



# ÁREA DE TURISMO, PROMOCIÓN DE LA CIUDAD Y CAPTACIÓN DE INVERSIONES

## PLAN DE ACCIÓN TURISMO 2022



## PLAN DE ACCIÓN 2022. PRINCIPALES OBJETIVOS.

- EL año 2022, es el año de la **renovación y transformación digital y tecnológica de la información y comercialización turística** de Málaga, puesto que entrarán en vigor nuevas herramientas e implementaciones que permitirán mejorar la difusión de la información turística en el mundo digital.
- Ejecutar el Plan Estratégico 2021-2024 conjugando sus objetivos principales con las recomendaciones de las mesas de segmentos turísticos, **a través de establecer acciones concretas** a desarrollar en el año 2022.
- Hemos desarrollado un plan de acción con una visión de **mejora integral** en:
  - La oferta en la ciudad a través de la segmentación.
  - La información ofrecida al turista en destino (más digital, más interactiva).
  - La inspiración hacia el turista a través de nuevos canales (más tecnológico).
  - La gestión del dato turístico y mejora de la sostenibilidad turística.
  - La calidad y de las certificaciones SICTED en Málaga.
- Reforzar la presencialidad en la comercialización turística en los mercados que están abiertos, así como potencial las herramientas digitales para **conseguir una presencia global y 360º** en aquellos mercados que permanecen aún cerrados.



# PLAN DE ACCIÓN 2022. NUEVOS PROYECTOS TECNOLÓGICOS: MEJORA DE LA INSPIRACIÓN TURÍSTICA Y LA GESTIÓN DEL DATO



NUEVO SISTEMA  
INTELIGENCIA  
TURÍSTICA



NUEVA WEB  
DE MÁLAGA  
TURISMO



NUEVA APP DE  
MÁLAGA  
TURISMO



NUEVAS  
CAMPAÑAS  
PROGRAMÁTICAS



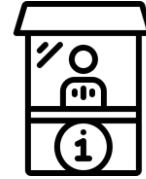
NUEVO PLAN  
ESTRATÉGICO DE  
MARKETING DIGITAL



# PLAN DE ACCIÓN 2022. NUEVOS PROYECTOS DIGITALES: MEJORA DE LA INFORMACIÓN AL TURISTA EN DESTINO



NUEVOS TOTEMS  
TÁCTILES  
DIGITALES



NUEVOS PUNTOS  
MÓVILES INFORMACIÓN  
TURÍSTICA



# PLAN DE ACCIÓN 2022. NUEVOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS: MEJORA DE PRODUCTO, COMERCIALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD



NUEVO PLAN DE  
ACCESIBILIDAD  
TURISTICA



ADHESIÓN A LA  
RUTA DEL VINO  
RONDA Y MÁLAGA



NUEVA HERRAMIENTA  
TURÍSTICA B2B



NUEVA GUÍA Y  
SELLO DE TURISMO  
FAMILIAR

**Málaga**  
Ciudad Genial



Ayuntamiento  
de Málaga



# PLAN DE ACCIÓN 2022. NUEVOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS: MEJORA Y AUMENTO DEL SISTEMA DE CALIDAD TURÍSTICA



**NUEVOS  
CERTIFICADOS  
SICTED**



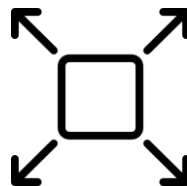
**NUEVOS CURSOS  
DE FORMACIÓN AL  
SECTOR**



**MANTENIMIENTO  
SELLOS CALIDAD  
ÁREA DE TURISMO**



**AUMENTO DE  
ASISTENCIA TÉCNICA  
A EMPRESAS**



**AMPLIAR Y MEJORAR  
LA PERCEPCIÓN DEL  
SICTED**



**AUMENTO EMPRESAS  
CERTIFICADAS EN  
CALIDAD**

**Málaga**  
Ciudad Genial!



Ayuntamiento  
de Málaga





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS.

Los datos turísticos del año 2021 de la ciudad de Málaga han sido significativos en tanto en cuanto **la recuperación turística ha sido una realidad**. El Área de turismo ha adaptado su estrategia desarrollando las acciones a desplegar durante el año 2022.

Para ello, **las fuentes principales** en las que se ha basado este plan de acción son:

- Las conclusiones y objetivos de las mesas de segmentos del área de turismo.
- El Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2021-2024.

Para ejecutar el plan de acción, se han preparado **acciones integrales y segmentadas** sobre:

- La oferta turística de la ciudad (destino)
- La demanda turística hacia Málaga (origen)
- La intermediación turística sectorial

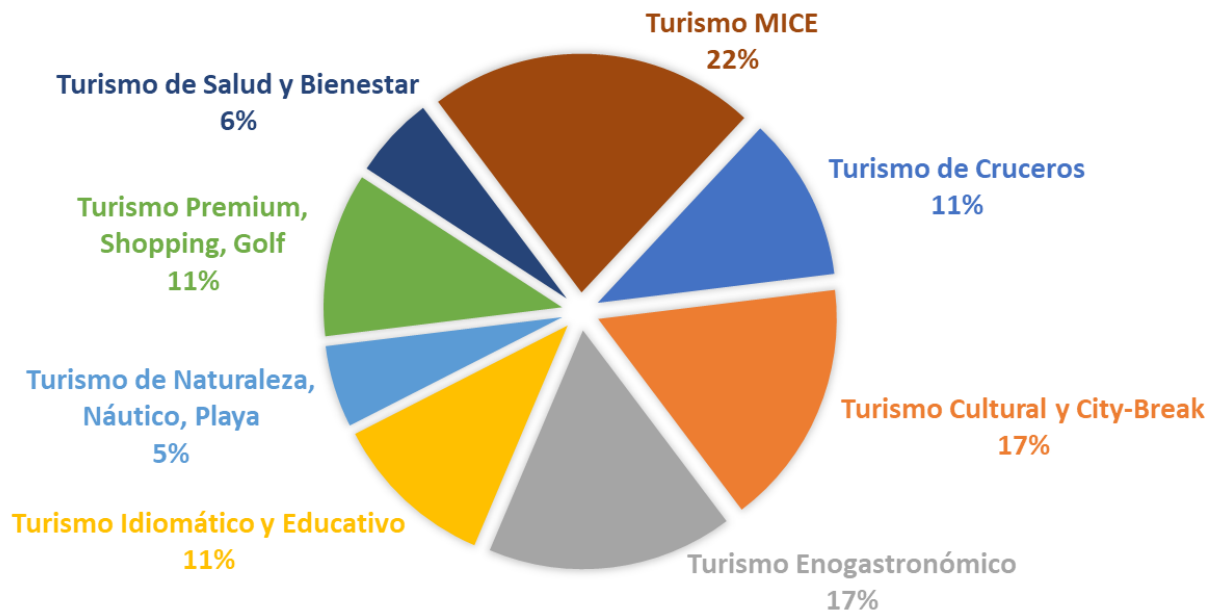
El resumen de las acciones de comercialización B2B de la ciudad de Málaga (**nacional + internacional: +25**) se dividen en:

- Ferias genéricas: 5 // Ferias segmento cultural y City-break: 3
- Ferias segmento de cruceros: 2 // Ferias segmento educativo: 2
- Ferias segmento Premium: 1-3 // Ferias segmento enogastronómico: 1-2
- Ferias segmento MICE: 3 // Ferias Andalusian Soul: 3
- Ferias segmento naturaleza: 5 // Webinars online: 10



# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS.

El porcentaje total de las acciones que se van a llevar a cabo tanto como nuevos proyectos, así como acciones sobre oferta, y acciones sobre demanda que se van a dedicar al desarrollo de los diferentes segmentos turísticos de la ciudad de Málaga, a lo largo del año 2022, se reparten como sigue:







# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 1. TURISMO DE CRUCEROS

- **Claves y objetivos del segmento.**
  - Rápida recuperación. Las navieras abandonan la burbuja y vuelven a poder visitar destino con normalidad.
  - Equilibrio entre la demanda efectiva de la mesa de turismo de cruceros y el plan estratégico.
  - Se trabajará en entender el perfil del nuevo crucerista.
  - Para la ciudad, la prioridad es la satisfacción máxima del crucerista con su visita a Málaga en convivencia con el ciudadano local, con la movilidad y con los tiempos de visita.





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 1. TURISMO DE CRUCEROS.

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Analizando el perfil del crucerista	Datos dinámicos sobre el comportamiento
Mejorando conectividad con EEUU y LATAM	Impulso al grupo de trabajo aeroportuario
Aplicación de la digitalización y de Big Data	Inclusión de área cruceros en el SID
Incorporar productos, servicios y experiencias novedosas premium	Diseñar experiencias y propuesta de valor
Optimizar flujos de cruceristas en la ciudad	Coordinar con TTOO y guías de los grupos

Fuente: Mesa segmento Cruceros

Objetivo	Acción 2022
Flexibilidad horarios comercios y servicios	Hábitos del crucerista en Málaga
Continuación Málaga Cruise Shops	Continuar campaña y mobiliarios
Potenciar experiencias Premium en Málaga	Ofrecimiento a navieras Premium
Incremento de los puertos base	Coordinación con MálagaPort
Coordinación de protocolos par posibles olas covid	Coordinación con Málaga Port y guías



### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

2 acciones comerciales en mercado EEUU-origen y una en la ciudad de Málaga con especial significancia: La feria SeaTrade en septiembre



Ayuntamiento de Málaga





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 2.TURISMO CULTURAL Y CITY-BREAK

- **Claves y objetivos del segmento.**
  - Mejorar el diseño de la oferta y la complementariedad de los segmentos culturales.
  - Micro segmentación poniendo en valor recursos turísticos alrededor de un relato del destino, y sus acontecimientos culturales, como la Semana Santa, o el Carnaval, entre otros.
  - El tejido cultural ya existente de la ciudad se va a destacar en todos sus ámbitos y se potenciará una agenda global entorno a un calendario de las actividades culturales de la ciudad.





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 2.TURISMO CULTURAL Y CITY-BREAK.

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Propuesta de valor atractiva en pro del embellecimiento urbanístico del conjunto	Evaluación de necesidades y mejora de la coordinación
Definir buyer persona cultural-city Break buscando nuevos mercados de origen	Investigar el perfil del turista cultural y city-break en profundidad
Digitalizando, geocalizando los recursos y actividades.	Inclusión de datos culturales de la ciudad en el nuevo SID
Proyectar una imagen potente y moderna de la ciudad	Mejorar el relato cultural de la ciudad

Fuente: Mesa segmento turismo cultural

Objetivo	Acción 2022
Potenciar cultura en la web de turismo	Nueva web de turismo de Málaga
Nueva agenda cultural global multifuente	Creación de agenda 360 turística global
Presencia de información turística municipal en museos	Digitalización de la información
Productos culturales con arte local	Experiencias culturales locales
Adaptación de oferta cultural al premium	Coordinar acciones premium

### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

3 acciones comerciales de segmento en mercados internacionales



# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 3. TURISMO ENOGASTRONÓMICO

- **Claves y objetivos del segmento.**

- Buscar la autenticidad y la singularidad como elementos clave para ser un pilar sobre el que construir la experiencia enogastronómica en la ciudad de Málaga.
- La ciudad está mejorando y redondeando su oferta gastronómica con nuevos chefs de alto valor culinario, cuidando el producto local, y definiendo las raíces gastronómicas de Málaga.
- Construir un nuevo mensaje gastronómico que perdure en el tiempo para transmitirlo a los potenciales visitantes gastronómicos.
- Armonizar la oferta y categorizarla para comprender todo su espacio y sus posibilidades en este segmento turístico.



# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 3. TURISMO ENOGASTRONÓMICO.

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Puesta en valor producto malagueño	Crear relatos de productos autóctonos
Asociar Gastronomía y otros segmentos	Valorar activaciones en conjunto
Nueva marca de alta gastronomía de km0	Colaborar para evaluar la acción
Mejorando la formación del sector	Valorar formación turística en ese sector
Vincular tecnología y gastronomía	Generar puntos e apoyo para turismo

Fuente: Mesa segmento Enogastronómico

Objetivo	Acción 2022
Formación cross-cultural a hostelería	Campaña de mejora del servicio al turista
Generar storytelling al turista desde que llega	Protocolo presentación gastronomía
Potenciar y mejorar gastronomía marinera	Promocionar barrios marineros
Formar a los guías locales en gastronomía	Curso de formación en gastronomía local
Creación de eventos gastronómicos	Apoyar a los eventos gastronómicos de nivel

### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

1-3 acciones comerciales en mercado nacional



Ayuntamiento  
de Málaga



# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 4. TURISMO IDIOMÁTICO Y EDUCATIVO

- **Claves y objetivos del segmento.**

- Málaga tiene una amplia oferta académica de calidad, con centros de español acreditados (Instituto Cervantes, EAQUALS).
- Seguir atrayendo a estudiantes internacionales, no solamente del castellano, sino de estudios superiores que combinen con el aprendizaje del castellano.
- La clave principal del segmento para el año 2022 se basará en la consolidación de la etapa post-pandemia y en que los países europeos mantengan la apertura para que los estudiantes internacionales puedan venir a Málaga a estudiar, bien el idioma, bien materias superiores.







# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 4. TURISMO IDIOMÁTICO Y EDUCATIVO

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Programas formativos de destino	Crear producto de welcome y contenido
Reorientar los mercados y perfiles	Optimizar el trabajo de captación
Fidelizar estudiantes en nuevas etapas	Conseguir el retorno posterior
Ser referente mundial en estudios	Aumentar el posicionamiento
Acuerdos con empresas internacionales	Contar el producto a las empresas internacionales

Fuente: Mesa segmento Idiomático

Objetivo	Acción 2022
Captación estudiantes internacionales	Ampliar acciones con universidades
Clases español + estudios superiores	Cerrar colaboración conjunta en Málaga
Dinamización del segmento	Búsqueda de nuevas oportunidades
Participar en ferias educación	Evaluar asistir a AULA o similares
Tarjeta de estudiante en Málaga	Mejorar y completar, abrir a estudiantes



### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

2 acciones comerciales de segmento en mercados internacionales



Ayuntamiento  
de Málaga

# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 5. TURISMO NATURALEZA, NÁUTICA y PLAYA

- **Claves y objetivos del segmento.**

- Este segmento busca mayor aprovechamiento de los espacios naturales de la ciudad.
- Encontrar un mayor desarrollo especialmente en el ámbito de la náutica en la demanda y en la naturaleza en la ordenación de la oferta.
- Explorar el turismo astronómico nocturno para los montes de Málaga, actividad a tener en cuenta dentro del nuevo Plan de Acción.
- El segmento está potenciándose con la llegada de establecimientos de calidad en la naturaleza, así como en la nueva marina náutica de Málaga.





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 5. TURISMO NATURALEZA, NAÚTICA y PLAYA.

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Digitalización de los recursos del segmento	Estudiar la digitalización integral del segmento
Apuesta por la sostenibilidad total del segmento	Incluir más este segmento en las acciones
Trabajo de benchmarking	Estudio comparativo de destinos
Mejora de la presencia online con nuevos productos	Aprovechamiento de la bahía y montes
Diseñando redes naturales	Explorar potencial red senderos o miradores

Fuente: Mesa segmento Nat/Nautic/Play

Objetivo	Acción 2022
Unidad didáctica naturaleza de Málaga	Crear un manual interpretativo
Crear Red de miradores	Valorar la creación
Proyecto Málaga desde sus cumbres	Valorar la puesta en marcha
Mejorar el transporte hacia los montes	Explorar con áreas competentes
Aumentar la formación de divulgadores del turismo de naturaleza, náutico, etc	Explorar la posibilidad de generar formación



### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

5 acciones comerciales en mercado nacional e internacional



Ayuntamiento  
de Málaga





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 6. TURISMO PREMIUM, SHOPPING y GOLF

- **Claves y objetivos del segmento.**
  - Reforzar los puntos fuertes y los diversos atractivos de la ciudad para el turista Premium (gastronomía, cultura, historia, clima, autenticidad, etc)
  - Aumentar e implementar nuevas experiencias en la ciudad.
  - En lo relativo a Golf, buscaremos poner en valor los recursos de la ciudad dirigidos a este segmento.





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 6. TURISMO PREMIUM, SHOPPING y GOLF

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Definir valores de segmento y plan de acción atraer HNWI	Nuevo Plan de Acción 2023 y ejecución
Potenciar la formación y especialización	Acción formativa local para este segmento
Marketplace para lujo y compras	Creación de un Marketplace de turismo
Trabajando en el desarrollo de la cultura y carácter local	Generar storytelling de las raíces del destino
Nueva propuesta de valor para la ciudad	Mostrar los valores turísticos de Málaga

Fuente: Mesa segmento Prem/Shop/Golf

Objetivo	Acción 2022
Crear una marca Premium del segmento	Estudio potencial
Creación de un inventario experiencias	En ejecución tras inventario de ciudad
Potenciar conectividad aérea jets y VIP	Evaluación de la oferta
Asociacionismo segmento Premium	Estudio potencial
Crear producto golf en coordinación	Estudio potencial



### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

1-3 acciones comerciales de segmento en mercados nacionales e internacionales

# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 7.TURISMO SALUD Y BIENESTAR



- **Claves y objetivos del segmento.**

- La ciudad debe comenzar su andadura en este ámbito poniendo en valor su porcentaje de éxito sanitario, como principal carta de presentación.
- En este sentido, se antoja prioritario la construcción de la oferta de la ciudad para atender a este segmento.
- Es un sector en auge, los turistas y los pacientes que no han considerado viajar por temas sanitarios, consideran que el cuidado de la salud es algo indispensable y que ha de ser tenido en cuenta en cualquier momento, incluido a lo largo de un viaje.



# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 7.TURISMO SALUD Y BIENESTAR



### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Estudio de mercado a nivel local	Estudio de ordenación de la oferta
Mejorar la competencia internacional del sanitario	Campaña de sensibilización a este segmento
Visibilidad del segmento salud	Aumentar la acciones de este segmento
Paquetización de la oferta de salud	Segmentar la venta del destino en salud
Establecimiento alianzas internacionales	Conectar con prescriptores potenciales

Fuente: Mesa segmento Salud y Bienestar

Objetivo	Acción 2022
Auditoría positiva en efectividad médica	Encontrar el % de curación efectiva
Mejora de la percepción de destino al cliente	Campaña en hoteles de Málaga
Ordenar la oferta médica de la ciudad	Encontrar valores y posibilidades
Analizar capacidad de carga médica de ciudad	Conocer la capacidad de Málaga en salud
Puesta en valor competitividad	Destacar las ventajas en calidad-precio

### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

1-2 acciones comerciales en mercado nacional e internacional



Ayuntamiento  
de Málaga



# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 8.TURISMO MICE - CONVENTION BUREAU

- **Claves y objetivos del segmento.**

- Disponer de material de marketing profesional y de calidad.
- Mejora continua de la ciudad para generar valor y poder proponer alianzas con otros destinos.
- Mejorar la conectividad con nuevos mercados, así como seguir contando la buena posición de Málaga en el concepto de seguridad
- Una ciudad más innovadora, con espacios más urbanos, trabajando el concepto de “MICE friendly” con ideas originales y empleo de la tecnología.





# PLAN DE ACCIÓN 2022. SEGMENTOS TURÍSTICOS:

## 8. TURISMO MICE - CONVENTION BUREAU

### ACCIONES SOBRE LA OFERTA

Fuente: Plan Estratégico 2021-2024

Objetivo	Acción 2022
Hipersegmentación hacia corporativo	Captación y promoción más segmentada
Mejora del material de venta de MCB	Crear un nuevo material de venta
Sede de grandes eventos internacionales	Atraer más eventos de orden mundial
Poner en valor las tradiciones Málaga	Personalización del destino para MICE
Nuevos venues en la ciudad	Búsqueda de nuevos espacios potenciales

Fuente: Mesa segmento MICE

Objetivo	Acción 2022
Mejorar conteo datos y cifras pre y post	Recopilar más datos de más miembros
Plataforma de recogida de datos	Crear sistema de carga de datos
Eventos con legado	Crear programas RSC para los eventos
Captación eventos en I+D y Tecnología	Focalizar este segmento en captación
Trabajar con la gastronomía	Incluir los valores de este segmento



### ACCIONES SOBRE LA DEMANDA

3 acciones comerciales de segmento en mercados nacionales e internacionales



# ÁREA DE TURISMO, PROMOCIÓN DE LA CIUDAD Y CAPTACIÓN DE INVERSIONES

## PLAN DE ACCIÓN TURISMO 2022

