

6.3.

6.3. "Málaga Tur" Una ciudad para el turismo

PROYECTO ESTRELLA: MÁLAGA TUR

DESCRIPCIÓN

Este proyecto tiene como objetivo consolidar la metrópoli malagueña como capital de **turismo cultural urbano**, entendiendo que el turismo supone un elemento de desarrollo económico y a la vez de desarrollo urbano. Este enfoque ofrece experiencias a los turistas a la vez que satisface las aspiraciones legítimas de la población residente sobre mejora de su calidad de vida dentro de un desarrollo turístico sostenible.

Se pretende aprovechar y rentabilizar social y económicamente los trabajos desarrollados en la última década en la mejora del **patrimonio** y de las **infraestructuras** turísticas y culturales de la ciudad. Además de la consolidación de **eventos** culturales de alto nivel y de espacios naturales de gran valor.

CLAVES Y OBJETIVOS FUNDAMENTALES

La apuesta por la diversidad y el estilo de vida. El turismo cultural urbano es un segmento turístico que genera riqueza y empleo para la ciudad. Se trata de un turismo muy diversificado que concibe la ciudad en su totalidad, centrándose en todas sus dimensiones (culturales, económicas, comerciales, deportivas). El atractivo reside en la ciudad y en sus habitantes. Málaga tiene la potencialidad necesaria para posicionarse en este segmento turístico, tanto a nivel nacional como internacional. Para ello es necesaria una gestión integrada de calidad de todos los recursos turísticos, manteniendo e incrementando la oferta existente con nuevos atractivos, apostando por la formación, la innovación y la investigación, e impulsando nuevas y eficaces actividades de promoción y comercialización de la ciudad.

La realidad del **nuevo turismo urbano** hace **más compleja su captación**, fruto de la evolución de las motivaciones de las personas para desplazarse, los cambios de hábitos y pautas de consumo, la globalización de

los mercados, los fenómenos de integración empresarial y la irrupción del comercio electrónico a través Internet. En el nuevo turismo se compite en intangibles, con nuevos destinos, productos diferenciados, a través de la creación de marcas fuertes que puedan ofrecer garantías a turistas exigentes, formados y cultos que conocen el valor que esperan recibir a partir de un precio determinado. No obstante, la adecuación de Málaga al turismo habrá de considerar como criterios básicos la racionalidad, la armonía y el desarrollo sostenible.

Apoyo y facilidades a la iniciativa privada. En la consolidación de Málaga como destino turístico cultural urbano el sector privado juega un papel clave. No sólo se ha de incrementar cuantitativa y cualitativamente la oferta hotelera y de restauración, como ya está sucediendo, sino que han de aparecer nuevas ideas de negocio y comercios de gran calidad, diversificando el tejido productivo local y generando nuevos puestos de trabajo.

Potenciación y consolidación de los segmentos turísticos en los que Málaga tiene ventajas competitivas, para ello se deberá estructurar y comercializar eficazmente la oferta turística (paquetes, bonos turísticos, guías), para satisfacer las necesidades de los turistas que visitan la ciudad de forma independiente:

- Turismo de **idiomas**: Málaga se consolida como uno de los principales destinos para este turismo. El turismo idiomático es uno de los segmentos atractivos para la diversificación del turismo urbano, tanto por el potencial de crecimiento que presenta como por las características de los turistas. La juventud de los mismos, además, supone un gran valor en términos de fidelización futura del destino.

- Turismo **congresual**: Incipiente segmento turístico en la ciudad gracias a nuevas

infraestructuras de oferta como el Palacio de Ferias y Exposiciones, y la proliferación de hoteles con salas para la realización de reuniones. Hay que impulsar la celebración de congresos y exposiciones de gran dimensión que posicionen a Málaga como un destino competitivo de alto nivel para este tipo de turismo. Paralelamente, hay que potenciar y motivar al emprendedor local para que cree una industria auxiliar de servicios a esta actividad.

- Turismo de **cruceros**: El puerto de Málaga se sitúa como el segundo puerto de cruceros de la península. Es necesario mejorar la infraestructura de recepción en el Puerto de Málaga, así como estructurar y comercializar una oferta atractiva (museística, comercial, restauración) específica para este perfil de turista.

- Turismo **deportivo, ecológico y de naturaleza** está muy poco desarrollado pese a las excelentes condiciones climáticas a lo largo del año y las enormes posibilidades que ofrecen los enclaves y recursos naturales de Málaga.

Consolidación del proceso de revitalización del Centro Histórico bajo estándares de calidad. El Centro es el principal elemento de atracción turística de la ciudad y el proceso de revitalización que está llevándose a cabo ha de seguir creciendo y añadiendo elementos cualitativos de mejora e identificadores de una imagen de cultura y calidad de la ciudad. Sólo con actuaciones que eleven el valor añadido de Málaga se podrá impulsar la capitalidad de ésta en el conjunto de la Costa del Sol. En este sentido, la figura de Picasso es un elemento de gran fuerza que se debe seguir potenciando.

Formación profesional y mayor **concienciación** sobre el valor turístico de la ciudad. En esta línea, ha de darse un impulso decidido al bilingüismo y a la formación práctica de los alumnos. La Universidad y la forma-

ción profesional en Málaga han de incorporar estudios y conocimientos que adapten el perfil profesional de los malagueños a los puestos de trabajo que requiere este sector del turismo cultural urbano.

Recuperación y conservación del patrimonio urbano y natural. Gran parte del atractivo de Málaga viene dado por su entorno natural y climático. Es fundamental planificar las actuaciones e inversiones que puedan contribuir a mantener y mejorar este entorno, como las playas naturales, las zonas verdes, el suelo arbolado, los jardines, etc.

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

La relación de propuestas que se recogen a continuación no tienen carácter exhaustivo y son fruto de las aportaciones y debates que ha habido hasta el momento del II PEM.

- Transformación del Centro Histórico en un "Megamuseo al aire libre", entendiéndolo como un espacio de encuentro y disfrute de la cultura, la historia y la vida de la ciudad.
- Museo de Arqueología industrial unido a un foco cultural periférico de importancia (nuevo paseo marítimo).
- Museo especializado en la guitarra, bajo la figura de Celedonio Romero.
- Instalación del Acuario- Museo Aula del Mar en el muelle 2 dentro del Plan Especial del Puerto.
- Definitiva instalación y apertura del museo de Bellas Artes en la Aduana de Málaga y del Museo Arqueológico.
- Rehabilitación del Convento de la Trinidad.
- Creación de un Observatorio Turístico (Sistema de Información Turística metropolitana).
- Apuesta por la celebración de algún gran evento internacional con marcado carácter

PROYECTO ESTRELLA: MÁLAGA TUR

cultural, como la Capitalidad Cultural Europea 2016.

- Gestión integrada de calidad de todos los recursos turísticos.
- Nuevas actividades de promoción y comercialización de la ciudad como destino turístico.
- Potenciación de la figura de Picasso como elemento atracción del turismo internacional.
- Potenciación de figuras clave, históricas y actuales, de la ciudad, como la Generación del 27.
- Posicionamiento de Málaga en los circuitos de música moderna y alternativa, con la creación de nuevos equipamientos y políticas incentivadoras.
- Bienal de Málaga de la gastronomía y la enología: encuentro mundial de creadores, tendencias y mejores productos para el arte de la buena mesa.
- Potenciación de los vinos de Málaga.
- Desarrollo de un plan "Málaga, destino deportivo". Promoción del Turismo deportivo, especialmente el náutico, dadas las excelentes condiciones climáticas de Málaga.
- Elaboración de un marco de actuación para el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad.
- Atracción de competiciones deportivas de todos los niveles, buscando la implicación y el apoyo de la población en las mismas, de manera que se complemente la oferta recreativa y de ocio de la capital.
- Promoción del turismo congresual mediante la creación de un centro de negocios integrado con el Palacio de Ferias y articulado con los nuevos elementos de transporte, que incluya centro de convenciones y congresos, centro financiero y económico, edificación de oficinas para empresas privadas, centro cultural y de ocio, conjunto hotelero y comercial y zona de aparcamientos y servicios.

- Potenciación del turismo de idiomas y, en concreto, la enseñanza del español para extranjeros, a través de servicios y políticas de apoyo.

- Potenciación de los estudios Universitarios de Turismo y de las escuelas de Hostelería para conseguir la total profesionalización del sector.

VARIABLES PARA MEDIR CON INDICADORES

Evolución del índice turístico de la ciudad

Plazas hoteleras

Pernoctaciones hoteleras

Evolución de los viajeros

Estancia media de viajeros alojados en establecimientos hoteleros

Grado de ocupación en establecimientos hoteleros

Turistas de la Costa que pernoctan en Málaga

Excursionistas procedentes de la Costa del sol

Tráfico de cruceros

Visitas a monumentos y equipamientos culturales

Estudiantes de español

Evolución de los Congresos y reuniones

Participantes en Congresos y exposiciones

Generación de rutas turísticas urbanas

Restaurantes con diferente oferta gastronómica (índice de diversidad)

Oferta formativa en actividades turísticas

Seguimiento del desarrollo sostenible del turismo en la ciudad