



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

PLAN DE ACCIÓN EJERCICIO 2017

TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL, S.L.U.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Índice

| | |
|--|----|
| MULTISEGMENTO | 3 |
| VACACIONAL & OCIO | 16 |
| GOLF..... | 21 |
| CULTURAL | 28 |
| CRUCEROS..... | 31 |
| IDIOMÁTICO | 35 |
| SPORT DESTINATION..... | 40 |
| CONVENTION BUREAU..... | 44 |
| ÉLITE..... | 51 |
| VITA (Verde, Interior y Turismo Activo)..... | 55 |
| NÁUTICO | 58 |
| HEALTH & WELLNESS | 62 |
| LIVING COSTA DEL SOL..... | 67 |
| COMUNICACIÓN y ACCIONES DE MARCA..... | 70 |
| CONOCIMIENTO E INTELEGENCIA TURÍSTIA..... | 74 |
| MATERIAL PROMOCIONAL..... | 78 |
| REFUERZO A LA PROMOCIÓN | 80 |
| PRESUPUESTO | 82 |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES MULTISEGMENTO



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: ACCIONES MULTISEGMENTO

Iniciamos un nuevo año con la satisfacción de haber logrado unos resultados turísticos históricos, ya que la Costa del Sol vuelve a cerrar una vez más con datos que sitúan al 2016 en el mejor año de la historia de la Costa del Sol.

Lejos de lanzar las campanas al vuelo hay que decir, por aportar algunos datos, que sólo con las estimaciones del mes de noviembre podemos asegurar que la Costa del Sol alcanzará en 2016 los 28 millones de pernoctaciones en alojamientos turísticos reglados, un 7% más que en 2015.

A mes de noviembre ya se han superado las pernoctaciones alcanzadas en establecimientos reglados de todo el 2015 y es que las cifras de 2015 también se han rebasado ya a estas alturas en el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol.

Sólo las cifras de pernoctaciones suponen un incremento de dos millones con respecto a los datos de 2015. Así, según los datos y previsiones que maneja Turismo Costa del Sol, un total de 28.009.077 pernoctaciones se habrán registrado en los alojamientos turísticos del destino cuando haya finalizado el año 2016. El año 2015 finalizó con un total de 25.999.978 pernoctaciones, rozando los veintiséis millones. Esta cifra ya está superada en lo que se lleva de noviembre, mes que se prevé cerrar rebasando los 26,5 millones de pernoctaciones.

En lo que al aeropuerto de Málaga se refiere, sólo las cifras de octubre de 2016 superan ya en un 19,6% las presentadas en el mismo mes del año anterior.

En efecto, un total de 1.711.802 viajeros han aterrizado en el aeródromo malagueño en 12.095 vuelos, la mayoría de cariz internacional (en torno al 89%), si bien el movimiento entre aeropuertos nacionales, dentro de su dimensión, también ha crecido en un 9,5%. De hecho, se da la misma circunstancia que en el capítulo de pernoctaciones: finalizado el mes de octubre del presente año, ya se han superado los registros totales de 2015.

Así, octubre finaliza con un acumulado en 2016 de 14.795.029 pasajeros, casi 400.000 más que lo acumulado en todo el año 2015. Como es habitual, Reino Unido está a la cabeza en cuanto a emisores a la Costa del Sol, con 584.100 viajeros (un 20,8% que en octubre de 2015). Le siguen los mercados nacional, alemán y francés.

Esta realidad nos lleva al convencimiento de la necesidad de seguir avanzando en la línea de trabajo iniciada hace años. El equipo que conforma la división de Promoción y Comercialización turística de Turismo y Planificación Costa del Sol está convencido en que esta estrategia de especialización, en la que seguirá avanzando, redundará sin duda en aún mejores resultados en la comercialización de los segmentos turísticos de la provincia de Málaga.

Así hay que destacar que las más de 200 iniciativas promocionales del 2016 han contribuido a consolidar una marca que ya goza de gran prestigio a nivel internacional. A través de estas



acciones, las bondades de nuestro destino han llegado hasta una treintena de países de todo el mundo y han tenido incidencia no sólo en los emisores de mayor volumen, sino también en mercados emergentes que siguen escalando posiciones en la Costa del Sol.

La citada estrategia, que hasta este año comprendía once segmentos: Vacacional y Ocio, Cultural, Idiomático, Golf, Élite, Convention Bureau, Cruceros, Verde e Interior y Turismo Activo, así como Health & Wellness, la marca propia para promocionar el turismo de Salud y Bienestar, turismo Náutico, así como Living, ha incluido este año un nuevo segmento Sport Destination.

Un segmento que supone otro paso hacia delante en el camino de la Costa del Sol por ofrecer productos y servicios adaptados a todas las motivaciones del turista. La Costa del Sol tiene capacidad y argumentos de sobra para destacar y llegar a abanderar un mercado que tiene mucho recorrido.

La especialización mediante la segmentación, supone un importante elemento de diferenciación con respecto a otros destinos competidores, y se refleja en la totalidad de las acciones promocionales del Plan de Acción del 2017 y basadas en las conclusiones obtenidas por los componentes de las mesas de trabajo, a quienes un año más agradecemos enormemente su dedicación y compromiso con este proyecto, pues qué duda cabe que la corresponsabilidad público privada y la colaboración entre instituciones es ya una seña de identidad del Turismo y Planificación Costa del Sol.

La marca Málaga-Costa del Sol ha culminado en los últimos años un proceso de modernización e innovación que ha traído consigo un posicionamiento de liderazgo en la industria turística. Además, la Costa del Sol ha apostado por ahondar en la comercialización de los productos y servicios turísticos locales con el propósito de contribuir a la dinamización de la economía de la provincia y apoyar al tejido empresarial. Nuestra meta es la de seguir en la vanguardia de los destinos que apuestan por satisfacer todas las motivaciones de los turistas y que sus visitas repercutan positivamente en la dinamización de la economía de la provincia.

Nuestro objetivo no es otro que diseñar y ejecutar un plan de acción que se adapte, año tras año, a las expectativas de un cliente cada vez más formado e informado, que ya no busca “pasar” las vacaciones sino tener experiencias únicas y sensaciones singulares, con una estrategia que ya ha dado sus frutos.

No sólo porque hemos logrado un posicionamiento en el mercado turístico más compacto y desarrollado nuevos segmentos y negocios turísticos que, precisamente, tienen su temporada alta coincidiendo con la temporada baja del turismo vacacional de sol y playa, gestionando de una mejor forma la estacionalidad, sino porque además hemos conseguido una mejor cobertura de las expectativas de nuestros clientes y por consiguiente que éstos, ya sean turistas o canales de comercialización, tengan un índice de satisfacción y por ello de fidelización respecto a nuestro destino cada vez más elevado.



Los datos lo ponen de manifiesto y se reflejan no sólo en las cifras de visitantes que llegan a nuestro destino sino también en el peso que la provincia tiene respecto a otras andaluzas y otras provincias nacionales en lo que al negocio turístico se refiere.

La situación de liderazgo de Costa del Sol Málaga, a nivel general y en varios segmentos, nos lleva a la conclusión de que debemos seguir avanzando con mayor presupuesto y mayor esfuerzo técnico, e inteligencia de mercado, pero sin cambiar el rumbo de lo que hasta ahora, todo indica, que ha funcionado bien.

Por ello, el plan de acción que se presenta es continuista con el trabajo realizado en los últimos años, ya que como no puede ser de otra forma, en promoción la rentabilidad se obtiene al desarrollar una estrategia de marketing a medio y largo plazo, y eso es precisamente lo que estamos haciendo, aunque con un proceso de transformación digital de todas las herramientas de marketing mix de la empresa.

Estamos convencidos de que estamos en el camino, en la senda de la recuperación económica, y somos conscientes del peso que el Turismo ha tenido en esta realidad. Este hecho anima sin duda a la institución a seguir trabajando en la estrategia puesta en marcha hace años, convencidos de que la creación de áreas temáticas, para satisfacer las motivaciones del turista del siglo XXI y mejorar la gestión de la estacionalidad a través de la vinculación de la marca con unos valores que han añadido riqueza al conocido sol y playa, ha cosechado sus éxitos. Esta estrategia ha supuesto reposicionar la imagen del destino hasta como un lugar perfecto para venir y vivir los 365 días del año y demostrar su liderazgo, y en esta línea queremos seguir trabajando.

El peso de la provincia de Málaga nos otorga unas potentes magnitudes turísticas y ha supuesto liderar la industria turística en la región y sostener más de un 40% del peso de esta industria a nivel andaluz, otorgándole una posición de privilegio y referencia en el contexto nacional. Estos elementos que confirman el liderazgo de nuestro destino se convierten a la vez en componentes de responsabilidad que nos hacen afrontar con optimismo los retos de futuro que tiene ante sí la industria turística de la provincia de Málaga: innovación, sostenibilidad, definición completa de la especialización y la segmentación, originalidad de la oferta o capacidad de adaptación a los cambios que demanda el turista. Lejos de pararnos, estos extraordinarios datos nos impulsan a seguir trabajando en objetivos primordiales que hagan a nuestro destino seguir estando en la vanguardia.

Entre las claves que no debemos perder de vista figura: la necesidad de seguir recualificando la oferta Costa del Sol para incrementar gasto en destino por parte de los visitantes; Seguir trabajando para mejorar la conectividad; Continuar impulsando la promoción del destino durante los meses de otoño invierno(desestacionalización), así como dedicar una especial atención a los nuevos segmentos creados recientemente como el segmento Sport Destination.

Estamos convencidos de la necesidad de seguir avanzando en la comercialización del destino firmando acuerdos con operadores y líneas aéreas así como de continuar trabajando en el



conocimiento y la mejora de la reputación de la marca Costa del Sol con proyectos innovadores que nos sitúen a la vanguardia como destino turístico a nivel mundial (cualificar los contenidos dentro de la estrategia de comunicación con proyectos como el de Costa del Sol 360 recientemente presentado en la WTM de Londres).

No queremos perder de vista la necesidad de trabajar en una política de destino enfocada a la sostenibilidad, económica, social, cultural y medio ambiental, para lograr así una mejor satisfacción de los clientes, así como seguir trabajando en la línea de inteligencia de mercado para alcanzar un conocimiento más preciso del mercado en el que queremos actuar y del perfil del cliente al que nos dirigimos.

El objetivo no es otro que posicionar a las Costa del Sol como destino caracterizado por productos de media y alta gama, un destino de calidad, y respaldar esta labor de promoción con una continua formación de los profesionales del sector turístico para seguir siendo líderes de calidad.

Es verdad que las previsiones son optimistas y ayudan, las expectativas de incremento de plazas aéreas a nuestros principales mercados también son positivas. Sólo de octubre a marzo de 2017 van a llegar al aeródromo malagueño un 23% de viajeros más que en términos absolutos supone 700.000 pasajeros más que en el mismo período del año anterior.

Los empresarios también han mostrado su confianza en la evolución presente y futura del destino, y desde Turismo y Planificación Costa del Sol, nuestras previsiones prevén crecimientos en casi todos subsectores e indicadores turísticos. Así, además de los datos que nos ofrecen los touroperadores, líneas aéreas, redes de agencias y operadores turísticos en general, afirmación que se asienta en dos factores fundamentales: la recuperación económica que ya es un hecho y será más firme en un futuro cercano y la mejora de la conectividad de la Costa del Sol es una realidad que sigue dando sus frutos.

En cuanto al ámbito de actuación, vamos a desarrollar el nuevo plan estratégico 2017-2020, teniendo en cuenta asimismo las experiencias e informes de ejecución previamente llevadas a cabo por parte del equipo directivo y técnico del ente profesional y basándonos en los estudios y análisis de demanda (por mercados y segmentos) y muy especialmente gracias a la aportación de los empresarios integrados en las diferentes mesas de trabajo organizado para cada uno de los segmentos de negocio, así como en los contactos mantenidos con diferentes profesionales del sector turístico especializado en cada una de las submarcas turísticas.

Pero el nuevo contexto turístico mundial, nos hace reflexionar sobre nuevos retos y con ellos nuevas oportunidades que debemos afrontar a fin de mejorar nuestra posición competitiva y dar solución a algunos de las amenazas que se nos presentan en los próximos años. Estos retos en los que ya estamos trabajando son el reto de la conectividad para el mantenimiento de un destino líder como es la Costa del Sol; el reto del gasto en destino para mejorar la rentabilidad y el empleo del sector turístico; la gestión de la estacionalidad, que seguirá siendo nuestro principal objetivo y



uno de los grandes retos del sector en la Costa del Sol y en toda España, y el reto de la transformación digital y comercialización online, entre otros.

Seguiremos trabajando en todos los mercados tanto prioritarios como estratégicos incidiendo en el mercado nacional. Y Continuaremos con representantes en los principales mercados internacionales al objeto de reforzar aún más nuestro plan de acción. Como ya hicieramos el pasado año y al objeto de hacer este plan de acción lo más flexible y adecuado a la realidad de un mercado en continua evolución, se entiende que estará en permanente proceso de adaptación para responder ante circunstancias coyunturales o cambios previsto en el comportamiento de la demanda, que serán evaluados permanentemente por parte del sector y de los directivos de Turismo Costa del Sol en el seno de las mesas de trabajo de cada una de las direcciones de desarrollo de negocio que comprenden a los diferentes segmentos que conforman la Costa del Sol.

En el ámbito de nuestra estrategia digital y de marketing online, y siendo conocedores de la importancia de construir un ecosistema digital que nos permita vender nuestro destino por los atributos, valores y bondades establecidos en nuestro plan general, seguimos apostando por el crecimiento en este sentido, que nos permite poner en contacto directo a través de B2C, al turista potencial con todo el producto de los segmentos turísticos en los que trabajamos desde Turismo Costa del Sol.

Se estima que en torno a 465.000 usuarios de la web acabarán acudiendo a conocer el destino de la Costa del Sol, lo que suponen más de 72,2 millones de euros de contribución económica al turismo provincial.

Según estudio de Google (The Traveler's road to Decision), el 83% de las personas que viajan por ocio y el 76% que lo hacen por negocio se inspiran y se documentan a través de internet, los destinos turísticos tenemos una gran oportunidad de incidir en su decisión final. Además, derivado de diversos estudios se concluye que el 57% de las decisiones de compra se establecen antes de tener ninguna relación comercial, propiciado por el consumo masivo de información vía canal digital. 65% de las reservas hoteleras en 2015 se realizaron vía Internet. Y según plan estratégico de marketing turístico horizonte 2020, entre el 40% y el 65% (dependiendo del mercado) de los paquetes turísticos se procesan vía ecommerce.

Todas estas cifras nos permiten tener una visión real de por donde está el mercado, y tomar conciencia de la importancia de desarrollar tácticas en este medio, que además no para de crecer y en el que en la actualidad se conectan el 50% de la población mundial, más de 3.500 millones de personas.

Todo lo desarrollado en ámbito digital tiene como objetivos reforzar y hacer crecer nuestros principales indicadores (KPI's):

1. Obtención de tráfico cualificado hacia nuestro SGD y ecosistema social.



2. Aumentar el número de impresiones de fichas de productos empresariales, y recursos del destino.
3. Aumentar número de oportunidades de negocio generado hacia el tejido empresarial provincial vía email.
4. Aumentar número de oportunidades de negocio generado hacia el tejido empresarial provincial vía telefónica.
5. Aumento y cualificación de leads, que retroalimenta todo este proceso.

Uno de nuestros objetivos fundamentales en 2017, es potenciar la visibilidad de los municipios menores de 20.000 habitantes, sus recursos turísticos y empresariales para estimular al desarrollo económico del sector en dichas áreas.

Los pilares en los que se sostiene nuestra estrategia en digital son: Inbound Marketing; Inteligencia Digital; Costa del Sol Business Intelligence; Costa del Sol Smart Pass, entre otros.

Que 2017 siga siendo un buen año turístico, y el preámbulo de un futuro sólido y sostenible para nuestra industria turística depende de todos nosotros, del trabajo conjunto, profesional y coordinado, del sector público y el sector privado, y en esa labor estamos.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|-------------------------------|---------------|------------------------|---------------|
| 18-22.01 | FITUR | Madrid | Nacional Internacional | Multisegmento |
| 06-09.02 | TITE | Irán | Oriente Medio | Multisegmento |
| 07-08.02 | IMTV | Tel Aviv | Oriente Próximo | Multisegmento |
| 24-26.02 | NAVARTUR | Pamplona | Nacional | Multisegmento |
| 08-12.03 | ITB | Berlín | Alemania | Multisegmento |
| 14.16.03 | MITT | Moscú | Rusia | Multisegmento |
| 17.19.03 | SEVATUR | San Sebastián | Nacional | Multisegmento |
| 05-08.04 | MIT (*) | Túnez | Túnez | Multisegmento |
| 21-23.04 | B TRAVEL | Barcelona | Nacional | Multisegmento |
| 24-27.04 | ATM | Dubai | Oriente Medio | Multisegmento |
| 05-07.05 | EXPOVACACIONES | Bilbao | Nacional | Multisegmento |
| 06-07.05 | FERIA DEL VIAJE. GLOBALIA (*) | Madrid | Nacional | Multisegmento |
| Mayo | SVTL | Casablanca | Marruecos | Multisegmento |
| Mayo | SITEV | Argelia | Oriente Medio | Multisegmento |
| 21-24.09 | JATA | Tokio | Sudeste Asiático | Multisegmento |
| 26-29.09 | IFTM | París | Francia | Multisegmento |
| Oct. | MUNDO ABREU (*) | Lisboa | Portugal | Multisegmento |
| 06-08.11 | WTM | Londres | Reino Unido | Multisegmento |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 259.700 euros |
|--------------|----------------------|

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|--------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
| 25-30.03 | JORNADAS PROFESIONALES COREA DEL SUR | A determ. | Corea del Sur | Multisegmento |
| 26-30.03 | JORNADAS PROFESIONALES MARRUECOS | Casablanca Rabat Tánger | Marruecos | Multisegmento |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--|------------------------------------|------------------|---------------|
| Abril | JORNADAS PROFESIONALES EN ESPAÑA | Santander Gijón Oviedo | Nacional | Multisegmento |
| Mayo | JORNADAS PROFESIONALES EN ESPAÑA (*) | Badajoz Cáceres Toledo | Nacional | Multisegmento |
| Mayo | JORNADAS PROFESIONALES ORIENTE MEDIO TK | A determ. | Oriente Medio | Multisegmento |
| Mayo | JORNADAS COMERCIALES ANDALUCÍA EN IRLANDA | Dublín | Irlanda | Multisegmento |
| Sept. | JORNADAS PROFESIONALES SUDESTE ASIÁTICO | Singapur Kuala Lumpur Manila | Sudeste Asiático | Multisegmento |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES ISRAEL (*) | A determ. | Israel | Multisegmento |
| Todo el año | JORNADAS PROFESIONALES Y MISIONES COMERCIALES ANDALUCÍA EN ESPAÑA-TA | A determ. | Nacional | Multisegmento |
| Todo el año | MISIONES COMERCIALES ANDALUCÍA-TA | A determ. | Varios | Multisegmento |
| Todo el año | JORNADAS PROFESIONALES TURESPAÑA (*) | A determ. | Varios | Multisegmento |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 168.000 euros |
|--------------|----------------------|

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---|-----------|---------------------|---------------|
| Abril | TSS CONGRESO ANUAL Y CONVENIO | A determ. | Alemania Polonia | Multisegmento |
| Oct./Nov. | CONGRESOS ASOCIACIONES AGENTES DE VIAJE | A determ. | Nacional | Multisegmento |
| A determ. | COLABORACIÓN ASOCIACIONES AGENCIAS DE VIAJE (*) | A determ. | Nacional | Multisegmento |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 40.000 euros |
|--------------|---------------------|



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ALIANZAS COMERCIALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|---|--------------|----------------|-----------------|
| Todo el año | FORMACIÓN Y CO-MARKETING TOUROPERADORES Y OTAS (*) | A determ. | Internacional | Multisegmento |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 20.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--|------------------------|----------------|-----------------|
| Junio | PRESENTACIÓN PRENSA Y AGENCIAS ITALIA | Milán Turín Roma | Italia | Multisegmento |
| Octubre | PRESENTACIÓN PRENSA Y AGENCIAS ESCANDINAVIA (*) | Oslo Copenhague | Escandinavia | Multisegmento |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 30.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: SOCIAL MEDIA

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------------------------|---------------------------|----------------|-----------------|
| Todo el año | SOCIAL MEDIA OPTIMIZADOR | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | SOCIAL MEDIA MARKETING | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 90.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: ÁREA DE CONTENIDOS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|-------------------|---------------------------|----------------|-----------------|
| Todo el año | CONTENT MARKETING | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ÁREA DE CONTENIDOS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|----------------------------|---------------------------|--------------|---------------|
| Todo el año | AUDIOVISUAL | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | IMÁGENES | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | SEO | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | ACCIÓN VIVECOSTADELSOL (*) | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 136.000 euros |
|--------------|----------------------|

TIPO DE ACCIÓN: ÁREA INTELIGENCIA DIGITAL

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|---|---------------------------|--------------|---------------|
| Todo el año | COSTA DEL SOL BUSINESS INTELIGENCE (*) | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 20.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: ÁREA DE DESARROLLO

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|----------------------|---------------------------|--------------|---------------|
| Todo el año | INFLUENCERS TRIP (*) | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | BUSCADORES | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | OTA'S (*) | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | INBOUND | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ÁREA DE DESARROLLO

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|---|---------------------------|--------------|---------------|
| Todo el año | SGD | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | COSTA DEL SOL SMART PASS (*) | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |
| Todo el año | ASO Y POSICIONAMIENTO COSTA DEL SOL SMART PASS (*) | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 416.000 euros |
|--------------|----------------------|

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|---------------------|---------------------------|--------------|---------------|
| Todo el año | JORNADAS FORMATIVAS | Nacional Internacional | Multimercado | Multisegmento |

| | |
|--------------|--------------------|
| TOTAL | 3.000 euros |
|--------------|--------------------|

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---------------------------------------|--------------------------|---------------|---------------|
| A determ. | BLOGUER TRIP SUIZA + REPORTAJE (*) | Costa del Sol- Málaga | Suiza | Multisegmento |
| A determ. | BLOGUEROS ESPAÑA | Costa del Sol- Málaga | España | Multisegmento |
| A determ. | FAM TRIP LÍBANO | Costa del Sol- Málaga | Oriente Medio | Multisegmento |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------|--------|-------|---------|----------|
|-------|--------|-------|---------|----------|

| | | | | |
|-------------|---|----------------------|------------------|---------------|
| A determ. | FAM TRIP SUDESTE ASIÁTICO SINGAPUR Y KUALA LUMPUR | Costa del Sol-Málaga | Sudeste Asiático | Multisegmento |
| Todo el año | FAM TRIP MARRUECOS | Costa del Sol-Málaga | Marruecos | Multisegmento |

TOTAL **41.000 euros**

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES AL CONSUMIDOR

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------|--------|-------|---------|----------|
|-------|--------|-------|---------|----------|

| | | | | |
|-------------------------|------------------------------------|----------------------|--------|---------------|
| 1 ^{er} . Trim. | FAM TRIP GANADORES MEGAEXPERIENCIA | Costa del Sol-Málaga | Varios | Multisegmento |
|-------------------------|------------------------------------|----------------------|--------|---------------|

TOTAL **3.000 euros**

TOTAL ACCIONES MULTISEGMENTO **1.226.700 euros**



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTOS VACACIONAL & OCIO



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: VACACIONAL & OCIO

El peso de la oferta vacacional y de ocio del destino Málaga-Costa del Sol y, sobre todo, el incuestionable peso de la demanda por esta oferta, conforman el eje principal de la industria turística de la provincia de Málaga, amén de la comunidad de Andalucía.

El segmento de Vacacional & Ocio representa el 54.7% del volumen total de visitantes y deja patente la manifiesta interdependencia entre este modelo turístico y el bienestar económico y social de la provincia está clara y exige, por ello, una planificación transversal, multisectorial y a largo plazo.

A pesar de resultados históricos en 2016, sigue siendo imprescindible luchas contra la estacionalidad. Así sigue siendo prioridad invertir los recursos disponibles en mejorar la gestión de la estacionalidad, fomentando tráfico a lo largo de toda la temporada baja y mejorar la sostenibilidad del destino.

- Concentrar recursos económicos y humanos en la promoción dirigida a aquellos segmentos vinculados con la temporada de otoño, invierno y primavera, haciendo hincapié en el concepto de “Costa en Invierno” y, de esta manera, contribuir a la sostenibilidad del destino y la reducción de los efectos de la estacionalidad.
- Enfoque prioritario en los mercados tradicionales y mercados estratégicos de comprobado volumen y rentabilidad, así como en aquellos con potencial de demanda a medio plazo.
- Con respecto a la promoción B2C, y en punto de origen, basar la promoción y comercialización del destino en el ámbito online, a través de técnicas de Inbound Marketing.
- Aprovechar el flujo de visitantes al destino a lo largo de todo el año con acciones específicas dirigidas a los potenciales consumidores de los productos y servicios de la oferta complementaria
- En colaboración con el sector privado, y mediante acciones en el destino, fomentar el conocimiento y difusión de la oferta de ocio.
- Mediante alianzas comerciales en destino, fomentar el consumo por parte de los clientes de productos y servicios adicionales y alternativos a los habituales (up-selling) con el fin de aumentar el gasto de bolsillo en el destino a lo largo de todo el año.
- Conocer y analizar los hábitos de consumo de los clientes en destino, con el fin de promover una oferta especializada y exclusiva, así como la comercialización de productos y servicios relacionados con distintas tipologías de demanda (cross-selling).



- Fomentar alianzas con empresas con reconocida penetración en los mercados de origen y así aprovechar las sinergias de co-marketing con respecto a la captación y fidelización del cliente y el consumo en destino.
- Apoyar la difusión de eventos y diversión fuera de la temporada alta. Costa del Sol en invierno
- Mayor explotación de las nuevas tecnologías en la comunicación y comercialización para aportar y facilitar la innovación de la oferta turística.
- Optimización de las sinergias con las demás Áreas de Desarrollo de Negocio entiendo que la oferta de Vacacional & Ocio pueda servir como eje para los demás segmentos.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: CAMPAÑAS DE MARKETING

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--|-----------|---------------|--------------------|
| Enero-abril | ACCIÓN EN BUSCADORES-COSTA DEL SOL EN INVIERNO | Online | Multimercado | Vacacional Ocio |
| Primavera | CAMPAÑA ALPITUR | Italia | Italia | Vacacional Ocio |
| Todo el año | CONTENIDOS Y CO-MARKETING TOUROPERADORES Y OTAs | A determ. | Internacional | Vacacional Ocio |

TOTAL 122.000 euros

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------|----------------|--------------------------|---------------------------|--------------------|
| Junio | XII EUROAL (*) | Costa del Sol- Málaga | Nacional Internacional | Vacacional Ocio |

TOTAL 15.000 euros

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--------------------------|--------------------------|---------|--------------------|
| Todo el año | FAM TRIPS VARIOS | Costa del Sol- Málaga | Varios | Vacacional Ocio |
| Todo el año | CHALLENGE AIR EUROPA (*) | Costa del Sol- Málaga | Francia | Vacacional Ocio |

TOTAL 25.000 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES AL CONSUMIDOR

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|------------------|--|----------------------|------------------------|---------------------|
| Junio-septiembre | PUBLICIDAD PASAPORTE DE OCIO COSTA DEL SOL | Málaga-Costa del Sol | Nacional Internacional | Vacacional Ocio |
| TOTAL | | | | 20.000 euros |

| | |
|---------------------------------------|----------------------|
| TOTAL ACCIONES VACACIONAL OCIO | 182.000 euros |
|---------------------------------------|----------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO GOLF



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: GOLF

Costa del Sol, destino pionero de la promoción del golf en España y primer destino continental con más de 70 campos de golf en la llamada Costa del Golf (Nerja-Sotogrande)

Turismo y Planificación Costa del Sol y sus empresarios del sector de golf, seguirán su línea de mejorar la comunicación durante el año 2017 y en su empeño de destacar la excelencia de la oferta de este segmento turístico. El objetivo no es otro que conseguir un reposicionamiento del destino en los mercados tradicionales, con el convencimiento de que el golf constituye una singular oferta turística, ya consolidada, que atrae a turistas de superior poder adquisitivo en épocas del año que son de máximo interés para el sector turístico.

Las líneas estratégicas para el 2017, igual que en años anteriores, hacen hincapié en una estrategia de marketing más proactiva, llegando a los principales mercados con acciones de marketing y de comunicación que pueden generar importantes retornos (España, Reino Unido, Irlanda, Alemania y Escandinavia). También se proponen acciones dirigidas a mercados estratégicos, que puedan generar más demanda (Francia, EE. UU. Y Canadá, entre otros).

Con el fin de optimizar la inversión de recursos en estos mercados, el objetivo es el de identificar colaboradores con máxima penetración en los mercados estratégicos y elaborar acciones en común que permitan llegar a los aficionados con un mensaje claro de que la oferta de la Costa del Sol es inigualable en su entorno competitivo.

Después de cosechar los buenos resultados de la celebración de eventos deportivos de primer orden (e.j. Open de España de golf femenino), en el 2017 se plantea atraer y captar diversos torneos de distinta índole y así asegurar máxima difusión del destino en todos los medios de comunicación especializados. Cabe destacar el trabajo conjunto entre las distintas instituciones, como es el ejemplo de la alianza creada entre la Consejería de Turismo y Comercio, Turismo y Planificación Costa del Sol, Mancomunidad de Municipios, Real Federación de Golf de Andalucía, entre otras, para el desarrollo de distintas líneas de acción, optimizando recursos, y creando eventos de peso.

La innovación no es ajena al sector de golf y la Costa del Sol se mantiene a la vanguardia con la difusión de su oferta de campos de golf, así como de los servicios y productos complementarios. Por ello, se ha llevado a cabo un proyecto totalmente innovador de marketing de contenidos en el portal especializado de Costa del Sol-Costa del Golf. Este proyecto incorpora el mejor equipo tecnológico para conseguir planos excepcional calidad del casi 100% de los campos de golf del destino. Este uso de la tecnología digital permite una visualización de la concentración y ubicación de los campos de golf desde una perspectiva impactante, así como la georeferencia con la oferta complementaria. Asimismo, permite la difusión de la oferta en redes sociales y ofrece una plataforma interactiva que potencia la imagen del campo y permite acceso a sus buscadores de reservas. A lo largo del año se sacará máximo provecho de esta herramienta tanto a nivel de B2C como de B2b.



En resumen, el Plan marca un objetivo claro de mejorar la comunicación y la difusión de imagen del destino a la vez de explorar la manera de optimizar la posición competitiva y facilitar la comercialización del destino en el ámbito europeo y mundial.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|----------------------------|--------|----------|----------|
| 11-13.03 | SALON DU GOLF (*) | París | Francia | Golf |
| Abril | MADRID GOLF EXPERIENCE (*) | Madrid | Nacional | Golf |

| | |
|--------------|--------------------|
| TOTAL | 4.000 euros |
|--------------|--------------------|

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|------------------------------------|-----------|---------------|----------|
| 04-05.02 | PGA ASAMBLEA Y JORNADA PROFESIONAL | Kassel | Alemania | Golf |
| 02-05.06 | ANDALUCIA SOL CUPS | A determ. | Internacional | Golf |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 10.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|----------------------------------|-----------|---------------|----------|
| 11-14.12 | IGTM (Incl. Cena Touroperadores) | A determ. | Internacional | Golf |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 19.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: ALIANZAS COMERCIALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|-----------------------------------|----------------------|---------------------------|----------|
| Todo el año | GABINETE DE COMUNICACIÓN GOLF (*) | Costa del Sol-Málaga | Nacional Internacional | Golf |



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ALIANZAS COMERCIALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|---|----------------------|----------------|---------------------|
| Todo el año | CIRCUITO Y CAMPAÑA MIEMBROS CLUBES DE GOLF Y EMPRESAS | Francia | Francia | Golf |
| Todo el año | COLABORACIÓN PGA ALEMANIA | Costa del Sol-Málaga | Alemania | Golf |
| Todo el año | COLABORACION RFGA Y PUBLICIDAD | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |
| TOTAL | | | | 74.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: CAMPAÑAS DE MARKETING

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|---|---------------|---------------------------|---------------------|
| Enero-febr. | PUBLIREPORTAJES REVISTAS ESPECIALIZADAS (*) | A determ. | Internacional | Golf |
| Enero-febr. | ADAPTACIÓN COSTA DEL GOLF 360 PARA TOUOPERADORES Y CAMPOS DE GOLF | Online | Nacional Internacional | Golf |
| Todo el año | CAMPAÑA GOLF FEMENINO (*) | Internacional | Internacional | Golf |
| Todo el año | CAMPAÑA ONLINE B2C AFICIONADOS DE GOLF | Online | Nacional Internacional | Golf |
| Todo el año | FORMACIÓN, CONTENIDOS Y CO-MARKETING GOLF GLOBE | Alemania | Alemania | Golf |
| Todo el año | MEMBRESÍA IAGTO | Internacional | Varios | Golf |
| TOTAL | | | | 88.800 euros |



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|---|----------------------|---------------------------|----------|
| A determ. | COLABORACIÓN TORNEOS DE GOLF EN DESTINO | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |
| Febr./mar. | PRO AM COSTA DEL SOL-COSTA DEL GOLF Y PGA ALEMANIA (*) | Andalucía | Alemania | Golf |
| 17-20.03 | ANDALUCÍA SOL CUP IRLANDA | Costa del Sol-Málaga | Irlanda | Golf |
| Marzo | COSTA DEL SOL CHALLENGE-EUROPEAN CHALLENGE TOUR | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |
| Abril | CAMPEONATO "INTERNACIONAL COSTA DEL SOL" (*) | Costa del Sol-Málaga | Varios | Golf |
| Mayo/junio | XIX PRO-AM COSTA DEL SOL TURISMO | Costa del Sol-Málaga | Nacional | Golf |
| Junio/julio | TORNEO GOLF "ANDALUCÍA EN VERANO" | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |
| Sept. | ANDALUCÍA COSTA DEL SOL OPEN FEMENINO | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |
| Sept./oct. | PROMOCIÓN Y SOPORTE LOGÍSTICO CAMPEONATOS DE GOLF | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |
| Octubre | EUROPEAN FATHER & SON GOLF CHAMPIONSHIP 10º ANIVERSARIO (SKY TOURS) | Costa del Sol-Málaga | Reino Unido Internacional | Golf |
| Otoño | GLOBAL GOLF CELEBRITY GOLF CHALLENGE (*) | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Golf |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 463.550 euros |
|--------------|----------------------|

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------|--|----------------------|----------|----------|
| Marzo | FAM TRIP COSTA DEL SOL CHALLENGE-EUROPEAN CHALLENGE TOUR (*) | Costa del Sol-Málaga | Nacional | Golf |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--|----------------------|---------|----------|
| Sept. | FAM TRIP ANDALUCÍA COSTA DEL SOL OPEN DE ESPAÑA FEMENINO (*) | Costa del Sol-Málaga | Varios | Golf |
| Todo el año | FAM TRIPS | Costa del Sol-Málaga | Varios | Golf |

TOTAL 40.000 euros

TOTAL ACCIONES GOLF 699.350 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO CULTURAL



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: CULTURAL & CITYBREAKS Y ENOGASTRONOMÍA

La provincia cuenta con un envidiable patrimonio histórico con bienes declarados de Interés Cultural en la provincia: monumentos, zonas arqueológicas, jardines históricos, etc.

Málaga, Antequera y Ronda aglutinan el 80 por ciento del patrimonio artístico y cultural de la provincia. En el último año se han puesto en valor otros reclamos culturales como es el caso del conjunto dolménico de los Dólmenes de Antequera, el Torcal y la Peña de los Enamorados. La incorporación del Caminito del Rey como un producto singular ha añadido peso a esta importante oferta.

Es necesario seguir trabajando en la difusión de productos singulares y con encanto que, junto con la oferta gastronómica, cultural, o de compras y nuestra excelente conectividad nos posicionan como uno de los principales destinos para escapadas. A este hecho se une el importante auge que ha experimentado la oferta museística de la provincia de Málaga, y muy concretamente la de su capital.

El producto “Sabor a Málaga” unido a esta oferta aporta un importante valor añadido y en este sentido proponemos una alianza con esta marca para la puesta en marcha de acciones en mercado nacional e internacional previstas en el 2017.

Importante es asimismo seguir trabajando en la apertura a nuevos mercados y en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio para la Costa del Sol, destacando el trabajo realizado de forma conjunta con Turkish Airlines, Turespaña y Turismo Andaluz en Marruecos, Arabia Saudí, Emiratos árabes, Qatar, Kuwait, Irán, Israel, Argelia y Sudeste asiático, concretamente en Malasia, Indonesia y Singapur.

En todos estos mercados destacamos una importante labor de promoción y comercialización con acciones de diseño propio y la participación de empresas del sector (hoteles, entes de promoción y DMC's)

Entre las acciones previstas figura trabajar en acciones de comunicación y mejora de la imagen en mercados consolidados incorporando al destino Málaga-Costa del Sol un amplio portfolio de productos culturales, escapadas, gastronomía, shopping, rutas especiales y lifestyle con acciones dirigidas a intermediarios, prensa, blogueros y consumidor final.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|--|---------------|-----------------------|----------|
| A determ. | MÁLAGA SINGULAR – ESPACIOS CON ENCANTO (*) | Internacional | Internacional | Cultural |
| A determ. | COSTA DEL SOL – MUSLIM FRIENDLY | Internacional | Internacional (Islam) | Cultural |

TOTAL 13.000 euros

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---|----------------------|---------------|----------|
| 12-14.01 | FAM TRIP HOLIDAZE TA | Costa del Sol-Málaga | EE. UU. | Cultural |
| A determ. | OTROS FAM TRIPS CON TURISMO ANDALUZ Y TURESPAÑA | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Cultural |

TOTAL 25.000 euros

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|--------------------|----------------------|------------------------|----------|
| A determ. | BIENAL DE FLAMENCO | Costa del Sol-Málaga | Nacional Internacional | Cultural |

TOTAL 300.000 euros

TOTAL ACCIONES CULTURAL 338.000 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO CRUCEROS



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: CRUCEROS

Málaga cuenta con una de las mejores infraestructuras portuarias y marítimas en el Mediterráneo. Un destino excepcionalmente valorado por las navieras. Sin embargo, la competitividad del mercado, la excesiva oferta, la dependencia en el mercado nacional y la rentabilidad de las navieras nos obligan a plantearnos estrategias de cooperación con otros puertos o destinos españoles y del resto del Mediterráneo/Atlántico para ofrecer a las navieras la posibilidad de contratar itinerarios en conjunto con condiciones más ventajosas desde el punto de vista logístico y de las operaciones.

La labor de promoción conjunta con otras administraciones está siendo muy valorada por las navieras por lo que es necesario seguir en esta línea y en este sentido se reforzarán las acciones conjuntas con otras instituciones para mejorar nuestra competitividad y se buscarán fórmulas que permitan a las navieras incrementar la rentabilidad de las rutas contando con Málaga como puerto base o de escala.

Uno de los objetivos primordiales de este trabajo conjunto es la captación de navieras para que establezcan en Málaga su puerto base construyendo una verdadera relación profesional con las mismas para mejorar la competitividad y lograr una mayor visibilidad del destino a nivel nacional e internacional.

Continuaremos con nuestra presencia en las principales ferias, jornadas profesionales y puerta a puerta y mantendremos la acción que ya se realizó en el 2016 con el apoyo de la OET de Miami y el Consulado, que contó con la asistencia de los principales líderes y en definitiva de aquellos que tienen poder en la toma de decisiones y en la elección de rutas y de puertos.

Se nos abre una excelente oportunidad para consolidar el prestigio de nuestro destino con la candidatura de la ciudad de Málaga y del destino Andalucía como sede del Seatrad Med 2018



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|--------------|---------------------------|---------------|----------|
| 13-16.03 | SEATRADE | Fort Lauderdale (EE. UU.) | Internacional | Cruceros |
| 06-08.09 | SEATRADE (*) | Hamburgo | Internacional | Cruceros |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 13.500 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: PUERTA A PUERTA

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--------------------------|---------|---------------|----------|
| Febrero | MIAMI – NAVIERAS EE. UU. | EE. UU. | Internacional | Cruceros |
| Todo el año | NAVIERAS EUROPA (*) | Europa | Internacional | Cruceros |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 23.500 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: CAMPAÑAS DE MARKETING

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|-------------------------------|---------------|---------------|----------|
| A determ. | NAVIERAS EUROPA Y EE. UU. (*) | Internacional | Internacional | Cruceros |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 27.000 euros |
|--------------|---------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|-----------------------------------|----------------------|----------------|--------------------|
| Todo el año | VISITAS DE INSPECCIÓN Y FAM TRIPS | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Cruceros |
| TOTAL | | | | 3.000 euros |

| | |
|--------------------------------|---------------------|
| TOTAL ACCIONES CRUCEROS | 67.000 euros |
|--------------------------------|---------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO IDIOMÁTICO



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: IDIOMÁTICO

Málaga y la Costa del Sol siguen posicionándose como referente en este segmento, y en este sentido cuenta con una amplia gama de productos relacionados con el aprendizaje de español tanto en centros privados como en la propia UMA. Málaga ha demostrado ser un destino accesible, cómodo, seguro y con un excelente producto cultural, que además ha experimentado un importante empuje en los últimos años.

La celebración del evento Alphe en sus últimas dos ediciones ha contribuido a esta mejora de imagen si bien es verdad que aún se necesita seguir avanzando con una buena labor de comunicación para romper definitivamente con la imagen de sol y playa de la marca Costa del Sol en este segmento.

La acreditación del Instituto Cervantes a las escuelas de la provincia ha sumado prestigio a la marca, aunque debe ser un objetivo irrenunciable para nosotros seguir trabajando para volver a posicionar Málaga entre los primeros puestos de este segmento en el contexto nacional e internacional, principalmente en mercados europeos. Por lo que nuestro objetivo principal es recuperar definitivamente el liderazgo.

En cuanto a las acciones previstas para el año 2017 nos centraremos en trabajar en una línea continuista que refuerce la labor realizada en los últimos años.

Así, se intensificará la labor de comunicación e imagen (acciones en prensa tradicional, blogueros y redes sociales) en los mercados consolidados como Reino Unido/Irlanda, Holanda, Alemania, Italia, Francia, Suiza y Países Nórdicos. Se trabajará para reforzar los contactos establecidos en mercados consolidados y se continuará con una labor de investigación junto con la red de profesores de español en estos mercados, uniendo sinergias con las consejerías de Cultura y Educación en los mercados de referencia.

Junto con el equipo de Marketing Online, con el que ya se está trabajando, se continuará con las campañas de comunicación online en Rusia, Japón.

El objetivo es lograr una mayor visibilidad de la marca, incrementar el sentimiento de pertenencia, poner en valor el destino y convertir a nuestros clientes en verdaderos embajadores del destino.

Prestaremos una especial atención a la acción que realizaremos en Berlín ICEF, uno de los principales escaparates para este segmento

En los mercados emergentes reforzaremos la comunicación e información a intermediarios. En todos los casos, se trabajará estrechamente con las delegaciones del Instituto Cervantes en los mercados en origen y el ICEX así como asociados líderes en la industria.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

El target al que nos que vamos a seguir dirigiendo: estudiantes de educación secundaria, cursos de verano, preparación para la selectividad, preparación para Masters, preparación para FP, grupos seniors (según mercado).



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------|--------|---------------|--------------------|
| 13-15.01 | ALPHE | Málaga | Internacional | Idiomático |
| TOTAL | | | | 5.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS PROFESIONALES/FAM TRIPS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--|-----------|---------------------------|---------------------|
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES ALEMANIA (TARGET PROFESORES Y ASOCIACIONES) | A determ. | Alemania Europa | Idiomático |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES REINO UNIDO | A determ. | Reino Unido Internacional | Idiomático |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES ESCANDINAVIA (*) | A determ. | Escandinavia | Idiomático |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES ITALIA | A determ. | Italia | Idiomático |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES EE. UU. (*) | A determ. | EE. UU. | Idiomático |
| A determ. | JORNADAS MERCADOS EMERGENTES (*) | A determ. | Internacional | Idiomático |
| TOTAL | | | | 50.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------------------------------|----------|---------------|---------------------|
| Oct./Nov. | ICEF BERLÍN (+ CAMPAÑA ONLINE) | Alemania | Internacional | Idiomático |
| TOTAL | | | | 14.000 euros |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES AL CONSUMIDOR

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|------------------|-------|------------------|--------------------|
| Enero-junio | JAPON ONLINE (*) | Japón | Sudeste Asiático | Idiomático |
| Enero-junio | RUSIA ONLINE (*) | Rusia | Rusia | Idiomático |
| TOTAL | | | | 6.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--|--------|---------|---------------------|
| Enero-dic. | PROGRAMA DE BECAS MERCADO EUROPEO (*) | Europa | Europa | Idiomático |
| TOTAL | | | | 15.000 euros |

| | |
|----------------------------------|---------------------|
| TOTAL ACCIONES IDIOMÁTICO | 90.000 euros |
|----------------------------------|---------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO SPORT DESTINATION



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: SPORT DESTINATION

Este año además incluimos acciones para la promoción de un nuevo segmento Sport Destination. Todas estas acciones deben fundamentarse en un intenso trabajo de inteligencia de mercado que nos lleve a detectar las mejores oportunidades de negocio, así como a ampliar el portfolio de productos conforme a las preferencias de nuestros potenciales clientes.

Turismo Costa del Sol ha puesto en marcha en el último año el nuevo segmento Sport Destination, otro paso hacia delante en su camino por ofrecer productos y servicios adaptados a todas las motivaciones del turista.

Mediante esta nueva marca se pretende impulsar el trabajo conjunto de la iniciativa pública y de los empresarios privados en beneficio de este segmento que no en vano tiene un enorme potencial en la provincia.

La marca Sport Destination, además, pretende aunar todas las variadas iniciativas que ya se promueven relacionadas con el turismo deportivo y las que están por venir, lo que permitirá crear sinergias y posicionarnos como un destino de referencia.

La línea de trabajo, que ya se ha iniciado incluye acciones de inteligencia de mercado, para mejorar nuestra competitividad, y lograr un posicionamiento líder en el segmento, así como acciones para lograr una mejora del producto, asistencia a ferias especializadas, acciones de captación de eventos deportivos a nivel europeo y en colaboración con las federaciones de las distintas disciplinas. También se llevarán a cabo visitas de inspección y viajes de familiarización con prescriptores y líderes de opinión con capacidad en la toma de decisiones.

Todo este trabajo se reforzará con un plan de Comunicación realizado de forma conjunta con el departamento de Comunicación de Turismo Costa del Sol, uniendo sinergias con otras administraciones y en colaboración con empresarios privados especializados en este segmento.

Este departamento pretende englobar a todas las disciplinas deportivas (a excepción de golf y náutica que ya tienen un departamento propio) pero comenzará prestando una especial atención al deporte rey, fútbol y a los deportes relacionados con el mundo de la natación y sus diferentes modalidades, así como el triatlón.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------|-------------|------------|---------------|----------|
| Septi. | SOCCEREX | Manchester | Internacional | Sport |
| Nov. | WYSCOUT (*) | Londres | Internacional | Sport |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 18.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|---|-------|---------------|----------|
| Enero-junio | ESTUDIO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR (*) | | Internacional | Sport |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 15.000 euros |
|--------------|---------------------|

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|---|----------------------|---------------|----------|
| Enero-Junio | FAM TRIPS/VISITAS DE INSPECCIÓN | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Sport |
| Febrero | COMITÉ EJECUTIVO Y COMISIONES ILS-RFESS | Benalmádena | Nacional | Sport |
| Mayo | COMITÉ EJECUTIVO ILSE-RFESS | Málaga | Internacional | Sport |
| Junio | TORNEO INTERNACIONAL DE FÚTBOL (*) | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Sport |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 64.000 euros |
|--------------|---------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------------|---|--------------|----------------|--------------------|
| Enero-diciembre | PLAN DE COMUNICACIÓN ONLINE Y OFFLINE (*) | A determ. | Internacional | Sport |
| TOTAL | | | | 5.000 euros |

| | |
|---|----------------------|
| TOTAL ACCIONES SPORT DESTINATION | 102.000 euros |
|---|----------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS CONVENTION BUREAU



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: CONVENTION BUREAU

El turismo de reuniones y congresos ha experimentado un auge importante en los últimos años. La provincia de Málaga se está situando como uno de los primeros destinos nacionales e internacionales para el turismo de negocios, gracias al crecimiento y la mejora que está experimentando en los últimos años en materia de comunicaciones, con la construcción de nuevos hoteles en la ciudad, con la ampliación del aeropuerto, las nuevas rondas y toda una serie de mejoras en infraestructuras que nos están posicionando como un destino de vanguardia.

Los numerosos proyectos en marcha y la gran cantidad de productos que el visitante puede encontrar en nuestro destino nos han colocado, al igual que en otros aspectos de la vida turística, como uno de los enclaves más atractivos para la celebración de este tipo de eventos. Desde Turismo Costa del Sol estamos dispuestos a seguir apostando por el sector y a intensificar la promoción de este segmento, que tantos beneficios proporciona a nuestro destino.

El segmento de congresos es uno de más rentables en términos económicos pues rompe la estacionalidad (ya que se trata de visitantes fuera de la época vacacional), tiene un importante efecto multiplicador, pues el congresista regresa a nuestro destino a posteriori con sus familias.

Además, este visitante es el que tiene uno de los gastos de bolsillo más elevados impulsa el desarrollo de otros productos turísticos.

La aportación económica del turismo de congresos en la Costa del Sol es de unos 400 millones de euros. Además, hay que decir que la mayor parte de visitantes de congresos se alojan en hoteles de cuatro y cinco estrellas.

En cuanto a la estancia media de los congresistas en nuestra provincia, esta se sitúa en torno a 2,28 días, siendo los valores mayores a la media cuando los eventos tienen lugar en palacios de congresos. Cifras que deben impulsarnos a todos los implicados en el sector a seguir trabajando para mejorar aún más estos resultados.

En este sentido, las líneas estratégicas del Convention Bureau del Patronato de Turismo Málaga - Costa del Sol para 2017 se basan en los objetivos prioritarios establecidos por la mesa de trabajo creada por representantes de hoteles, agencias, palacio de congresos y empresas de servicios.

Las acciones a desarrollar se ajustan a la demanda del sector que permiten llevar a cabo una catalogación de los distintos mercados, al tiempo que posibilitan establecer las más idóneas estrategias para incidir en el público objetivo.

De esta forma, se establecen una serie de acciones de comercialización trabajando en las dos ramas principales del segmento de Turismo de Reuniones y Eventos, por un lado, el campo "corporativo", que se reforzará con más acciones en los mercados prioritarios y, por otro, el



campo “asociativo”, este último bajo la submarca “MálagaCon” que se seguirá comercializándose internacionalmente, mercados europeo y nacional.

El objetivo es aumentar el nº de eventos, reuniones y congresos que se celebran en nuestro destino a lo largo del año, y en especial en temporada baja. Se trata en su mayoría de acciones que se celebran fuera de temporada alta y además suele tener un gasto medio elevado comparado con otro tipo de turista.

Para 2017 la idea es seguir trabajando en mercados maduros como Reino Unido, Alemania y Francia, ya que son los que aportan mayor volumen de negocio. Principalmente dando a conocer novedades e invitar a que redescubran el destino.

Por otro lado, seguimos trabajando en mercados emergentes para dar a conocer el destino y sus posibilidades para este segmento para que tengan en mente la Costa del Sol para la celebración de sus futuros eventos y reuniones o congresos. Además, daremos a conocer el nuevo catálogo del CB como herramienta para ayudar a vender mejor el destino.

En cuanto a acciones destacan: asistencia a las principales ferias especializadas en este segmento como son IMEX en Frankfurt, y IBTM World (antes EIBTM) en Barcelona, y que son multimercado, además de la Feria IMEX América más enfocada al mercado EE. UU.

Presencia en medios especializados tanto a nivel nacional como internacional, tanto en papel como online (como Eventoplus, Spain Travel and Business, Meet In, ...) así como la asistencia a foros profesionales multimercado como los M& Forum, Connections Meetings, fam trips con agentes de viaje especializados en este segmento de diversos mercados tanto nacional como internacional, primando Reino Unido, Alemania y Francia.

También se realizarán visitas puerta a puerta tanto a nivel nacional como internacional, corporativo y asociativo. Además de alianzas estratégicas y campañas de marketing.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------|--------------|-----------|---------------|----------|
| 16-18.05 | IMEX | Frankfurt | Alemania | MICE |
| 10-12.10 | IMEX AMÉRICA | Las Vegas | EE. UU. | MICE |
| Noviemb. | IBTM WORLD | Barcelona | Internacional | MICE |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 116.000 euros |
|--------------|----------------------|

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---|-----------|---------------|----------|
| A determ. | MISIONES COMERCIALES MICE ANDALUCÍA (*) | A determ. | Internacional | MICE |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES INVERSAS TURESPAÑA | Madrid | A determ | MICE |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES TURESPAÑA | Bruselas | Bélgica | MICE |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES TURESPAÑA | Varsovia | Polonia | MICE |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES PROPIAS | Chicago | EE. UU. | MICE |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES PROPIAS | A determ. | Alemania | MICE |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES PROPIAS CON ASPM | Madrid | Nacional | MICE |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 35.500 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|----------------|-----------|---------------|----------|
| Todo el año | MEMBRESÍA ICCA | A determ. | Internacional | MICE |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------------|------------------------------------|-----------|---------------------------|----------|
| 29.03 | GLOBAL CONNECT WORKSHOP | Londres | Reino Unido | MICE |
| Abril | ICCA CAPÍTULO IBÉRICO | Madeira | España Portugal | MICE |
| 27.06- 01.07 | M&I FORUM MICE SUMMER | Sevilla | Reino Unido Europa | MICE |
| 30.10- 04.11 | M&I FORUM MICE AUTUMN | Dubai | Reino Unido Europa | MICE |
| 12-15.11 | CONGRESO ANUAL ICCA | Praga | Internacional | MICE |
| A determ. | EVENTOS FORMACIÓN ICCA/SITE/MPI | A determ. | Nacional Internacional | MICE |
| A determ. | EVENTO PARTANCE | París | Francia | MICE |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 39.500 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: PUERTA A PUERTA

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|---------------------|---|-----------|--------------|----------|
| Febrero/ Marzo | PUERTA A PUERTA CORPORATIVO: AGENCIAS | A determ. | Reino Unido | MICE |
| Febrero/ Octubre | PUERTA A PUERTA CORPORATIVO Y ASOCIATIVO I Y II | Barcelona | España | MICE |
| Febrero/ Octubre | PUERTA A PUERTA CORPORATIVO Y ASOCIATIVO I Y II | Madrid | España | MICE |
| A determ. | PUERTA A PUERTA CORPORATIVO AGENCIAS | A determ. | Escandinavia | MICE |
| A determ. | PUERTA A PUERTA CORPORATIVO AGENCIAS | París | Francia | MICE |
| A determ. | PUERTA A PUERTA ASOCIATIVO | Bruselas | Bélgica | MICE |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 16.000 euros |
|--------------|---------------------|



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ALIANZAS COMERCIALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------|-----------|--------------|---------------------|
| Todo el año | UNICEO | A determ. | Multimercado | MICE |
| TOTAL | | | | 90.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: CAMPAÑAS DE MARKETING

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--|---------|-------------|---------------------|
| A determ. | VIRTUAL FAM (MEETPIE/CAT PUBLICATIONS) | Londres | Reino Unido | MICE |
| A determ. | EVENTOPLUS (PUBLICACIÓN Y ONLINE) | España | España | MICE |
| TOTAL | | | | 10.000 euros |

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|----------------|------------------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------|
| Abril | IBERIAN LUXURY FORUM | Marbella | Internacional | MICE |
| Abril/ Mayo | EVENTO COLECTIVO MÉDICO MÁLAGA CON | Costa del Sol- Málaga | España | MICE |
| A determ. | EVENTO MUNDIAL SECTOR DIGITAL | Costa del Sol- Málaga | Nacional Internacional | MKO-MICE |
| TOTAL | | | | 85.000 euros |



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|---------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------|
| A determ. | FAM TRIPS MICE/V.I. | Costa del Sol- Málaga | Nacional Internacional | MICE |
| TOTAL | | | | 20.000 euros |

| | |
|---|----------------------|
| TOTAL ACCIONES CONVENTION BUREAU | 412.000 euros |
|---|----------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO ÉLITE



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: ÉLITE

El segmento Elite es un segmento con enorme potencial para la Costa del Sol. Entre los datos que maneja Turismo Costa del Sol figuran:

- El segmento mueve una media de 500.000 turistas anuales.
- Profesional de alto poder adquisitivo que oscila entre los 30 y 40 años.
- El gasto medio supera los 600 euros diarios y el presupuesto de viaje va de 3.000 a 50.000 euros.
- Vienen de Reino Unido, Alemania, Rusia, Oriente Medio...
- La provincia cuenta con 21 establecimientos hoteleros de 5 estrellas y 5 estrellas gran lujo.

Es un segmento que conlleva importantes beneficios para la actividad económica de la provincia. Esta submarca, atiende también a las demandas de buena parte del sector turístico de la provincia, que venía reclamando desde hace años la necesidad de una mayor atención hacia un producto que en la actualidad ha crecido con porcentajes altísimos y con importantes beneficios económicos para el destino. El objetivo es posicionar al destino a niveles similares de otros destinos que han optado por esta estrategia como Barcelona, Madrid o País Vasco.

Los expertos señalan que el turismo de lujo es uno de los que menos se ha resentido a la crisis económica y de hecho ha vivido un cierto renacimiento con una mejora de la calidad y sobre todo de la especialización de la oferta. Muestra de ello es que Marbella ha conseguido un record histórico el pasado verano en cuanto a pernoctaciones y beneficios.

Entre los objetivos que se persiguen en el 2017, están:

- Seguir posicionando la Costa del Sol como destino de lujo para un público de alto poder adquisitivo reforzando su imagen y prestigio. Para ello seguiremos con convenio con VIRTUOSO (principal red de agentes de viajes que promueven viajes de lujo).
- Promocionar nuestros productos y aspectos de nuestra cultura en los principales mercados como son Reino Unido, Alemania, Francia además de los siguientes mercados: EE. UU., Rusia, Latinoamérica, especialmente en Brasil, Oriente Medio, India.
- Estar presentes en actividades específicas con el fin de llegar al público objetivo deseado como Ferias (Arabian Travel Market, Travel Week en Sao Paulo, Virtuoso Travel Week en Las Vegas, ILTM), acciones de puerta a puerta, presentaciones de producto, fam trips y presencia en medios de comunicación específicos además de a través de nuestra web especializada.
- Colaboración con prensa especializada internacional.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|------------|----------------------|-----------|--------------------|----------|
| 28.02-2.03 | ILTM TOKIO | Tokio | Asia Internacional | Élite |
| Agosto | VIRTUOSO TRAVEL WEEK | Las Vegas | EE. UU. | Élite |
| Diciemb. | ILTM FRANCIA | Cannes | Internacional | Élite |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 22.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: JORNADAS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---|------------------------------|-----------|----------|
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES INVERSAS TURESPAÑA | Madrid | A determ. | Élite |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES TURESPAÑA | A determ. | Varios | Élite |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES TURESPAÑA INDIA | Delhi Ahmedabad Chenai | India | Élite |
| A determ. | JORNADAS PROFESIONALES PROPIAS | Los Ángeles | EE. UU. | Élite |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 22.500 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---------------------------------|-----------|---------------|----------|
| A determ. | FOROS PROFESIONALES VARIOS LUJO | A determ. | A determ. | Élite |
| 21-24.05 | CONNECTIONS LUXURY (*) | Irlanda | Internacional | Élite |
| 03.10 | LUXURY TRAVEL MART | Moscú | Rusia | Élite |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 24.000 euros |
|--------------|---------------------|



COSTA DEL SOL MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: ALIANZAS COMERCIALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|-------------------|------------|---------------|---------------------|
| Todo el año | CONVENIO VIRTUOSO | Nueva York | Internacional | Élite |
| TOTAL | | | | 50.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: CAMPAÑAS DE MARKETING

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------------------------------------|---------------|--------------|---------------------|
| A determ. | CAMPAÑA EN MEDIOS ESPECIALIZADOS (*) | Internacional | Multimercado | Élite |
| TOTAL | | | | 10.000 euros |

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------------------------|----------|--------------------------|---------------------|
| Nov. | VIRTUOSOS CHARMANS EVENT | Marbella | EE. UU. Internacional | Élite |
| TOTAL | | | | 25.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------|
| A determ. | FAM TRIPS DE ÉLITE | Costa del Sol Málaga | Nacional Internacional | Élite |
| TOTAL | | | | 15.000 euros |

TOTAL ACCIONES ÉLITE

168.500 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO VITA (Verde, Interior & Turismo Activo)



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: VITA (Verde, Interior & Turismo Activo)

El segmento de interior continúa ganando peso en la industria turística de la provincia de Málaga, como lo ponen de manifiesto los datos que se manejan desde Turismo Costa del Sol. No en vano, la importancia de este sector turístico motivó el que la entidad decidiera ya en el año 2012 crear un departamento especializado para la promoción de este segmento.

Desde el Departamento para el Desarrollo de Negocio, Verde – Interior – Turismo Activo, se plantea la conveniencia de llevar a cabo una línea continuista, sobre los planteamientos estratégicos comenzados en el ejercicio 2012, cuando se creó dicho departamento.

Se insiste en trabajar para continuar con la importante labor de identificación de la oferta que se ha venido realizando, así como de transmitir la creación de productos específicos para su desarrollo completo. Todo es y será enfocado a través de canales off y online.

Pero además la puesta en valor de determinados recursos en el último año, como es el caso del Caminito del Rey o de los Dólmenes, tras la declaración del conjunto como Patrimonio de la Humanidad, nos llevan a plantearnos nuevos retos como es intensificar la promoción de estos importantes enclaves.

Queremos hacer incidir en el conocimiento de las excelencias del territorio, a través de viajes de familiarización, con agentes de viajes y medios de comunicación, y visitas de inspección, de operadores especializados.

Con acciones puerta a puerta y jornadas profesionales, sobre todo a nivel nacional y llegando a los profesionales del sector. Pero también son importantes las acciones de promoción del interior de la provincia en nuestro entorno cercano, con el objetivo de cautivar la demanda desde diferentes puntos del litoral hacia el interior de nuestra provincia.

Con asistencia a feria monográficas y generalistas enfocadas al cliente final.

Y con labores de comercialización, a través de canales online, de productos específicos, así como incidencia en los canales de inspiración de la demanda, de forma individual ó con acciones cruzadas con otros departamentos.

Por destacar algunos de los datos de este segmento y su importancia:

- La provincia dispone de 1.833 alojamientos de interior reglados que despliegan 23.852 plazas
- Cerca de un millón de turistas
- Unos Ingresos directos de 541 millones de euros.
- El presupuesto de viaje se ha situado en 619 euros.
- El visitante medio tiene 44 años.
- La nota media que obtiene el destino ha subido hasta un 8,6.
- Los municipios más visitados por estos turistas son Málaga, Antequera y Ronda.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|------------------------------------|--------------------------|---------------|----------|
| Marzo | FERIA INTERNACIONAL DE ORNITOLOGÍA | Parque Nal. de Monfragüe | Internacional | VITA |
| Abril | DOÑANA BIRD FAIR | La Puebla del Río | Internacional | VITA |
| Mayo | RONDA 101 KMS. (*) | Ronda | Nacional | VITA |
| Agosto | BRITISH WATCHING FAIR | Rutland | Internacional | VITA |
| Octubre | TIERRA ADENTRO | Jaén | Nacional | VITA |
| Octubre | MARBELLA 4 DAYS WALKING (*) | Marbella | Internacional | VITA |
| Noviembre | NATURIVA (*) | Madrid | Nacional | VITA |
| Noviembre | INTUR | Valladolid | Nacional | VITA |

| | |
|--------------|--------------------|
| TOTAL | 9.200 euros |
|--------------|--------------------|

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES/AFICIONADOS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--|----------------------|----------|----------|
| Todo el año | PROMOCIÓN RECURSOS TURÍSTICOS DEL INTERIOR | Costa del Sol-Málaga | Nacional | VITA |
| Todo el año | ACCIONES CO-MARKETING CON TOUROPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJE | Costa del Sol-Málaga | Nacional | VITA |
| Todo el año | DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES (*) | Costa del Sol-Málaga | Nacional | VITA |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | 163.000 euros |
|--------------|----------------------|

| | |
|----------------------------|----------------------|
| TOTAL ACCIONES VITA | 172.200 euros |
|----------------------------|----------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO NÁUTICO



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: NÁUTICO

Este segmento, de reciente creación, cumple claramente con los objetivos de la estrategia de especialización puesta en marcha por la entidad, motivo por el cual desde Turismo Costa del Sol estamos dispuestos a seguir apostando por el sector y a intensificar la promoción y comercialización de este segmento, que sin duda tanto beneficio reporta y reportará a nuestro destino.

No sólo en lo que a promoción del segmento en el litoral se refiere, sino también en las actividades vinculadas al segmento náutico que pueden llevarse a cabo en el interior de la provincia.

Un segmento que, sin duda, tendrá un largo recorrido gracias al trabajo conjunto realizado junto con los profesionales del sector.

Por detallar algunos datos referidos al segmento y su importancia en el litoral hay que decir que en la actualidad existen 11 puertos deportivos y más de 4.500 puntos de atraque.

Oferta a la que hay que sumar las posibilidades de otras actividades acuáticas que se realizan en agua dulce (en ríos, lagos y embalses).

En cuanto a las acciones que Turismo Costa del Sol quiere poner en marcha para el 2017 figura la asistencia a las ferias más importantes del sector, seguir manteniendo un estrecho contacto con profesionales y expertos en la materia como elemento básico para el desarrollo del Plan de Acción y la correlación público-privada, que tantos beneficios reporta al sector turístico de la provincia.

Del mismo modo desde Turismo Costa del Sol seguiremos realizando acciones para dar difusión a la marca creada por la entidad para la promoción del citado segmento, Náutico.

Esta labor de promoción y comercialización de la marca se hará siempre con el refuerzo de su portal especializado como herramienta para: la promoción del producto/destino, a través de sus redes sociales, y de manera que se convierta en una herramienta útil para los profesionales del sector.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|-------------------------|------------|---------------|----------|
| 06-15.01 | LONDON BOAT SHOW | Londres | Reino Unido | Náutico |
| 21-29.01 | BOOT DÜSSELDORF (*) | Düsseldorf | Alemania | Náutico |
| Octubre | SALÓN NÁUTICO BARCELONA | Barcelona | Internacional | Náutico |
| Diciembre | SALÓN NÁUTICO PARÍS | París | Francia | Náutico |

| | |
|--------------|--------------------|
| TOTAL | 8.700 euros |
|--------------|--------------------|

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|--|----------------------|----------|----------|
| A determ. | FAM TRIP ESPECIALIZADOS BLOGUEROS (*) | Costa del Sol-Málaga | Nacional | Náutico |
| A determ. | FAM TRIPS AGENCIAS DE VIAJE/PRENSA ESPECIALIZADA | Costa del Sol-Málaga | Nacional | Náutico |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 10.000 euros |
|--------------|---------------------|

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|--|----------------------|---------------------------|----------|
| A determ. | DESARROLLO CONTENIDOS DIGITALES (*) | | Nacional Internacional | Náutico |
| A determ. | ACCIONES CO-MARKETING CON TOUROPERADORES Y AGENCIAS ONLINE | Online | Nacional Internacional | Náutico |
| A determ. | ESTUDIO PARA DESARROLLO DE RECURSOS TURÍSTICOS | Costa del Sol-Málaga | Local | Náutico |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | 58.000 euros |
|--------------|---------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

| | |
|-------------------------------|---------------------|
| TOTAL ACCIONES NÁUTICO | 76.700 euros |
|-------------------------------|---------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO HEALTH & WELLNESS



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: HEALTH & WELLNESS

El Turismo de Salud ha cobrado una fuerza importante en los últimos años, tanto en el panorama internacional, como en el nacional. Turismo Costa del Sol consciente de ello y en consonancia con la línea de especialización turística en la que estamos trabajando decidió crear y apostar por este segmento para potenciar la Costa del Sol como un destino a medida de quienes buscan un espacio para cuidar la salud.

La provincia de Málaga cuenta con equipamiento para ello. El alto nivel de hospitales y clínicas, con sus cualificados profesionales, son una garantía de estabilidad para este segmento turístico. - Y si lo que se busca es el bienestar, la Costa del Sol es uno de los lugares de referencia, con una oferta de relax ciertamente envidiable y para todos los gustos.

De una parte, los equipamientos de los distintos spas, en hoteles de lujo con todas las comodidades para desconectar. Pero también una oportunidad de disfrutar de balnearios llenos de historia.

Los datos que aporta este segmento en todo el mundo, nos ofrecen una idea de la potencialidad de desarrollo que le espera en los próximos años. En este sentido hay que decir que el turismo médico mueve unos 70.000 millones de euros en todo el mundo, y el número de clientes se sitúa entre los 30 y los 50 millones anuales.

A nivel europeo, el número de turistas alcanza actualmente los 9 millones, y se espera que esta cifra crezca hasta un 90% cuando llegue el año 2020

Pero esta realidad también es palpable en la provincia de Málaga como lo pone de manifiesto el hecho de que, según el último estudio de la Junta de Andalucía sobre este segmento, un tercio de los 450 establecimientos que existen en Andalucía para salud y bienestar, están enclavados en la provincia de Málaga.

Los principales mercados emisores de este turismo a nivel europeo son Alemania, Reino Unido, Francia, los países escandinavos, Holanda y Bélgica

El perfil de turista de salud corresponde a personas mayores de 50 años, de capacidad adquisitiva media-alta y supera hasta en 10 veces el gasto del turista vacacional.

El objetivo para este ejercicio es seguir posicionando la marca Health & Wellness en los diferentes mercados potenciales de clientes para este segmento.

Diseñaremos acciones con las diferentes plataformas e iniciativas existentes en nuestra provincia, continuaremos colaborando estrechamente con ellos, como lo hemos venido haciendo, para situar a la provincia como referente en este tipo de turismo, a nivel internacional.



Básicamente nos apoyaremos en acciones propias, consensuadas con las mesas de trabajo, y en acciones de difusión del segmento con Turismo Andaluz y Turespaña.

Queremos seguir trabajando en la labor de identificación de los actores intermediarios, realizar acuerdos para la distribución de los productos relacionados con dicho segmento.

Organizar viajes de familiarización para profesionales que persigan una importante promoción del destino Costa del Sol como destino de Salud y Bienestar.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|---------------------|------------|---------------|----------|
| 14-15.07 | 50 PLUS SHOW LONDON | Londres | Internacional | H&W |
| Oct.-nov. | ANTI AGING FAIR | Copenhague | Internacional | H&W |

TOTAL 30.000 euros

ACCIONES EN DESTINO

TIPO DE ACCIÓN: FOROS PROFESIONALES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------------------|--|--------------------------|---------------------------|----------|
| 1 ^{er} . Trim. | COLABORACIÓN SEMINARIOS CLUSTER TOURISM & HEALTH SPAIN | Costa del Sol- Málaga | Nacional Internacional | H&W |

TOTAL 10.000 euros

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-----------|--|--------------------------|--------------------------|----------|
| A determ. | FAM TRIPS MERCADOS NORTE Y CENTRO EUROPA | Costa del Sol- Málaga | Norte y Centro Europa | H&W |
| A determ. | FAM TRIPS MERCADOS SUR EUROPA Y MARRUECOS (*) | Costad el Sol- Málaga | Sur Europa Marruecos | H&W |

TOTAL 15.000 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|---|--------------|---------------------------|-----------------|
| A determ. | ESTUDIO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE INTERMEDIARIOS | | Internacional | H&W |
| A determ. | ACUEROS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS H&W (*) | | Nacional Internacional | H&W |

TOTAL 65.000 euros

TOTAL ACCIONES HEALTH & WELLNESS 120.000 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES ESPECÍFICAS SEGMENTO LIVING COSTA DEL SOL



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: LIVING COSTA DEL SOL

El Proyecto denominado “Living Costa del Sol”, tiene por objeto la colaboración entre la Excelentísima Diputación de Málaga, Turismo Costa del Sol y la Asociación Provincial de Constructores y Promotores de Málaga (ACP) para promover fuera de nuestras fronteras, la imagen de la provincia de Málaga como destino para el turismo, centrándose esta acción en el turismo residencial en particular.

Para ello, se pretende facilitar la información para la transmisión en el mercado extranjero, del stock de viviendas libres ubicadas en este territorio, garantizando igualmente la sujeción a la legalidad vigente de las viviendas ofertadas, y persiguiendo, como fin último, dinamizar la economía malagueña.

Las empresas Asociadas a ACP, ofertarán producto inmobiliario dirigido a compradores extranjeros, en un espacio dispuesto para tal fin dentro de la propia web del Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Además, para su inclusión en el proyecto, todas las viviendas tendrán que venir acompañadas por la documentación jurídica, tanto urbanística como registral, que la legislación española exige para la compra-venta con criterios de seguridad jurídica de una vivienda. En base a esta documentación y a la que aportará la propia Diputación de Málaga obtenida a través de los Ayuntamientos donde se ubiquen las promociones, el interesado en comprar una vivienda, gracias al proyecto “Living Costa del Sol”, podrá contar con un informe jurídico realizado por un abogado español, así como uno de su propio país, que le asegurarán la legalidad de la situación de la vivienda que está comprando.

“Living Costa del Sol” es, por tanto, una apuesta decidida de las Administraciones Públicas y Empresarios malagueños, firmantes de este convenio de colaboración, con el claro objetivo de potenciar la imagen de la Provincia de Málaga como destino seguro para el turismo residencial.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: FERIAS

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|--------------------------------------|--------------|--------------|---------------------|
| A determ. | ASISTENCIA A FERIAS VARIAS EUROPA | Reino Unido | Reino Unido | Residencial |
| | | Escandinavia | Escandinavia | |
| TOTAL | | | | 28.000 euros |

TIPO DE ACCIÓN: OTRAS ACCIONES

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|--------------|----------------------------------|---------------|---------------|---------------------|
| Todo el año | ACCIONES PROMOCIONALES VARIAS | Internacional | Internacional | Residencial |
| TOTAL | | | | 10.000 euros |

TOTAL ACCIONES LINVING COSTA DEL SOL **38.000 euros**



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

COMUNICACIÓN Y ACCIONES DE MARCA



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: COMUNICACIÓN Y ACCIONES DE MARCA

El departamento de Comunicación está convencido de la necesidad de reforzar el intenso trabajo de promoción y comercialización de los diferentes departamentos y áreas de negocio de Turismo y Planificación Costa del Sol con el respaldo de una eficiente Acción de Comunicación, que se une de este modo a las estrategias del ente promocional.

Es vital lograr una amplia presencia en los medios nacionales e internacionales, tratando que la misma sea positiva y logrando respuesta de los líderes de opinión más importantes del mundo con el objetivo de incidir en el fortalecimiento de la marca.

Lograr una buena reputación y mantenerla es la principal premisa que debe tener un destino para seguir estando en primera línea. El valor y repercusión de una valoración positiva, por parte de los principales prescriptores líderes de opinión a nivel nacional e internacional, sobre nuestro destino no tiene precio.

En este sentido, se contemplan dos acciones principales:

Atención a medios de comunicación, tanto en origen, potenciando las relaciones con los medios en apoyo a las acciones organizadas por otros departamentos, pues en prácticamente la totalidad de las acciones de promoción se contempla la presencia de medios especializados, como en destino.

En este sentido una de las acciones más importantes para la entidad son los viajes de familiarización de medios de comunicación a nuestra provincia, acciones en destino, bien de diseño propio, especializados en diferentes segmentos o mercados, o en respuesta a las peticiones de colaboración de otras instituciones provinciales, autonómicas, nacionales e internacionales.

Para Turismo Costa del Sol se trata de una de las herramientas de promoción más rentables, motivo por el cual se potencian los press trips como una de las acciones más eficaces para el destino. Se reciben cerca de un centenar de grupos al año y unos 250 profesionales de medios de comunicación de reconocido prestigio.

En el último año se han batido récords de participación y de repercusión informativa con unos resultados sorprendentes si se tiene en cuenta la inversión realizada en la atención a los diferentes medios de comunicación y el cálculo de la repercusión publicitaria que han supuesto los diferentes reportajes ya publicados y los que saldrán a la luz como consecuencia de los mencionados press trip.

Estas acciones de medios, dando a conocer el destino Costa del Sol a los profesionales de todo el mundo, se realizan en ocasiones en colaboración con diferentes administraciones y en otras



únicamente con recursos propios y siempre gracias a la corresponsabilidad de los empresarios del sector turístico costasoleño sin los cuales no serían factibles estas acciones.

Los press trip se convierten en una herramienta indispensable para vender Málaga y la Costa del Sol a prestigiosos medios de comunicación, de primera línea en sus países de origen. En los últimos años y en consonancia con la estrategia de segmentación puesta en marcha por la entidad, también se han especializado muchos de estos press trip.

En los últimos años ha proliferado además la atención a los bloggs trip que, con los artículos publicados en su blog refuerzan la promoción del destino.

En función de la disponibilidad presupuestaria, el segundo capítulo relevante en materia de Comunicación es el diseño de campañas de publicidad, para fortalecer la imagen del destino en medios locales, nacionales y extranjeros con los mismos objetivos anteriormente mencionados.

Vital es asimismo las acciones de difusión de destino que se hacen en apoyo a las acciones que organizan otros departamentos, encuentros con la prensa tanto nacionales como internacionales y las acciones de seguimiento de prensa.



COSTA DEL SOL MÁLAGA

ACCIONES EN ORIGEN

TIPO DE ACCIÓN: ACCIONES INVERSAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|--------------------------|----------------------|---------------------------|---------------|
| Todo el año | PRESS TRIP | Costa del Sol-Málaga | Nacional | Multisegmento |
| Todo el año | PRESS TRIP | Costa del Sol-Málaga | Internacional | Multisegmento |
| Todo el año | BLOGG TRIP | Costa del Sol-Málaga | Nacional Internacional | Multisegmento |
| Todo el año | ENCUENTROS CON LA PRENSA | España | Nacional | Multisegmento |

| | |
|--------------|------------------|
| TOTAL | 170.000 € |
|--------------|------------------|

TIPO DE ACCIÓN: CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|------------|---------------|---------------|---------------|
| Todo el año | PUBLICIDAD | España | Nacional | Multisegmento |
| Todo el año | PUBLICIDAD | Internacional | Internacional | Multisegmento |

| | |
|--------------|------------------|
| TOTAL | 110.000 € |
|--------------|------------------|

TIPO DE ACCIÓN: SEGUIMIENTO PRENSA

| FECHA | ACCIÓN | LUGAR | MERCADO | SEGMENTO |
|-------------|----------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------|
| Todo el año | ACCIONES CON OTROS DEPARTAMENTOS | Nacional Internacional | Nacional Internacional | Multisegmento |
| Todo el año | APOYO A PRENSA | | | Multisegmento |

| | |
|--------------|------------------|
| TOTAL | 110.000 € |
|--------------|------------------|

| |
|---|
| TOTAL COMUNICACIÓN Y ACCIONES DE MARCA |
|---|

| |
|----------------------|
| 390.000 euros |
|----------------------|



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA TURÍSTICA



LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2017: CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA TURÍSTICA

El objetivo del Área es incrementar el nivel de inteligencia competitiva del destino Málaga-Costa del Sol, para que la propia empresa, así como los empresarios y responsables públicos tengan la máxima información posible y con ello sus decisiones sean lo más eficiente para la mejora de la competitividad turística de la Costa del Sol y que ello conlleve a la mejora del empleo y de la riqueza generada por el turismo.

La realidad es que no tenemos el suficiente conocimiento del principal sector que genera empleo y riqueza en nuestra provincia, y desde Turismo y Planificación Costa del Sol consideramos que es absolutamente necesario generarlo y ofrecérselo a instituciones públicas y empresas privadas.

La apuesta de Turismo y Planificación Costa del Sol, es poder convertirnos en el instrumento generador de conocimiento turístico para agentes públicos y privados de la Provincia.

Los objetivos específicos son:

- Articular el mayor Centro de Inteligencia Turística de un destino turístico a nivel nacional.
- Instrumento que dote de información y conocimiento a Administraciones Públicas y empresas turísticas.
- Coordinación con los responsables de las Empresas, Ayuntamientos y Asociaciones Empresariales y Sindicales de la Costa del Sol y sus necesidades serán nuestras responsabilidades.
- Transferencia del conocimiento al “Sector Turístico Malagueño” a través de un micro site o una sección abierta dentro de la web de Turismo y Planificación Costa del Sol.

En cuanto a las líneas estratégicas de los trabajos a desarrollar, estas se podrían aglutinar en las siguientes:

- *Mercados/Segmentos.* Permitirá un mayor nivel de conocimiento de las principales tipologías turísticas y mercados de origen, que se desarrollan en la Costa del Sol. Se propone a priori la realización de los estudios de los mercados nacional, británico, alemán, escandinavo, francés, y los segmentos Vacacional, Cultural, Interior y Lujo.
- *Prospectivas.* Incorporar predicciones que permitan establecer escenarios a futuro a través de modelos basados en la oferta de asientos de avión hacia el aeropuerto de Málaga.
- *Evaluación de las principales ferias.* Se establecerán indicadores de rendimiento para evaluar las diferentes actividades promocionales realizadas por el destino. Se plantea realizar la evaluación de las promociones de las tres ferias turísticas más importantes, WTM, ITB y FITUR.



- *Análisis cualitativos con la Red de Agentes en origen.* Se coordinará los trabajos de las oficinas RIIM para que, de forma prescriptiva, se detecten amenazas y oportunidades en los diferentes mercados de origen.
- *Jornadas y Conferencias.* Se organizarán jornadas y conferencias sobre las principales necesidades de “conocimiento turístico” por parte de las empresas y administraciones turísticas, fundamentalmente referido a los principales mercados emisores y segmentos estratégicos.
- *Informes de Coyuntura.* Se continuarán con los informes de coyuntura Turísticas y Hoteleras, que analizarán la evolución mensual y acumulada al año en curso de los principales indicadores de oferta hotelera y del resto de alojamientos reglados
- *Análisis competitividad precios alojamientos turísticos.* Se plantea la necesidad de realizar un informe trimestral en el cual se presente cual es el precio ofrecido en distintas plataformas online para conocer el nivel de competitividad vía precios de la Costa del Sol, así como la valoración de la calidad percibida por los turistas en los alojamientos turísticos de la Costa del Sol y de su competencia externa.
- *Análisis de la estructura turística.* Se analizará la evolución de la estructura turística de la Costa del Sol (Observatorio Turístico), para que empresarios y responsables de distintas administraciones puedan elaborar sus planes estratégicos basados en la situación actual y evolución. De la misma forma, se estudiarán la situación y evolución por temporada turística (inverno, verano), balance anual, etc.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

ÁREA DE ANÁLISIS E INTELIGENCIA TURÍSTICA

CONCEPTO

| |
|---|
| ENCUESTAS A DEMANDA GENERAL (OT) |
| ESTUDIOS POR SEGMENTOS |
| ESTUDIOS SOBRE LA DEMANDA DE VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS |
| COMPRA BASES ESTADÍSTICAS |
| PRECIOS COMPARATIVOS DE OFERTA HOTELERA Y APARTAMENTOS |
| VIAJES PARA VISITAR LAS OFICINAS DE AGENTES + OET'S EN ORIGEN |
| COMPRA DE LICENCIA DE ENCUESTAS EN TABLETS |
| FORWARDKEYS PREVISIÓN ASIENTOS AVIÓN AGP |
| COMPRA DE DOS TABLETS PARA RELIZACIÓN DE ENCUESTAS |
| TRABAJOS DE CAMPO PARA PROYECTOS DE OTRAS INSTITUCIONES |
| SOFTWARE DE INFONOGRAFÍA PARA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS |
| ENTREVISTAS CUALITATIVAS PARA ESTUDIOS DE SEGMENTOS |
| TRANSPORTE Y ALOJAMIENTO PARA EVALUCIÓN FERIAS |
| ENCUESTA EN ORIGEN ITB Y WTM |
| PENDIENTE ESTUDIO 7 – ENCUESTA SEGMENTOS |
| OFICINAS RIIM |
| OTROS GASTOS |

**TOTAL ÁREA DE ANÁLISIS E INTELIGENCIA
TURÍSTICA**

164.598 euros



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

MATERIAL PROMOCIONAL



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

| MATERIAL PROMOCIONAL | |
|--|----------------------|
| CONCEPTO | |
| MATERIAL PROMOCIONAL MULTISEGMENTO (Folletos y Merchandising) | |
| TOTAL MATERIAL PROMOCIONAL | 125.000 euros |

Esta partida se empleará para la realización de material y merchandising siempre en respuesta a las acciones de promoción que se vayan poniendo en marcha a lo largo del año.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

REFUERZO A LA PROMOCIÓN



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

| REFUERZO A LA PROMOCIÓN | |
|--------------------------------------|----------------------|
| CONCEPTO | |
| REFUERZO A LA PROMOCIÓN | |
| TOTAL REFUERZO A LA PROMOCIÓN | 464.952 EUROS |

Esta partida se destinará a acciones no contempladas en el Plan de Acción pero que su realización se vea necesaria en respuesta a oportunidades de negocios y acciones de promoción que no debamos dejar pasar.

De hecho, siempre hemos hablado que el Plan de Acción es un documento vivo que debe ir adaptándose a las necesidades que surjan por parte de las diferentes Divisiones de Negocio.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

PRESUPUESTO



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

PRESUPUESTO 2017

| ÁREA | PRESUPUESTO |
|---------------------------------------|--------------------|
| ACCIONES MULTISEGMENTO | 1.226.700 |
| ACCIONES VACACIONAL & OCIO | 182.000 |
| ACCIONES GOLF | 699.350 |
| ACCIONES CULTURAL | 338.000 |
| ACCIONES CRUCEROS | 67.000 |
| ACCIONES IDIOMÁTICO | 90.000 |
| ACCIONES SPORT DESTINATION | 102.000 |
| ACCIONES CONVENTION BUREAU | 412.000 |
| ACCIONES ÉLITE | 168.500 |
| ACCIONES VITA | 172.200 |
| ACCIONES NÁUTICO | 76.700 |
| ACCIONES HEALTH & WELLNESS | 120.000 |
| ACCIONES LIVING COSTA DEL SOL | 38.000 |
| ACCIONES COMUNICACIÓN | 390.000 |
| CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA TURÍSTICA | 164.598 |
| MATERIAL PROMOCIONAL MULTISEGMENTO | 125.000 |
| REFUERZO A LA PROMOCIÓN | 464.952 |

| | |
|--|------------------------|
| TOTAL PRESUPUESTO MARKETING TURÍSTICO COSTA DEL SOL | 4.837.000 euros |
|--|------------------------|

(*) La realización de estas acciones está sujeta al techo de gastos determinado para la Diputación Provincial de Málaga y sus organismos dependientes.