLAN DE ACCIÓN 2022 CON EL LANZAMIENTO DE 24 NUEVOS PROYECTOS Y UNA APUESTA POR LA SEGMENTACIÓN

Proyectos tecnológicos, digitales y estratégicos mejorarán la experiencia del turista y la gestión de sus datos

Más de 25 acciones de promoción se llevarán a cabo en ferias y foros especializados tanto del mercado nacional como internacional

21/02/2022.- La concejala de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, Rosa Sánchez ha presentado esta mañana el Plan de Acción 2022, un año en que se otorga especial atención a la renovación digital y tecnológica en lo que a información y comercialización de la ciudad se refiere. En el acto han estado presentes miembros del Foro de Turismo de la Ciudad y del Cuerpo Consular.

Así, en palabras de la concejala, “el Plan de Acción 2022 quiere afrontar una mejora integral de la imagen de Málaga en el entorno digital para atraer al turista desde nuevos canales con una imagen renovada, así como facilitarles información durante su estancia en el destino de una manera cómoda y ágil. En definitiva: vamos a trabajar en la búsqueda de la excelencia del producto turístico, a lo que nos ayudará también la estrategia de segmentación trazada en el Plan Estratégico 2021-2024”.

En efecto, el Plan de Acción 2022 incluye la puesta en marcha de hasta 24 nuevos proyectos de carácter tecnológico, digital o estratégico. En el primer plano, se llevará a cabo un nuevo Sistema de Inteligencia Turística, la puesta en marcha del nuevo portal web de Turismo de Málaga, así como una App. Campañas programáticas, un Plan Estratégico de Marketing Digital completan los objetivos del plan en materia tecnológica, que buscan mejorar la gestión de los datos para presentar al potencial turista un destino ajustado a sus motivaciones.

En cuanto a la experiencia del turista en destino, el Plan de Acción 2022 busca mejorarla sustancialmente a través de nuevos proyectos digitales: la instalación de tótems táctiles, de puntos móviles de información turística son algunos de los productos a implementar.

En cuanto a la mejora de la ciudad como producto turístico, y ahondando en la política de sostenibilidad turística, que es uno de los pilares de la condición de



Destino Turístico Inteligente, el Área de Turismo tiene proyectado en su Plan de Acción 2022 hasta una docena de nuevos proyectos estratégicos.

La accesibilidad se abordará desde la redacción de un nuevo plan ex profeso; el turismo familiar se potenciará desde la creación una guía y un sello específicos y el segmento enogastronómico se verá enriquecido con la adhesión a la Ruta del Vino del Ronda y Málaga. Además, la promoción a intermediarios turísticos profesionales quedará potenciada gracias a una nueva herramienta online y la recuperación presencial de ferias y eventos promocionales tras la etapa más restrictiva de la pandemia que ha impedido el desarrollo de estas citas.

La mitad de las mejoras estratégicas de este Plan de Acción 2022 van encaminadas al aumento de la excelencia turística y el buen funcionamiento del sistema de calidad. Así, el SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destino) ofrecerá nuevos certificados, cursos de formación, aumentará la asistencia técnica a las empresas y mejorará la información y percepción del sistema, buscando mantener y ampliar el número de empresas distinguidas con este sello de calidad.

LOS SEGMENTOS TURÍSTICOS, CLAVES DEL PLAN DE ACCIÓN

Por su parte, los segmentos turísticos cobrarán singular importancia en el desarrollo del Plan de Acción 2022. La presencia en acciones y ferias de alcance nacional e internacional superará las 25, que serán, algunas de ellas, especializadas en segmentos como el cultural, el de naturaleza, el educativo o el de lujo, así como ferias de carácter genérico.

El Plan Estratégico de Turismo 2021-2024 cuenta con el desarrollo de los segmentos turísticos como uno de los pilares fundamentales para la ciudad. De esta manera, se puso en marcha un total de ocho mesas sectoriales: Valor añadido, Golf y Compras; Naturaleza, Sol y Playa; Educativo e Idiomático; Cruceros; MICE; Salud y Bienestar; Cultural y City-break y, finalmente, la mesa dedicada al segmento enogastronómico.

Todas estas mesas han establecido ya dos reuniones cada una de ellas, en donde se ha analizado el punto de partida de cada uno de los segmentos turísticos y sus potencialidades. Además, se han recogido sugerencias e impresiones de las entidades e instituciones de cada segmento y se ha elaborado una hoja de ruta a partir de las conclusiones obtenidas en cada encuentro.

Así, el Plan de Acción 2022 atenderá prioritariamente el desarrollo de los distintos segmentos turísticos. En el ámbito de cruceros, el Área de Turismo trabajará teniendo en cuenta la rápida recuperación del sector tras una etapa de restricciones. Asimismo, la celebración en Málaga del SeaTrade Cruise Med es un hito a destacar que otorgará visibilidad a la ciudad como destino de cruceros.



El Plan contempla ahondar en la complementariedad de la oferta cultural, mientras que para el segmento enogastronómico aprovechará los valores autóctonos y singulares de Málaga en este aspecto.

La consolidación post-pandemia será el principal objetivo del plan para el segmento idiomático y educativo, un espectro con potencial en la ciudad gracias a su oferta académica con numerosos centros de español acreditados.

En lo que a turismo de naturaleza se refiere, el Plan de Acción 2022 buscará aprovechar los distintos espacios naturales del término municipal de Málaga, mientras que va a trabajar en la búsqueda de experiencias exclusivas y de compras.

El trabajo del Área de Turismo en el segmento de turismo de reuniones para este 2022, por su parte, busca continuar trabajando en la mejora de la conectividad de la ciudad y tomar ventaja gracias a su condición de destino seguro.