



Innovación, calidad y Sostenibilidad de la Oferta Turística en Málaga

Proyecto de cooperación



Sierra de las Nieves y Serranía de Ronda
GRUPO DE DESARROLLO RURAL



DESTACADOS

COOPERACION

La cooperación es una manera de ampliar las perspectivas del ámbito local y aportar nuevos conocimientos a los territorios a fin de mejorar las estrategias locales. Puede impulsar el carácter innovador de las acciones de desarrollo local y contribuir a aumentar la competitividad de los territorios mediante el desarrollo de sus capacidades, la atracción de nuevos socios empresariales y la difusión de la innovación, el conocimiento y nuevas habilidades.

Se trata, por tanto, de uno de los componentes clave del enfoque LEADER. En este contexto, 6 Grupos de Málaga presentaron un proyecto de cooperación a la Junta de Andalucía sobre el sector turístico denominado Innovación, Calidad y Sostenibilidad con el objeto de, por un lado, tener un material disponible para el sector sobre elementos claves en el turismo, tales como igualdad de género, estrategias futuras en el sector, visualización de iniciativas exitosas, medidas de sostenibilidad ambiental y medidas de seguridad e higiene a tener en cuenta, y de otro lado, tener un conocimiento real de actuaciones llevadas a cabo en otros territorios e iniciativas empresariales exitosas.

FAM TRIPs conocimiento de iniciativas exitosas en otras regiones del territorio nacional.

[+ Info](#)



En relación con este objetivo se han llevado a cabo 4 visitas FAM-TRIPs para el conocimiento de experiencias de éxito en distintas zonas turísticas de la geografía española, en concreto:

- FAM TRIP al Pirineo Oscense del 07 al 10 de abril de 2024, donde asistieron los 6 grupos cooperantes y la entidad colaboradora.
- FAM TRIP al País Vasco del 22 al 25 de septiembre de 2024, donde asistieron los 6 grupos cooperantes y la entidad colaboradora.
- FAM TRIP a Cataluña del 02 al 05 de diciembre de 2024, donde asistieron los 6 grupos cooperantes y la entidad colaboradora.
- FAM TRIP a la Región de Murcia del 02 al 05 de marzo de 2025, donde asistieron los 6 grupos cooperantes.

Se pueden conocer las experiencias exitosas de otros territorios en el enlace de arriba.



PUBLICACIONES ELABORADAS POR EL GRUPO DE COOPERACIÓN Y PUBLICACIONES DE INTERÉS PARA LOS OBJETIVOS DE COOPERACIÓN

En relación con este objetivo, el principal protagonista ha sido la empresa “Turismo y Planificación Costa del Sol” que ha desarrollado los trabajos relativos a estas temáticas junto con las opiniones de los Grupos.

El trabajo desarrollado por la citada entidad, ha incorporado parte de las experiencias aprendidas en los FAM-TRIPs así como otras ideas propias de la

experiencia profesional de esta empresa en mercados turísticos tanto nacionales como internacionales.

En relación con este tema se han editado los siguientes documentos:

- o Estrategias y actuaciones futuras para el Turismo de Interior
- o Manual de Benchmarking de iniciativas exitosas de otros territorios - Turismo Interior
- o Guía de buenas prácticas de Marketing turístico.
- o La situación de la mujer en el sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga.
- o Catálogo de Productos de Temporada.
- o Memoria de indicadores.

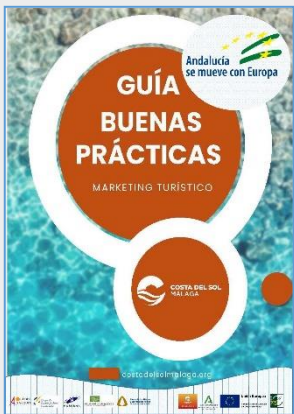
[+ Info ticando en cada imagen](#)



Esta publicación introduce una primera parte sobre datos estadísticos en relación con el turismo rural a nivel nacional. Posteriormente delimita nuevas demandas y hábitos del turismo actual, nuevos productos, tecnologías e innovación. Se identifican mercados estratégicos, productos turísticos más interesantes, ventajas de la Provincia y un análisis cualitativo de la oferta para concluir en las principales estrategias y actuaciones futuras a desarrollar para la mejora de la competitividad del sector del turismo rural en la provincia de Málaga.



Con este trabajo se analizan iniciativas exitosas de Turismo de Interior en otros territorios nacionales e internacionales. Mediante un cuadro resumen de cada destino turístico exitoso se adjunta una ficha de aquellos aspectos que identifican el destino como “buena práctica en turismo”. En total son 11 enclaves tanto nacionales como internacionales donde la práctica del turismo se ha desarrollado



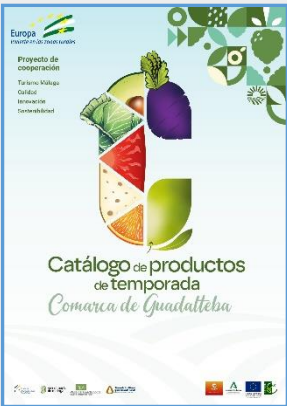
La guía de buenas prácticas en Marketing turístico tiene su puesta en marcha en el contexto del proyecto de cooperación “Calidad, Innovación y Sostenibilidad de la actividad turística en Málaga” y entrará a formar parte de un conjunto de guías que editará Turismo y Planificación Costa del Sol se pretende responder a los retos actuales y futuros de la actividad turística en Málaga, integrando la sostenibilidad y la innovación como ejes estratégicos. En este ámbito se plantean las principales tendencias del mercado y los retos que presentan para Málaga. Para ello se incorporan 15 casos prácticos de estrategias de marketing identificando en cada una de ellas los objetivos ODS a los que contribuye, tipo de buena práctica, caracterización de la estrategia y donde obtener más información.



Este trabajo ha sido especialmente interesante en el contexto del proyecto de cooperación por la transversalidad que el componente de igualdad de género tiene. Dicho componente, obligatoriamente debe hacerse notar también en el sector turístico, y en este caso, desde el emprendimiento femenino. Para ello, partimos de un análisis del empleo femenino en el sector, algunos indicios de empoderamiento femenino en España, definición de empresas Family Friendly, propuestas para mejorar la conciliación familiar en el turismo y ocho ejemplos de empresas que la aplican para a continuación realizar un conjunto de entrevistas a mujeres empresarias turísticas del interior de la Provincia de Málaga y terminar con un informe sobre perspectivas internacionales en torno a la igualdad de oportunidades.



Con este trabajo nos introducimos en los sistemas de control sanitario en la oferta turística. En principio se consideró necesario el establecer medidas preventivas contra el COVID-19, no obstante, una vez dada por concluida la pandemia centramos nuestro trabajo en medidas genéricas de control sanitario. En este sentido abordamos protocolos de higiene y sanitización, control de aforos, monitoreo de salud, capacitación del personal en estos protocolos, certificaciones sanitarias, uso de tecnologías, colaboración con autoridades y legislación, para luego centrarnos en medidas sanitarias específicas para restauración, alojamiento, transporte, agencias de viajes y ejemplos de empresas turísticas y medidas sanitarias que aplican.



Con el catálogo de productos de temporada de la Comarca hemos pretendido, tal y como se ha podido comprobar en tendencias de la demanda, así como en cuanto a definición estratégica de territorios rurales en torno al turismo, poner de manifiesto un elemento de vital importancia, en un doble sentido:

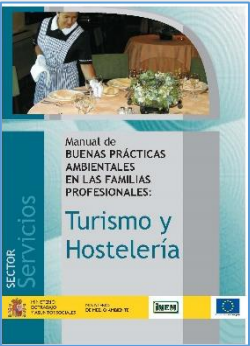
Turismo experiencial donde se pretende un contacto con estos productos y su forma de producción. Favorecer estos inputs como elemento estratégico de la gastronomía local y su integración con la actividad turística favoreciendo circuitos cortos o de cercanías en la actividad comercial entre producción agroalimentarias y oferta turística.



Entre los aspectos que se establecían en el proyecto de Cooperación, se incluían indicadores tanto cuantitativos como cualitativos. A estos indicadores hace referencia este documento. Los indicadores cuantitativos hacen referencia a aquellos incluidos en dos grupos dentro del proyecto. De un lado indicadores de ejecución que incluyen los relativos a inversión total prevista del proyecto, número de entidades participantes, presupuesto ejecutado por cada entidad y número de acciones desarrolladas por cada entidad y de otro lado los indicadores de resultados que incluyen número de personas asistentes a cada una de las acciones desagregadas por género y edad y número de visitas realizadas por temas tratados.

Los indicadores cualitativos son indicadores de impacto que han tenido las acciones desde un punto de vista de satisfacción en la participación mediante un sistema de encuestas.

OTRAS PUBLICACIONES RELEVANTES
PARA EL SECTOR DE DISTINTAS
ADMINISTRACIONES



Otro de los temas a tratar en el proyecto de cooperación viene a identificarse con la sostenibilidad de los recursos y el respeto al medio ambiente en el desarrollo de la actividad turística. Esta publicación del Ministerio de Asuntos Sociales y del Ministerio de Medioambiente identifica las buenas prácticas ambientales por temáticas. Así, se tratan estas buenas prácticas en la gestión de recursos tales como energía y agua, gestión de la contaminación y los

residuos y gestión del espacio para posteriormente resumirlos en un decálogo de buenas prácticas y un decálogo de preguntas para autoevaluación.



Esta publicación denominada “Estrategia de Igualdad de Género para las Empresas Turísticas” es una herramienta fundamental para conceptualizar como el sector turístico puede contribuir a la igualdad de Género. Así, se trata de las acciones prioritarias a tener en cuenta, la aplicación de un test de verificación muy claro donde las empresas pueden autoevaluarse y como formularán las empresas turísticas planes de acción sobre empleo, emprendimiento, liderazgo, implicación en la vida civil, y sistemas de medición de cumplimiento. Realmente es una de las herramientas más completas desde la perspectiva de igualdad de género a aplicar por las empresas turísticas.

JORNADAS

En las jornadas sobre turismo, se llevó a cabo una ponencia de la empresa especializada en Marketing denominada “Creative Room” que versó sobre “MARKETING TURÍSTICO PARA UN FUTURO SOSTENIBLE”, a dicha ponencia se puede tener acceso ticando en el icono de abajo.



En esta ponencia se trata el tema de cómo desarrollar una estrategia de marketing con éxito, para empresas y para destinos. Los errores más frecuentes a evitar. El ecosistema turístico a seguir. Factores clave que inciden en mi capacidad de competir. La importancia de la segmentación adecuada del mercado. Buyer del perfil al que nos dirigimos. Ejemplos de campañas de marketing. La creación de una experiencia turísticas y su cronograma emocional, para terminar con una enumeración de conclusiones.

En dichas jornadas se trató también sobre “El uso del Big Data en la actividad turística (sistema de inteligencia turística)”, su interpretación y adaptación de la oferta a sus resultados.

La actuación llevada a cabo en este objetivo fue la realización de una ponencia por parte de la empresa “Turismo y Planificación Costa del Sol” incidiendo sobre la disposición de datos turísticos que pueden consultarse en el Big Data que gestiona esta entidad. Se puede comprobar dicha disponibilidad en el enlace <https://www.costadelsolmalaga.org/bigdata/> y la ponencia realizada por Lourdes Navarrete ticando en el enlace de abajo.

JORNADAS ESTRATEGIAS EN EL SECTOR TURISMO:
BIG DATA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES y JORNADAS GASTRONOMICAS SOBRE PRODUCTOS LOCALES Y SU IMPORTANCIA EN EL TURISMO

USO DEL BIG DATA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Lourdes Navarrete
lourdes.navarrete@visitaalcostadelsol.com
Provincia de Málaga, España

En esta ponencia se desarrolla el sistema avanzado de inteligencia turística o Big data de la Provincia de Málaga. La ventaja del Big Data y la inteligencia turística para el sector Se termina la ponencia con una exposición del tipo de datos que pueden consultarse en el Big Data y como puede influir en la toma de decisiones de acciones futuras por parte de la empresa turística.

Sobre la igualdad de oportunidades y en especial políticas de género y juventud, junto con la excelente publicación denominada “La situación de la mujer en el sector turístico en el interior de la Provincia de Málaga”, se llevaron a cabo, tanto una ponencia específica sobre la igualdad de oportunidades en el sector turístico, como una serie de documentos de interés para el empresariado turístico donde se pone de manifiesto la necesidad de aplicación de políticas de igualdad y estrategias empresariales de igualdad de género, ya no solo como elemento que viene a paliar desigualdades sociales, sino también como un pilar fundamental en la competitividad de la empresa.



En esta ponencia con carácter general se trata el tema de la igualdad de oportunidades y los roles de género. Los problemas de exclusión y desigualdades y como afecta a la mujer para posteriormente centrar la ponencia en la igualdad y el turismo. Se identifican roles tradicionales de género en el sector, el problema de la conciliación familiar para entrar después en las herramientas para garantizar la igualdad en las empresas.

En relación con las jornadas de productos de temporada de las Comarcas Cooperantes, se llevaron a cabo en cada una de ellas la edición de un catálogo de productos agroalimentarios más relevantes de cada una de las 6 Comarcas Malagueñas en cooperación y además se llevó a cabo un Show Cooking para dar a conocer determinados productos típicos de la gastronomía como atractivo para el sector turístico y su importancia como turismo gastronómico en destino.

