



Plan Municipal de Calidad Turística Fuengirola 2019-2022



AYUNTAMIENTO
DE FUENGIROLA



Fuengirola ★

INDICE

0. PRESENTACIÓN: ANTECEDENTES	2	3. PROPUESTAS DE CONSOLIDACIÓN: ANÁLISIS C.A.M.E	52
1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO.....	5	4. ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO DEL MUNICIPIO.....	54
1.1. BREVE APROXIMACIÓN TERRITORIAL	5	5. LÍNEAS Y EJES ESTRATÉGICOS: PROPÓSITOS Y OBJETIVOS	58
1.2. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO:.....	8	5.1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.....	58
1.2.1. ANÁLISIS POBLACIONAL.....	8	5.2. EJES ESTRATÉGICOS Y MATRIZ DE ACTUACIONES.....	60
1.2.2. MERCADO DE TRABAJO	9	6. ACTUACIONES DE MEJORA DE LOS SERVICIOS Y	PRESTACIONES VINCULADAS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA .
1.2.3. ACTIVIDAD EMPRESARIAL	17	6.1. PROGRAMA DE ACTUACIÓN.....	67
1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA.....	18	6.2. EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA.....	115
1.3.1. OFERTA DE ALOJAMIENTOS	18	7. MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.....	122
1.3.2. OFERTA DE RESTAURACIÓN Y OFERTA	COMPLEMENTARIA.....		
1.4. PRINCIPALES HITOS DE ATRACCIÓN TURÍSTICA.....	23		
1.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	35		
1.5.1. CONTEXTUALIZACIÓN GLOBAL DEL DESTINO.....	35		
1.5.2. PERFIL DEL TURISTA EN FUENGIROLA	39		
2. DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN: ANÁLISIS D.A.F.O. ..	50		

ANEXO I: CUADRO DE CONTROL INICIAL DEL PLAN MUNICIPAL DE CALIDAD TURÍSTICA DE FUENGIROLA
Indicadores de Seguimiento y Evaluación

0. PRESENTACIÓN: ANTECEDENTES

Uno de los principales aspectos que caracterizan al TURISMO en la actualidad, es que ha pasado de ser un sector centrado en la OFERTA, a ser un sector basado en la DEMANDA, de ahí que el Ayuntamiento de Fuengirola, lleve años reforzando la excelencia del municipio como destino turístico. En relación a ello, podemos decir, que Fuengirola en su conjunto se configura actualmente como uno de los destinos de la Costa del Sol más versátiles y acomodados a la demanda a pesar de su madurez.

Son múltiples las actuaciones desarrolladas por el Ayuntamiento en los últimos años, y todas ellas encaminadas a un mismo objetivo, hacer del Fuengirola más que un destino de Sol y Playa, convirtiéndolo en un **municipio anfitrión durante todo el año**, dónde ciudadanos, visitantes y turistas disfrutan de una impecable **imagen** de la ciudad y unas mismas **prestaciones y servicios**.

Estas iniciativas la han llevado por ejemplo a ser **tres veces galardonada con la Escoba de Platino (2010, 2016, 2018)**, máximo galardón en materia de limpieza, equiparándose a un destino maduro de sol y playa con ciudades de relevancia y envergadura tales como Oviedo, Bilbao, San Sebastián o Vigo. La apuesta del municipio por los contenedores soterrados ha hecho que en la actualidad la inmensa mayoría de los contenedores de basura existentes estén soterrados, acercándose al 95% de los mismos.

La **búsqueda continua de la excelencia y el mantenimiento de la imagen de la ciudad**, ha posibilitado a su vez que a día de hoy la totalidad de sus playas ostenten el **Certificado Q** de calidad turística, un certificado avalado por el propio **Plan de Homogeneización y Embellecimiento de Playas del municipio**, iniciativa puesta en marcha en 2013 y que continua actualmente en activo seguimiento y mantenimiento.

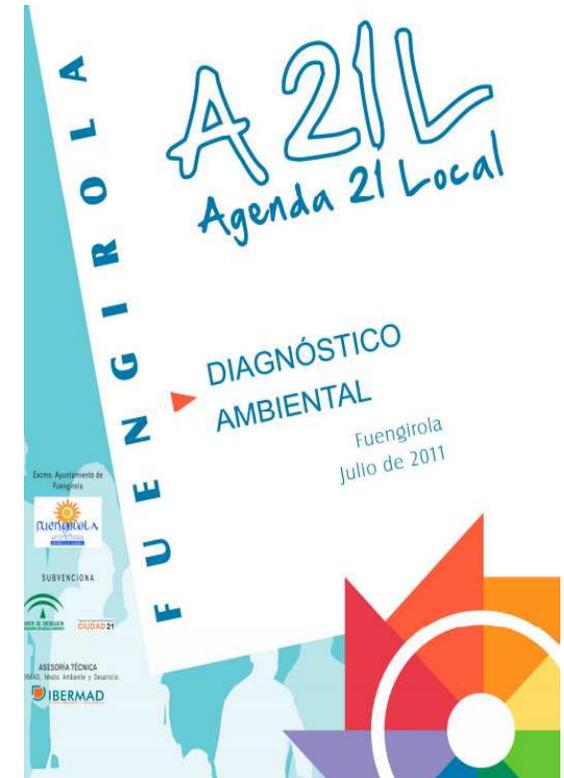


*“Todas estas iniciativas son muestra clara de la **percepción transversal de la actividad turística dentro del municipio de Fuengirola, dónde imagen, oferta y servicios se funden bajo un mismo fin, configurar un destino de calidad. Sirvan, por tanto, las siguientes líneas precedentes para reflejar y aunar las diferentes estrategias desarrolladas y previstas en diferentes ámbitos de trabajo dentro del municipio de Fuengirola.**”*

Todos estos aspectos, quedan reflejados a su vez dentro del propio planeamiento de la ciudad, dónde de forma continuada se trabaja bajo el desarrollo de instrumentos que permitan el impulso de todo su potencial como destino turístico conforme a parámetros de desarrollo sostenible. Plan de Movilidad Urbana Sostenible, [Agenda 21](#), [Plan de Optimización Energética](#), [adaptación del Plan General de Ordenación Urbana](#), son algunos de los principales instrumentos de planeamiento que contribuyen al uso y puesta en valor de los recursos del territorio de una forma ordenada e integrada.

Dentro de dichos instrumentos, cabe destacar la **Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible (EDUSI), "Fuengirola + Ciudad"** aprobada en tercera convocatoria, enmarcada dentro de la Estrategia Europea 2020 y bajo la cofinanciación de los fondos FEDER. En dicha Estrategia, la ciudad se configura como marco de referencia para el desarrollo económico y social, siendo necesario incentivar en dicho marco un crecimiento Sostenible, Inteligente e Integrador. Teniendo en cuenta las características físicas de Fuengirola, como ciudad Media de Primer Nivel y Destino Turístico de referencia, dentro de la estrategia, se han previsto varias líneas de actuación correspondientes a los cuatro objetivos temáticos que contempla la convocatoria; Mejorar el uso y la calidad de las TIC y el uso de las mismas; Favorecer el paso a una economía baja en carbono en todos los sectores; Proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de recursos; y Promover la inclusión social y la lucha contra la pobreza.

Todo este contexto global actual acapara el marco estratégico que define la planificación municipal en materia de calidad turística en la ciudad de Fuengirola.



una manera de hacer
europa

F.E.D.E.R.

Fondo europeo de
Desarrollo Regional

Estrategia de Desarrollo Urbano
Sostenible e Integrado

EDUSI
FUENGIROLA
+ ciudad



Análisis y Diagnóstico

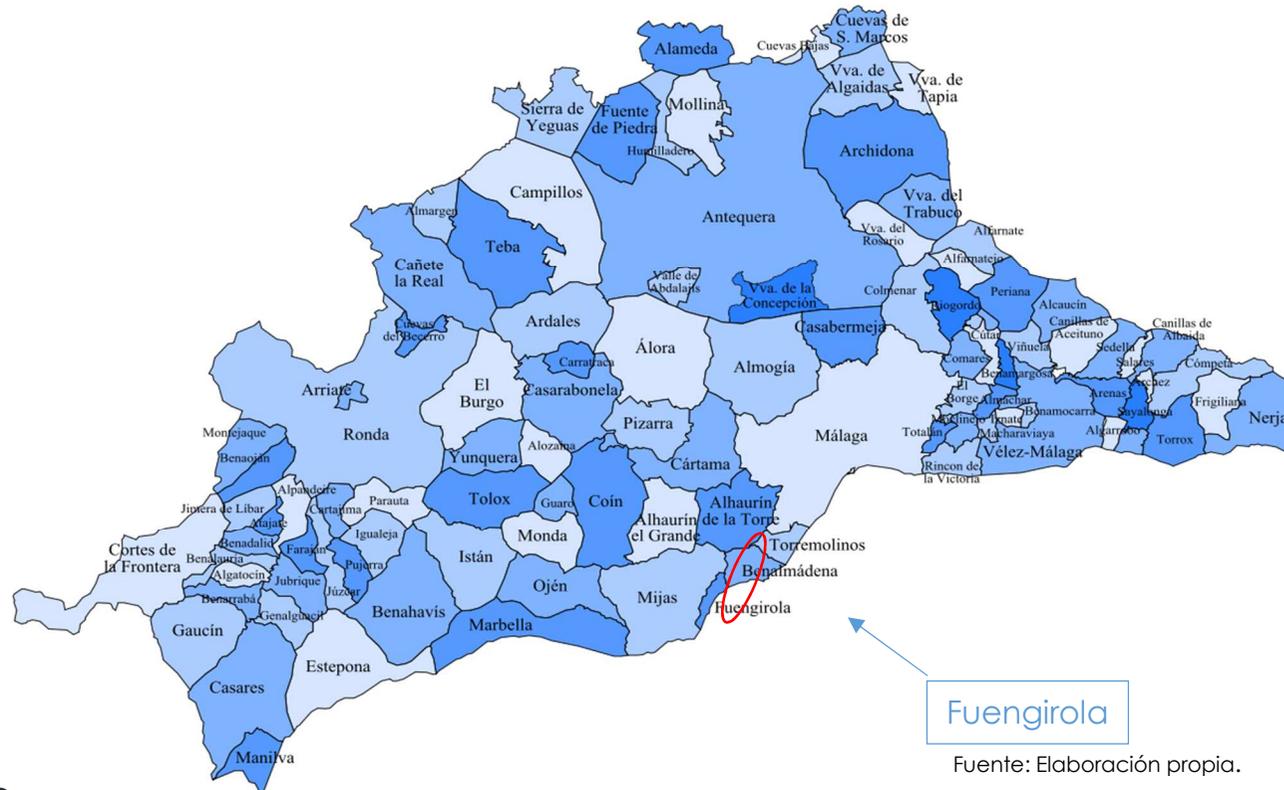


1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

1.1. Breve aproximación territorial

UBICACIÓN

El municipio de Fuengirola cuenta con una extensión de 10,4 km² y una densidad de población de 7.249,6 habitantes por km². Su localización estratégica, en plena Costa del Sol Occidental, lo configura como uno de los destinos más importantes de las zonas turísticas del litoral andaluz.



Fuente: Elaboración propia.

CONECTIVIDAD EXTERNA

Tal y como se ha comentado anteriormente uno de sus principales factores potenciales es su **conectividad**. Situada aproximadamente a 30 minutos de la capital malagueña, Fuengirola cuenta con muy buenas conexiones, por cualquier medio de transporte.



Avión

El Aeropuerto de Málaga se encuentra a unos 26 kilómetros de Fuengirola, lo que permite a los turistas llegar al municipio en 20 minutos en taxi, vehículo privado o de alquiler. Cabe mencionar que los turistas tienen a su disposición la línea C1 de cercanías que conecta el Aeropuerto con Fuengirola en unos 35 minutos.

Tren

Fuengirola está conectada a la ciudad de Málaga a través de la línea de cercanías C-1 Fuengirola – Málaga Centro-Alameda, la cual permite a los pasajeros ir de una ciudad a otra en unos 45 minutos.



Autobús

La compañía de autobuses Avanza conecta Fuengirola con otros municipios de la provincia de Málaga como Marbella, Málaga, Torremolinos, Mijas y Coín. Además, desde la terminal de autobuses de Fuengirola, salen líneas que conectan con los núcleos urbanos del municipio de Mijas, facilitando las comunicaciones con el municipio vecino.

Por otra parte, hay doce líneas que en su ruta hacen parada en Fuengirola, lo que permite su conexión con otros municipios de Málaga como Estepona y Ronda, municipios de Cádiz; como La Línea, Algeciras y la ciudad de Cádiz, así como las capitales de provincia de Sevilla, Granada y Córdoba.

Coche

Desde Málaga se puede ir a Fuengirola en coche por la autopista AP-7 o por la autovía A-7, en un tiempo medio inferior a 30 minutos.



CONECTIVIDAD INTERNA

TRANSPORTE URBANO



El Ayuntamiento de Fuengirola pone a disposición de los usuarios 5 líneas

de autobuses urbanos que realizan trayectos por todo el municipio.

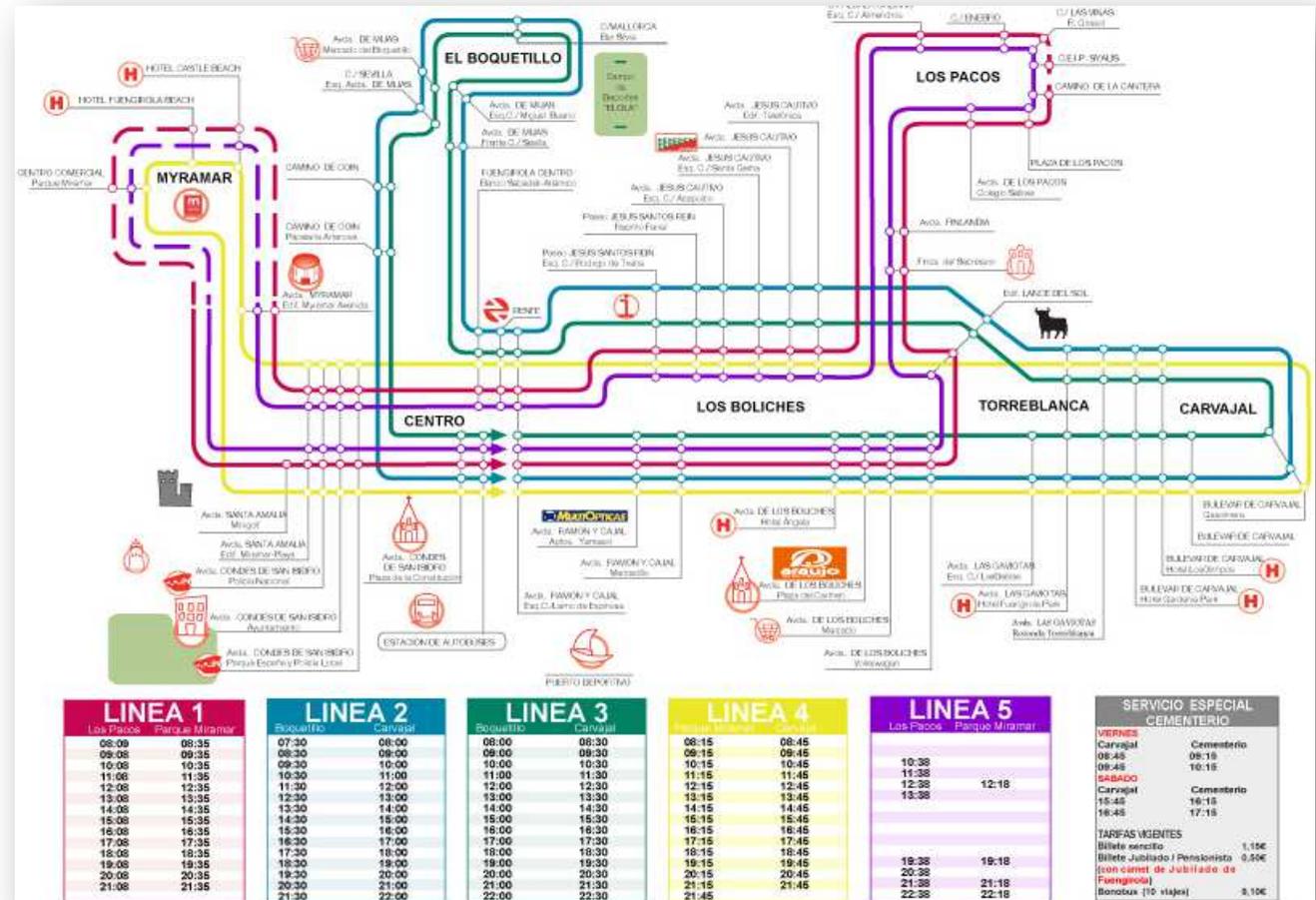
Línea 1: en paralelo al paseo marítimo, une la barriada de Los Pacos con la zona de Miramar.

Líneas 2 y 3: realizan el mismo recorrido entre El Boquetillo y Carvajal.

Línea 4: une los puntos más alejados del municipio, comunicando la zona de Carvajal con la de Miramar.

Línea 5: esta línea es gemela a la línea 1 en cuanto a recorrido, sirviendo de apoyo a la misma.

Línea 6: nueva línea que da acceso a las barriadas de Torreblanca y Los Pacos.



Líneas específicas durante el verano: son las líneas que unen Fuengirola con el Parque Acuático de Mijas y con el Parque Selwo.

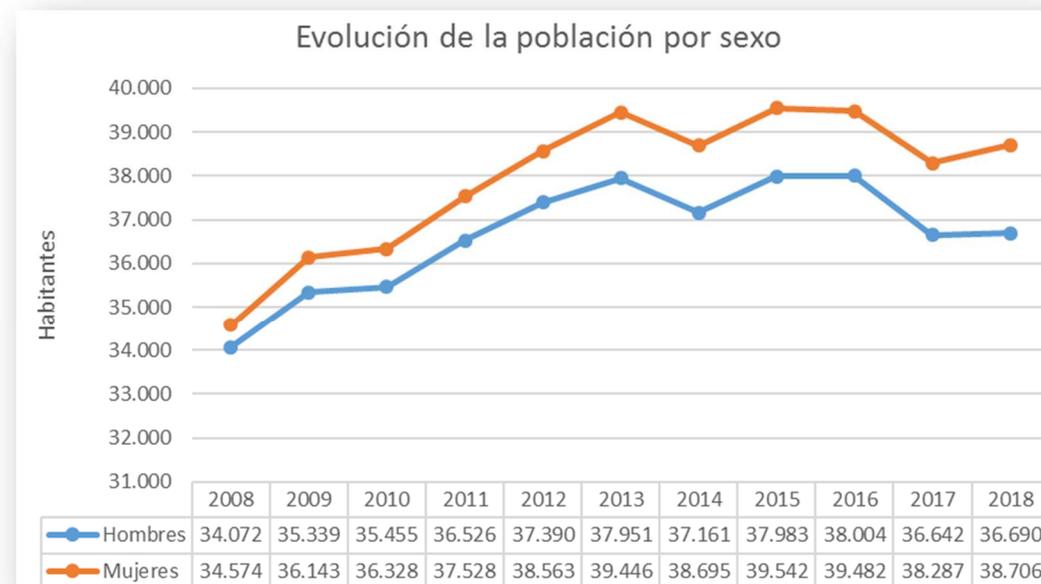
Fuente: Ayuntamiento de Fuengirola

1.2. Análisis Socioeconómico:

1.2.1. Análisis Poblacional

El municipio de Fuengirola cuenta con una población de **75.396 habitantes**, estando conformada el 48,7% por hombres y el 51,3% por mujeres.

Como se puede observar en el gráfico, en los últimos diez años, tanto el número de hombres como de mujeres se ha visto incrementado en el municipio, siendo el incremento del 7,7% y 12% respectivamente. En total, **la población de Fuengirola se ha visto incrementada cerca de un 10%** desde el año 2008 hasta 2018, lo que supone el doble de crecimiento que la provincia de Málaga que, en los últimos diez años ha crecido un 5%.



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE). Año 2018. Elaboración Propia.



Británicos (17,21%)



Marroquíes (10,68%)



Ucrania (3,76%)



China (2,68%)

Dicho crecimiento poblacional se encuentra motivado en gran medida por el aumento continuado de la **población extranjera** en el municipio. Según los últimos datos del Padrón municipal de habitantes, la población extranjera del municipio supone actualmente de algo más de **24.000 personas**, acaparando cerca del 32% del total de población (**31,83%**).

Se trata por tanto de una población multicultural dónde conviven **29 nacionalidades** diferentes, siendo la población principalmente de **Reino Unido, Marruecos, Ucrania y China**

1.2.2. Mercado de Trabajo

A partir de los últimos datos publicados en el Observatorio Argos, se obtiene que en el mes de **diciembre** de **2018** tuvieron lugar un total de **2.077 contratos** en el municipio de Fuengirola, esto supone un descenso del 40% respecto al mes de **junio**, en el que se formalizaron **3.428** contratos. Esto quiere decir que de cara a la **temporada estival aumentan** las **contrataciones** debido a la temporada alta de trabajo, sobre todo en el sector de **hostelería** y **restauración**.

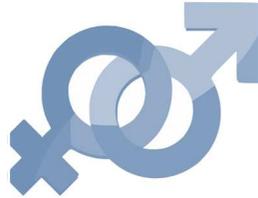
No obstante, Fuengirola contaba; según información extraída de **SIMA** (Instituto de Estadística y Cartografía), a fecha de **2017** con 3.562 mujeres paradas y 2.506 hombres, dando como resultado un total de **6.068 parados**. Supone una tasa de desempleo de **20,61%**





Tipo de contrato: temporales (87,8%)

Distribución por sexo: mujeres (50,22%) y hombres (49,78%)



Por grupos de edad: de 25 a 29 años (17,96%)

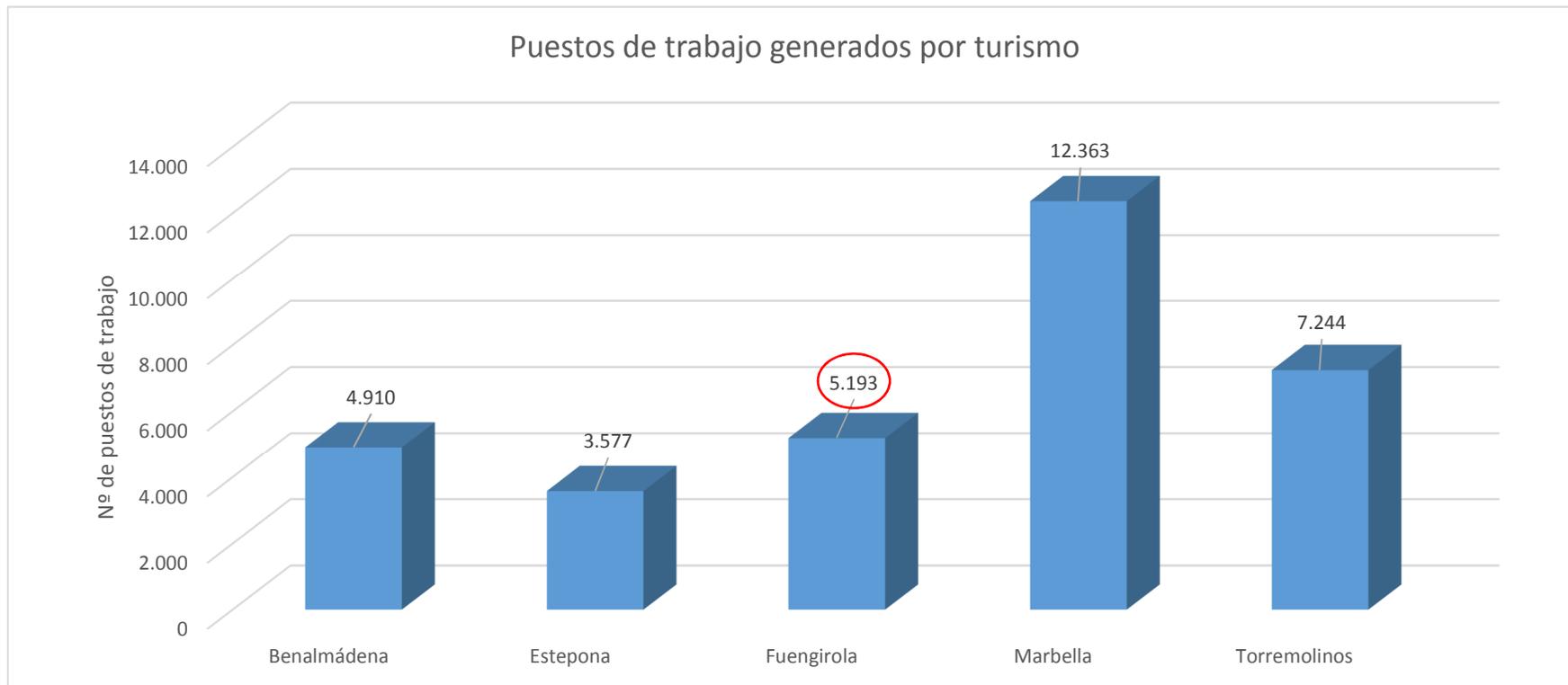
Por sector: servicios (92,34%)



En definitiva, las principales características del mercado de trabajo en el municipio de Fuengirola se definen por:

- Podemos apreciar cómo la mayoría de los contratos realizados son de carácter temporal, debido a la gran influencia del sector servicios mencionada anteriormente.
- En lo que respecta al género, apenas existe diferencia entre la contratación de hombres y mujeres.
- El grupo de edad más demandado es el correspondiente con el rango de 25 a 29 años.
- El peso de las actividades turísticas y el sector servicios acapara el 90% de los puestos de trabajo de la ciudad

El sector turístico tiene una elevada capacidad de generación de empleo, en el caso de los destinos que componen la Costa del Sol, vemos como Fuengirola ocupa, en esta ocasión el tercer lugar, encontrándose en la posición dos Torremolinos, y en primer lugar Marbella.



FUENTE: Exceltur a partir de afiliados a la Seguridad Social: Elaboración Propia.

En referencia a las **principales ocupaciones** distinguidas **por sexo**, como se puede observar en la tabla adjunta, en Fuengirola predomina la contratación de camareros y camareras asalariados.

Sexo	Ocupación	Datos Relativos
Hombres	Camareros Asalariados	33,27%
	Vendedores en Tiendas y Almacenes	6,87%
	Cocineros Asalariados	6,67%
	Ayudantes de Cocina	3,87%
	Albañiles	3,68%
Mujeres	Camareras Asalariadas	33,37%
	Vendedoras en Tiendas y Almacenes	15,15%
	Personal de Limpieza de Oficinas, Hoteles y Otros Establecimientos Similares	9,78%
	Ayudantes de Cocina	6,52%
	Teleoperadoras	3,64%

FUENTE: Observatorio Argos. Diciembre 2018. Elaboración Propia.

A continuación, se ha realizado un análisis más exhaustivo de la incidencia del empleo en los sectores de Comercio, Reparaciones y Servicios Personales, así como Hostelería y Restauración.

Como se puede observar en la tabla inferior, de los 20.171 contratos registrados el **73,8%** de ellos fueron en el **sector de hostelería y restauración**, frente al **26,2%** que fueron contratos en **comercio, reparación y servicios personales**.

CONTRATOS A AMBOS SEXOS								
Edad	Comercios al por menor	Reparaciones	Otros Servicios Personales	Comercio y Servicios Personales	Servicio de Alojamiento	Servicio de Comidas y Bebidas	Hostelería y Restauración	TOTAL
16-19	281	0	44	325	49	715	764	1.089
20-24	1.359	1	118	1.478	671	1.816	2.487	3.965
25-29	1.038	1	105	1.144	632	1.604	2.236	3.380
30-34	740	3	98	841	752	1.336	2.088	2.929
35-39	444	2	94	540	801	1.237	2.038	2.578
40-44	318	0	81	399	841	1.156	1.997	2.396
45-49	195	0	71	266	567	857	1.424	1.690
50-54	139	7	25	171	224	665	889	1.060
55-59	48	1	19	68	287	387	674	742
>59	40	0	8	48	150	144	294	342
TOTAL	4.602	15	663	5.280	4.974	9.917	14.891	20.171
%	87,2%	0,3%	12,6%	26,2%	33,4%	66,6%	73,8%	100,0%

FUENTE: SEPE. Año 2018. Elaboración Propia.

Por sexo, se obtiene que el **43,7%** de las contrataciones realizadas en el último año en Fuengirola fueron a **hombres**, mientras que el **56,3%** restante fueron contrataciones a **mujeres**.

De los **contratos** realizados a **hombres**, el **84%** han sido en **hostelería y restauración** y, tan **sólo**, el **16%** tuvieron lugar en el **sector comercio, reparaciones y servicios personales**.

En el caso de los **contratos realizados** a **mujeres**, también predominan los formalizados en el sector de **hostelería y restauración (65,9%)**, frente los del **sector comercio, reparaciones y servicios personales (34,1%)**. Sin embargo, el porcentaje de contratos en este último sector es mayor que en el caso de los hombres, ya que como se ha visto anteriormente, se contratan más mujeres que hombres para la ocupación de vendedores en tiendas y almacenes.

CONTRATOS A HOMBRES								
Edad	Comercios al por menor	Reparaciones.	Otros Servicios Personales	Comercio y Servicios Personales	Servicio de Alojamiento	Servicio de Comidas y Bebidas	Hostelería y Restauración	TOTAL
16-19	96	0	18	114	22	377	399	513
20-24	329	1	38	368	370	922	1.292	1.660
25-29	229	1	35	265	275	856	1.131	1.396
30-34	179	2	36	217	281	707	988	1.205
35-39	142	2	23	167	437	664	1.101	1.268
40-44	71	0	19	90	364	608	972	1.062
45-49	56	0	25	81	186	414	600	681
50-54	41	6	8	55	64	308	372	427
55-59	18	0	14	32	157	212	369	401
>59	19	0	3	22	86	94	180	202
TOTAL	1.180	12	219	1.411	2.242	5162	7.404	8.815
%	83,6%	0,9%	15,5%	16,0%	30,3%	69,7%	84,0%	100,0%

FUENTE: SEPE. Año 2018. Elaboración Propia.

CONTRATOS A MUJERES								
Edad	Comercios al por menor	Reparaciones.	Otros Servicios Personales	Comercio y Servicios Personales	Servicio de Alojamiento	Servicio de Comidas y Bebidas	Hostelería y Restauración	TOTAL
16-19	185	0	26	211	27	338	365	576
20-24	1.030	0	80	1.110	301	894	1.195	2.305
25-29	809	0	70	879	357	748	1.105	1.984
30-34	561	1	62	624	471	629	1.100	1.724
35-39	302	0	71	373	364	573	937	1.310
40-44	247	0	62	309	477	548	1.025	1.334
45-49	139	0	46	185	381	443	824	1.009
50-54	98	1	17	116	160	357	517	633
55-59	30	1	5	36	130	175	305	341
>59	21	0	5	26	64	50	114	140
TOTAL	3.422	3	444	3.869	2.732	4.755	7.487	11.356
%	88,4%	0,1%	11,5%	34,1%	36,5%	63,5%	65,9%	100,0%

FUENTE: SEPE. Año 2018. Elaboración Propia.

Respecto a los **contratos indefinidos** a ambos sexos, éstos tan **sólo** representan el **9,2% del total de contratos** realizados en el último año. De los contratos indefinidos que tuvieron lugar, el **72,5%** de ellos fueron en el **sector de hostelería y restauración** y, el **27,5%** restante en el sector **comercio, reparaciones y servicios personales**.

CONTRATOS INDEFINIDOS A AMBOS SEXOS								
Edad	Comercios al por menor	Reparaciones	Otros Servicios Personales	Comercio y Servicios Personales	Servicio de Alojamiento	Servicio de Comidas y Bebidas	Hostelería y Restauración	TOTAL
16-19	6	0	4	10	3	42	45	55
20-24	59	0	9	68	15	172	187	255
25-29	95	0	21	116	27	165	192	308
30-34	70	0	15	85	42	158	200	285
35-39	64	0	14	78	41	162	203	281
40-44	55	0	13	68	30	122	152	220
45-49	36	0	16	52	27	117	144	196
50-54	17	0	7	24	21	90	111	135
55-59	3	0	1	4	17	53	70	74
>59	4	0	1	5	9	34	43	48
TOTAL	409	0	101	510	232	1.115	1.347	1.857
%	80,2%	0,0%	19,8%	27,5%	17,2%	82,8%	72,5%	100,0%

FUENTE: SEPE. Año 2018. Elaboración Propia.

Por tanto, en el municipio de Fuengirola, el sector Hostelería y Restauración tiene una gran incidencia en el empleo, predominando la contratación de mujeres y realizándose, principalmente, contratos temporales.

1.2.3. Actividad Empresarial

Los sectores económicos, según el número de empresas, principales en los municipios de la Costa del Sol son los siguientes:

ACTIVIDAD	TERRITORIO							
	Benalmádena	Estepona	Fuengirola	Manilva	Marbella	Mijas	Nerja	Torremolinos
Industria, energía, agua y gestión de residuos	110	162	119	39	376	202	67	94
Construcción	424	648	586	112	1996	745	227	353
Comercio	889	1031	1257	171	2941	1203	407	1154
Transporte y almacenamiento	242	185	171	32	484	214	72	185
Hostelería	708	549	955	211	1694	560	371	818
Información y comunicaciones	69	55	89	11	237	87	19	74
Banca y seguros	82	86	118	16	294	85	25	58
Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios	1843	1893	2655	348	7345	1720	601	1664
TOTAL	4367	4609	5950	940	15367	4816	1789	4400

Fuente: SIMA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Elaboración Propia.

En lo que respecta a Fuengirola, como se puede apreciar en la tabla, los tres principales sectores económicos son; por orden: servicios sanitarios, educativos y resto de servicios, comercio y, en tercera posición, hostelería.

Si lo comparamos con el resto de destinos de la Costa del Sol, vemos como el sector servicios en Fuengirola tiene un enorme peso, posicionándolo en el segundo puesto, únicamente en Marbella existe un mayor número de establecimientos pertenecientes al sector de la hostelería.

1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

En este epígrafe se realiza un análisis de la oferta turística existente en Fuengirola, distinguiendo entre: alojamientos, principales productos y recursos turísticos y oferta complementaria.

1.3.1. Oferta de alojamientos

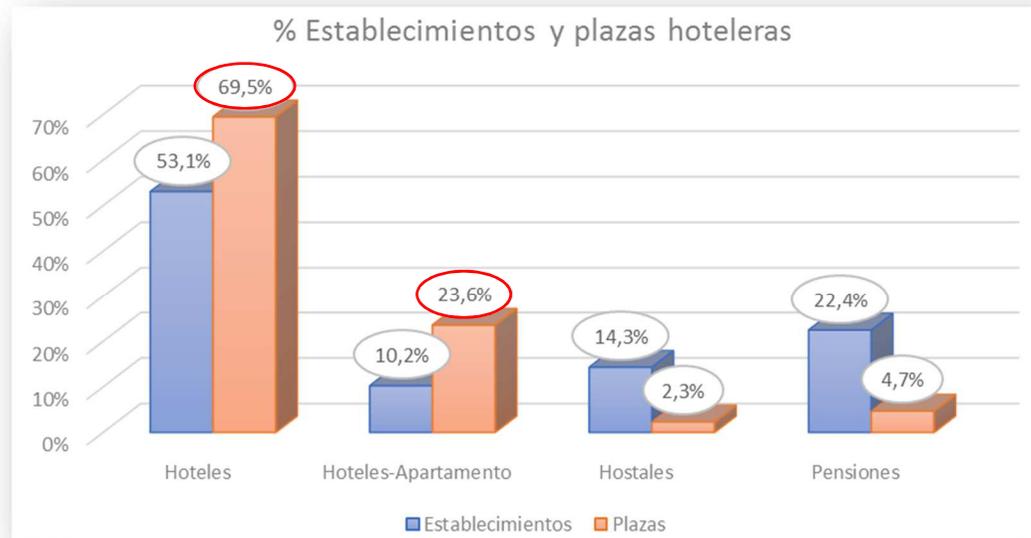
A partir de los datos facilitados por el Ayuntamiento de Fuengirola, se obtiene que el municipio cuenta con un total de **1.922 alojamientos**, los cuales ofrecen un total de **24.483 plazas**. Cabe destacar que, aunque el 96,2% de los alojamientos son viviendas con fines turísticos, el 44,9% de las plazas ofertadas pertenecen a establecimientos hoteleros.

Apartamento Turístico			
Grupo	Categoría	Nº Estab.	Nº Plazas
Conjunto	1 Llave	4	135
Conjunto	2 Llaves	3	328
Conjunto	3 Llaves	1	362
Edificio/Complejo	1 Llave	6	642
Edificio/Complejo	2 Llaves	4	465
Edificio/Complejo	3 Llaves	4	1.501
	2 Llaves	1	94
Subtotal Apartamento Turístico		23	3.527
% Apartamento Turístico		1,2%	14,4%
Campamento de Turismo			
Grupo	Categoría	Nº Estab.	Nº Plazas
Camping	3 Estrellas	1	879
Subtotal Campamento de Turismo		1	879
% Campamento de Turismo		0,05%	3,6%

Establecimiento Hotelero			
Grupo	Categoría	Nº Estab.	Nº Plazas
Hostal	1 estrella	1	15
Hostal	2 Estrellas	6	235
Hotel	1 Estrella	2	82
Hotel	2 Estrellas	6	482
Hotel	3 Estrellas	6	1.652
Hotel	4 Estrellas	12	5.348
Hotel-Apartamento	3 Estrellas	3	2142
Hotel-Apartamento	4 Estrellas	2	524
Pensión	Única	11	509
Subtotal Establecimiento Hotelero		49	10.989
% Establecimiento Hotelero		2,5%	44,9%
Vivienda con Fines Turísticos			
Grupo	Categoría	Nº Estab.	Nº Plazas
		1.879	9.242
Subtotal Vivienda con Fines Turísticos		1.879	9.242
% Viviendas con Fines Turísticos		96,2%	37,4%
TOTAL ALOJAMIENTOS		1.952	24.683

FUENTE: Registro de Turismo de Andalucía. Consulta realizada en febrero de 2019. Elaboración Propia.

En lo que respecta a la oferta de **alojamiento hotelero**, se puede apreciar que la forma predominante es el hotel, con un **53,1%** del total de establecimientos, seguido de hoteles-apartamento, hostales y, en última posición, encontramos las pensiones. En referencia al porcentaje de **plazas ofertadas**, se puede concluir que **más del 90%** son ofrecidas por **hoteles y hoteles-apartamento**, siendo mínimo el porcentaje ofrecido por el resto de formas de alojamiento existentes en Fuengirola.



FUENTE: Ayuntamiento de Fuengirola. Febrero 2019. Elaboración Propia.

1.3.2. Oferta de restauración y oferta complementaria

A partir de los datos aportados por el Ayuntamiento de Fuengirola, se presenta la siguiente tabla, la cual contiene información sobre la oferta turística; tanto de restauración como complementaria, que ofrece el municipio de Fuengirola:

Empresas	Cantidad	Empresas	Cantidad
Restaurantes y cafeterías	316	SPA	5
Pubs	47	Gimnasios	7
Agencias de Viajes	13	Academias de Música y danza	15
Alquiler de coches	17	Academias de idiomas	11
Alquiler de bicis	3	Inmobiliarias	32
Peluquería y Estética	11	Clínicas	20
Centro Ecuestre	1	Cines	2
Centro Comercial	1	Otras empresas de servicios	11

FUENTE: Ayuntamiento de Fuengirola. Año 2016. Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla, Fuengirola ofrece una amplia oferta de restauración, así como complementaria, ya que es uno de los principales enclaves turísticos de la Costa del Sol.

El número de **restaurantes y cafeterías** es muy elevado, existiendo una amplia **variedad gastronómica**, con platos de diferentes países, desde comida mediterránea y española, hasta italiana, griega, británica, india, americana, argentina, etc. También es importante destacar que Fuengirola cuenta con un total de **29 chiringuitos**.



Además, existen numerosos **bares y pubs**, los cuales ofrecen **diferentes ambientes**, en los que se puede encontrar clientela española y extranjera, esta última con procedencia principalmente de los países del norte de Europa.

Asimismo, Fuengirola cuenta con un **Centro Comercial; Miramar**, el cual ofrece una amplia oferta de comercio, restauración y ocio que complementa la oferta turística del Municipio, cuenta con más de **119.000 m2**, lo que le convierte en una de áreas comerciales más amplia de toda la Costa del Sol.



Por último, es importante mencionar que Fuengirola posee **otras empresas turísticas** tales como **agencias de viajes, alquileres de coches y bicicletas**, así como otras **empresas que no son propiamente turísticas**, pero que ofrecen servicios complementarios demandados por los turistas (spas, gimnasios, academias de idiomas, empresas de ocio, inmobiliarias, etc.).

1.4. PRINCIPALES HITOS DE ATRACCIÓN TURÍSTICA

Las particulares características del municipio de Fuengirola, marcadas por su reducida extensión superficial (10,4 Km²), así como por la baja presencia de recursos turísticos tipo patrimonial, han configurado a un destino turístico abanderado por el recurso playa, que ha sabido frente a sus limitaciones ofreciendo toda una multiplicidad de recursos complementarios que han llegado a configurarse como hitos propios dentro del destino.

En base a esta especial casuística, se ha realizado una clasificación de los recursos con mayor potencialidad de desarrollar productos turísticos por sí mismos, así como de forma conjunta y complementaria, atendiendo a las siguientes tipologías o segmentos:

TIPOLOGÍA	RECURSOS POTENCIALES
Eventos y Espectáculos	FERIAS INTERNACIONAL DE LOS PUEBLOS
Eventos y Espectáculos	MARENOSTRUM
Eventos y Espectáculos	FESTIVAL DEL CASTILLO SOHAIL
Eventos y Espectáculos	PLAZA DE TOROS
Eventos y Espectáculos	MERCADO MEDIEVAL DEL CASTILLO SOHAIL
Eventos y Espectáculos	PALACIO DE LA PAZ
Ocio y/o Actividades Lúdicas	PARQUE FLUVIAL DE FUENGIROLA
Ocio y/o Actividades Lúdicas	BIOPARC FUENGIROLA
Ocio y/o Actividades Lúdicas	PUERTO DEPORTIVO DE FUENGIROLA
Sol y Playa	PLAYA DE CARVAJAL
Sol y Playa	PLAYA LOS BOLICHES/LAS GAVIOTAS
Sol y Playa	PLAYA FUENGIROLA
Sol y Playa	PLAYA CASTILLO
Turismo Cultural	CASTILLO SOHAIL
Turismo Cultural	PARQUE YACIMIENTO ROMANO "FINCA EL SECRETARIO"
Turismo Cultural	MUSEO DE HISTORIA DE LA CIUDAD
Turismo Gastronómico	RUTA DE LA TAPA ERÓTICA
Turismo Gastronómico	RUTA LA CAZUELA DE LA ABUELA
Turismo Urbano y Compras	CENTRO COMERCIAL Y DE OCIO PARQUE MIRAMAR
Turismo Urbano y Compras	CENTRO URBANO
Turismo Urbano y Compras	BARRIO DE LOS BOLICHES

A continuación, se van a exponer los **principales atractivos** con los que cuenta el municipio, se presentarán mediante la elaboración de una ficha para cada uno de ellos, distinguiendo según al segmento al que pertenecen:

- **TURISMO CULTURAL**

CASTILLO SOHAIL	
SUPERFICIE	3.700 m2
CRONOLOGÍA	Basamento de época romana. Levantado de alzado época árabe
TIPO DE YACIMIENTO	Fortificación
DESCRIPCIÓN	
<p>El Castillo de Sohail se encuentra situado en plena desembocadura del río Fuengirola, sobre una pequeña colina aislada que se eleva 38 metros sobre el nivel del mar.</p> <p>Las obras realizadas durante los últimos años por la Escuela Taller del Ayuntamiento de Fuengirola han posibilitado que el Castillo de Sohail sea recuperado como lugar de encuentro de los fuengiroleños con su Historia y como espacio en el que se puede celebrar diferentes actos culturales, como el afamado Festival Ciudad de Fuengirola o el Mercado Medieval.</p>	

PARQUE DEL YACIMIENTO "FINCA DEL SECRETARIO"	
SUPERFICIE	2.380 m2
CRONOLOGÍA	Época Romana
TIPO DE YACIMIENTO	Alfar Romano y Hornos
DESCRIPCIÓN	
<p>Complejo arqueológico con una vida que se desarrollaría, en función de los datos que hoy conocemos, entre los siglos I y VI d. C. El enclave giraría en torno a una villa de cuya zona residencial sólo conocemos, hasta el momento, unas termas. A dicha edificación se accedía mediante una escalinata monumental que conservaba restos de pinturas parietales, y que confluía en un patio distribuidor, porticado (se conservan las bases de sus doce columnas) y pavimentado con un mosaico policromo con motivos geométricos.</p>	

TERMAS ROMANAS DE TORREBLANCA

SUPERFICIE	540 m2
CRONOLOGÍA	Época Romana
TIPO DE YACIMIENTO	Yacimiento Romano

DESCRIPCIÓN

El yacimiento romano de las Termas de Torreblanca (siglo II- VI d.C.) fue declarado BIC en 2005 por Decreto de la Junta de Andalucía. La reciente adquisición por el Ayuntamiento de Fuengirola en el año 2017 (anteriormente era de propiedad privada) ha permitido llevar a cabo trabajos de limpieza y conservación en el yacimiento y que pase a formar parte del patrimonio arqueológico de la ciudad.

Está constituido por diferentes instalaciones pertenecientes a un complejo arquitectónico (edificio termal y factoría de salazón) y una necrópolis. La cronología de estas primeras estructuras se corresponde con unas termas del siglo II d. C., aunque existen indicios que remiten a una ocupación anterior, ya en el siglo I d. C. Posteriormente se convierte en factoría de salazones y complementándose con la elaboración de tinte púrpura. En el siglo V el lugar pasa a ser una necrópolis, que se extiende por lo menos hasta un siglo después.



TORO DE OSBORNE Nº XII

SUPERFICIE	50 m2
CRONOLOGÍA	Aproximadamente 1.957
TIPO DE EDIFICACIÓN	Exenta

DESCRIPCIÓN

El toro de Osborne apareció en los años 50 como fruto de una campaña publicitaria para promocionar el brandy de Jerez Veterano del Grupo Osborne. Se trata de una silueta que representa un toro de lidia, aproximadamente de unos 14 metros de altura. Tal fue su repercusión a lo largo de los años que la Consejería de Cultura los declaró como BIC (Bien de Interés Cultural) otorgándoles el rango de monumentos dentro de catálogo de Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz.



PLAYAS	
SUPERFICIE	8 km aproximadamente
DESCRIPCIÓN	
<p>Las playas, combinadas con el clima, son la razón principal de la movilización de los flujos turísticos en Fuengirola. Aunque Fuengirola también cuenta con diversos atractivos histórico-monumentales, culturales y folclóricos que atraen a turistas, estos se consideran motivaciones secundarias que actúan sobre todo como oferta complementaria.</p> <p>De oeste a este, comienza por las playas del Castillo Sohail y se extiende hasta las playas de Torreblanca. En total existen 8 playas dispersas a lo largo de toda la costa fuengiroleña, que presentan instalaciones, servicios y características distintas.</p> <p>Cabe destacar que todas las playas de Fuengirola cuentan con la distinción de calidad de Bandera Azul.</p> <p>Estas playas se caracterizan por ser de arena oscura y aguas tranquilas. Por lo general tienen buen acceso a pie, en coche y para las personas con movilidad reducida. Son playas vigiladas e incluyen instalaciones básicas como duchas, papeleras y la posibilidad alquilar sombrillas y hamacas, además de encontrarse cerca de kioscos y otros servicios. Todas las playas tienen acceso directo al paseo marítimo.</p>	



- **OCIO Y ACTIVIDADES LÚDICAS**

PARQUE FLUVIAL

AÑO INAUGURACIÓN 2011

DESCRIPCIÓN

El Parque Fluvial es un entorno único en Andalucía, ya que se trata del único parque de la provincia que cuenta con un canal navegable del que se puede disfrutar gracias a un servicio de alquiler de embarcaciones. Además, se puede disfrutar del mismo paseando, utilizando sus instalaciones deportivas, paseando en bicicleta por su carril bici, y realizando muchas más actividades de ocio, deporte y diversión.



PARQUE SKATE PLAZA

SUPERFICIE 3250 m2

AÑO DE INAUGURACIÓN 2009

DESCRIPCIÓN

El parque Miramar alberga en su interior un gran skate-park, cuenta con una magnífica ubicación, cercano al río y de muy fácil acceso en transporte público o bicicleta, ya que dispone de un carril bici que conecta todo el parque. Este parque cuenta con un carril bici que lo cruza en su totalidad, zona de aparcamiento frente a la entrada del centro comercial Miramar, También cuenta con una zona dedicada a la gimnasia y un pequeño servicio de restaurante.



BIOPARC	
AÑO INAUGURACIÓN	1978
DESCRIPCIÓN	
<p>Es sin duda una de las principales atracciones de Fuengirola, el zoo como hoy se conoce fue causa de una renovación en el año 1999 y de un cambio de denominación en 2010.</p> <p>Acoge a animales exóticos de hábitats de todas partes del mundo y aplica una labor de conservación y protección de especies en vías de extinción. Pertenece a la Asociación Europea de Zoos y Acuarios con la que realiza diversos proyectos y campañas de conservación. Además de las infraestructuras para los animales y su visita cuenta con una zona dedicada para los niños, restaurante y tienda de souvenirs. Atrae a españoles y extranjeros, además de que implementan estrategias de fidelización a la población residentes, mediante la oferta de promociones y de actividades.</p> <p>Bioparc se diferencia de otros zoológicos por llevar a cabo un modelo de zoo basado en la conservación y respeto de la naturaleza y sus especies y por la singularidad de su diseño arquitectónico que reproduce el hábitat de los animales.</p>	



• ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO

PLAZA DE TOROS

AÑO INAUGURACIÓN	1962
-------------------------	------

DESCRIPCIÓN

La Plaza de Toros de Fuengirola fue inaugurada el 8 de julio de 1962 con una corrida de toros cuyo cartel lo componían los matadores de toros César Girón, Manuel Segura y José Martínez "Limeño", junto con el rejoneador Clemente Espadanal, con reses de Germán Gervás.
 Con la celebración del 50 aniversario de la plaza de toros en 2012, se reformó según la reglamentación taurina, se crearon palcos para minusválidos y una Puerta Grande, más los locales que se encuentran ubicados en la zona comercial. La plaza cuenta con un aforo de 4.500 espectadores.



PALACIO DE LA PAZ

AÑO INAUGURACIÓN	2001
-------------------------	------

DIMENSIÓN	4.000 m ²
------------------	----------------------

DESCRIPCIÓN

El Palacio de la Paz de Fuengirola es un auditorio que recoge diferentes eventos a lo largo del año. Se trata de un espacio polivalente con salas de conferencia, escenario, palco VIP y servicios para eventos y espectáculos.
 Forma parte del recinto ferial de Fuengirola



ARTE URBANO - MURALES

AÑO INAUGURACIÓN

1983 aproximadamente

DESCRIPCIÓN

Con la iniciativa de sacar a la calle el arte de calidad, en la década de los ochenta se instalaron en las paredes medianeras de algunos edificios de la ciudad, una serie de pinturas de gran formato de cotizados artistas de primera línea.

Los principales murales son:

- o Mural Eriana
- o Mural Liberación, homenaje a Julio Cortázar
- o Mural La Noche y el Día
- o Murales Cerámicos



• **TURISMO URBANO Y DE COMPRAS**

CENTRO COMERCIAL MIRAMAR

AÑO INAUGURACIÓN 2004

DESCRIPCIÓN

El Centro Comercial Miramar cuenta con una zona de restauración, cafeterías y heladerías. También cuenta con una amplia y variada zona de ocio, la cual dispone de 12 salas de cine. Dispone, además, de parking gratuito, interior y exterior, moderno y de fácil acceso.
 En cuanto a los servicios enfocados principalmente al entorno familiar, este centro comercial dispone de un área de actividades para los niños.
 Por último, también engloba dentro de sus instalaciones gasolineras y servicio de lavado para vehículos; cajeros automáticos; oficina de Correos; acceso para minusválidos...



CENTRO URBANO

DESCRIPCIÓN

El centro urbano de la ciudad surge y crece en torno la Iglesia del Rosario y la Plaza de Constitución. En la actualidad esta zona se encuentra modernizada pero aún conserva la estructura de sus típicas calles y construcciones autóctonas. A los alrededores existen numerosas tiendas y comercios con productos locales y además variedad de restaurantes y bares.
 En la cercanía de la plaza de Constitución se ubica la plaza de los Chinorros, que ha sido remodelada otorgándoles una nueva imagen de cara a los ciudadanos y los turistas. Ahora esta plaza dispone de varios bares y restaurantes de tapas, se han incluido cuatro bancos, nuevas farolas y árboles.
 Fuengirola cuenta Asociación de la Pequeña y Mediana Empresa de Fuengirola y Mijas (**CEPYME**), quienes se encargan; entre otras funciones, de desarrollar actividades con el fin de reactivar el comercio local, como, por ejemplo, con "La Noche Viva".



PUERTO DEPORTIVO

DESCRIPCIÓN

Ubicado en pleno Paseo Marítimo, comparte el recinto con el Puerto Pesquero y cuenta con agradables terrazas y numerosos restaurantes. Este puerto ofrece la facilidad de efectuar paseos en barco para avistar delfines, practicar deportes náuticos, el buceo y la pesca deportiva de altura.

Su Club Náutico acoge a destacados monitores de vela.

Además, existe actualmente un proyecto de remodelación y ampliación del puerto deportivo y su integración en la ciudad, con el objetivo de convertirlo en un puerto deportivo de referente comercial.

Entre las iniciativas previas puestas en marcha de cara a la reactivación de este espacio se encuentra la **primera edición de Primavera Rock Festival**



• **EVENTOS Y ESPECTÁCULOS**

FERIA INTERNACIONAL DE LOS PUEBLOS

AÑO INAUGURACIÓN 2008

DESCRIPCIÓN

Debido a las características multiculturales del municipio de Fuengirola, en 1994 se inicia el proyecto de la Feria Internacional de los pueblos, con el objeto de dar a conocer las distintas culturas. En ella se presentan distintas nacionalidades en todas sus facetas, desde las costumbres, el folclore, la gastronomía, y hasta cualquier tipo de atractivo cultural. En ella participan todo tipo de empresas, entidades, asociaciones y sociedades que representan Países, Regiones y Comunidades Autónomas.



FESTIVAL MARE NOSTRUM

MareNostrum es un festival musical llevado a cabo por el Ayuntamiento de Fuengirola, de cuatro meses de duración, durante los cuales, visitan la localidad artista de toda índole, desde artistas locales hasta grandes personalidades del mundo de la música como: José Merce, El Barrio o Ricky Martin.

El festival se desarrolla en el Castillo de Sohail, permitiendo así a cabo un aprovechamiento, uso y disfrute del patrimonio histórico del destino.



• **TURISMO GASTRONÓMICO**

RUTA DE LA TAPA ERÓTICA

DESCRIPCIÓN

Este evento, que se lleva celebrando desde hace diez años, consiste en la presentación de tapas sensuales y divertidas, producto de la imaginación y buen hacer de sus restauradores en numerosos establecimientos de Fuengirola.

Además, los clientes tienen la posibilidad decidir mediante sus votos, cuáles serán los establecimientos ganadores, entrando así en el sorteo de numerosos premios. Para participar en esta ruta, es necesario retirar el "pasaporte" en la Casa de la Cultura, en la Oficina de Turismo o bien en los establecimientos participantes.



LA CAZUELA DE LA ABUELA

DESCRIPCIÓN

Este evento que tiene lugar en febrero, acerca a los interesados a las recetas tradicionales de nuestra tierra.

En "La Cazuela de la Abuela" se puede disfrutar de la riqueza de los guisos de la cocina mediterránea en los restaurantes y mesones de la ciudad.

Este evento está destinado tanto para turistas como para residentes, se ofrecen platos típicos más bebida por el módico precio de 2€



1.5. Análisis de la demanda

1.5.1. Contextualización global del destino

El municipio de Fuengirola, constituye en la actualidad uno de los destinos de mayor incidencia dentro del sector turístico, acaparando dentro del Rankin de puntos turísticos del país el puesto número 27 en lo que respecta al número de pernoctaciones recibidas en el último año (algo más de 2,5 millones de pernoctaciones anuales en 2018), por encima incluso de destinos como Córdoba, San Sebastián, Santiago de Compostela o Las Palmas de Gran Canaria.

Dicho posicionamiento de la ciudad de Fuengirola se ve reforzado a la hora de tener en cuenta la dimensión espacial del municipio, que hace que los principales indicadores de medición de la oferta turística del municipio se sitúan por debajo de otros destinos turísticos de la Costa del Sol.

En concreto, el volumen de plazas hoteleras de Fuengirola asciende a algo más de 10 mil, por debajo de municipios como Torremolinos o Benalmádena

Esta posición a nivel nacional, sitúa a la ciudad de Fuengirola en un no de los destinos turísticos de referencia especialmente dentro del turismo litoral.

PERNOCTACIONES 2018		TOTAL
1	08019 Barcelona	20.261.280
2	28079 Madrid	19.723.671
3	35019 San Bartolomé de Tirajana	12.546.310
4	03031 Benidorm	11.529.626
5	38001 Adeje	10.090.368
6	07040 Palma	9.215.718
7	07011 Calvià	8.987.991
8	35015 Pájara	7.971.083
9	38006 Arona	5.990.750
10	43905 Salou	5.670.098
11	41091 Sevilla	5.519.652
12	35034 Yaiza	5.037.255
13	17095 Lloret de Mar	4.925.044
14	29901 Torremolinos	4.836.377
15	35012 Mogán	4.587.276
16	38028 Puerto de la Cruz	4.408.473
17	46250 València	4.212.652
18	07051 Sant Llorenç des Cardassar	3.759.781
19	18087 Granada	3.359.446
20	35028 Tías	3.096.213
21	29025 Benalmádena	2.946.040
22	29069 Marbella	2.779.514
23	29067 Málaga	2.635.198
24	7014 Capdepera	2.612.263
25	35024 Teguiise	2.596.652
26	04079 Roquetas de Mar	2.559.518
27	29054 Fuengirola	2.500.234

FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. Viajeros y Pernoctaciones por Puntos Turísticos. 2018

MUNICIPIOS	Plazas medias estimadas	Empleo medio (personas)	Establecimientos medios abiertos estimados	Grado de ocupación por plazas	Grado de ocupación por plazas de fin de semana	Grado de ocupación por habitaciones
Torremolinos	17.130,47	2.329,48	59,89	74,50	77,16	79,62
Marbella	14.658,29	3.566,00	65,14	51,44	57,13	65,81
Benalmádena	11.547,98	1.302,69	25,97	68,27	71,71	83,17
Málaga	11.132,01	1.529,82	104,49	64,27	71,21	77,84
Fuengirola	10.619,07	1.199,34	33,03	62,69	67,26	72,78
Estepona	4.281,25	953,21	21,80	65,53	71,33	69,11

FUENTE: Encuesta de Ocupación Hotelera. Viajeros y Pernoctaciones por Puntos Turísticos. 2018 (Datos anuales)

A partir de la información recogida en el informe **“Turismo de Litoral en Andalucía”**, publicado por la Consejería de Turismo y Deporte, a nivel autonómico, se obtiene que las costas andaluzas recibieron a 17 millones de turistas durante 2017, suponiendo el 57,5% del total de turistas que visitaron Andalucía en ese año. De esta manera, el turismo de litoral ha crecido un 5,5% con respecto a 2016, manteniendo una evolución positiva como en años anteriores y siendo superior al incremento anual de turistas de Andalucía (+5,1%).

Como se puede observar en la figura inferior, de los 17 millones de turistas de litoral en Andalucía, el 51,3% de ellos son turistas españoles, frente al 48,7% que son turistas extranjeros.

Asimismo, se obtiene que, de los turistas españoles que van al litoral de Andalucía, el 30,8% son turistas de la propia provincia, frente al resto (21%) que son turistas del resto de España.

Distribución porcentual de los turistas de litoral por procedencia. Año 2017.



FUENTE: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Esta misma tónica general es la que se rige en el destino de la Costa del Sol, dónde los principales indicadores que caracterizan a los turistas que recibe son:



Procedencia

- **Turistas españoles:** 39%, siendo 4 de cada 10 turistas procedentes de Andalucía.
- **Turistas extranjeros:** 61%, manteniéndose el mercado británico como el primer emisor internacional de turistas (23%).



Estancia Media

- De 4 a 8 días (Cerca de 6 de cada 10 turistas).



Gasto Medio Diario

- El gasto medio diario del turista es de 91,12€.
- Este dinero lo gastan: transporte para llegar al destino, alojamiento, alquiler de vehículos y todos los gastos incurridos durante su estancia en restauración, ocio, visitas, excursiones y compras alimenticias y no alimenticias y otros.



Motivaciones

- Ocio y vacaciones (95,8%).

FUENTE: Observatorio Turístico de la Costa del Sol – Málaga 2017. Elaboración Propia. <https://pxhere.com/es/photo/511778>

A pesar de estas características básicas, las cambiantes preferencias de los viajeros y el impacto del mundo digital nos muestra un panorama turístico en continua en constante cambio.

1.5.2. Perfil del Turista en Fuengirola

A partir del análisis de la demanda realizado por la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Fuengirola en el año 2017, el perfil de los turistas que recibe el municipio

a) Procedencia

País de Procedencia	
España	48%
Reino Unido	26%
Francia	5%
Otros	4%
Italia	4%
Finlandia	3%
Alemania	2%
Suecia	1%
Noruega	1%
Bélgica	1%
Holanda	1%
Dinamarca	1%

El **48%** de los turistas de Fuengirola son **españoles**, frente al **52%** que son **extranjeros**, de los cuales el **26%** proceden de **Reino Unido**.

FUENTE: Evaluación y Análisis DAFO Fuengirola. Concejalía de Turismo, Ayuntamiento de Fuengirola. Agosto 2017. Elaboración Propia.



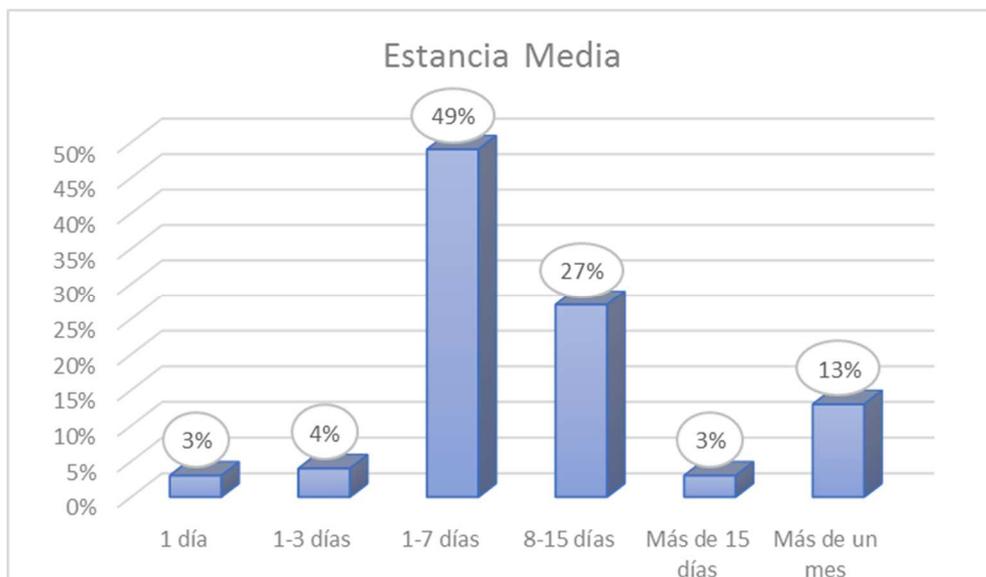


El **56,3%** de los turistas que proceden de España son de **Andalucía**, les siguen en segundo lugar aquellos que vienen de **Madrid**, con un **20,8%**

FUENTE: Evaluación y Análisis DAFO Fuengirola. Concejalía de Turismo, Ayuntamiento de Fuengirola. Agosto 2017. Elaboración Propia.

CC.AA. de Procedencia	
Andalucía	56,3%
Madrid	20,8%
Extremadura	6,3%
País Vasco	4,2%
Galicia	4,2%
Murcia	2,1%
Cataluña	2,1%
Castilla y León	2,1%
Castilla-La Mancha	2,1%

b) Duración de la Estancia



FUENTE: Evaluación y Análisis DAFO Fuengirola. Concejalía de Turismo, Ayuntamiento de Fuengirola. Agosto 2017. Elaboración Propia.

Casi el **50%** de los turistas que se alojan en Fuengirola, lo hacen entre **3 y 7 días**, seguidos de un **27%** cuya estancia es entre **8 y 15 días**. Finalmente, son un **13%** quienes están en el municipio más de un mes.



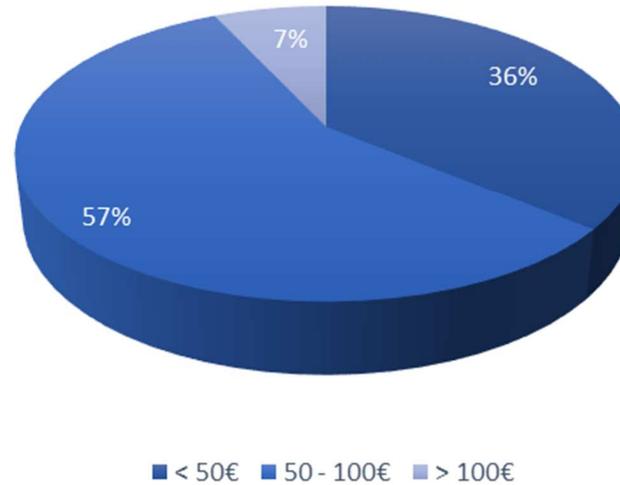
c) Gasto Diario

En gasto medio diario queda excluido el gasto de la estancia en el alojamiento elegido por los turistas.

El 57% de las personas encuestadas han gastado en Fuengirola entre 50 y 100 euros, seguidos del 36% que ha gastado en el destino menos de 50 euros.



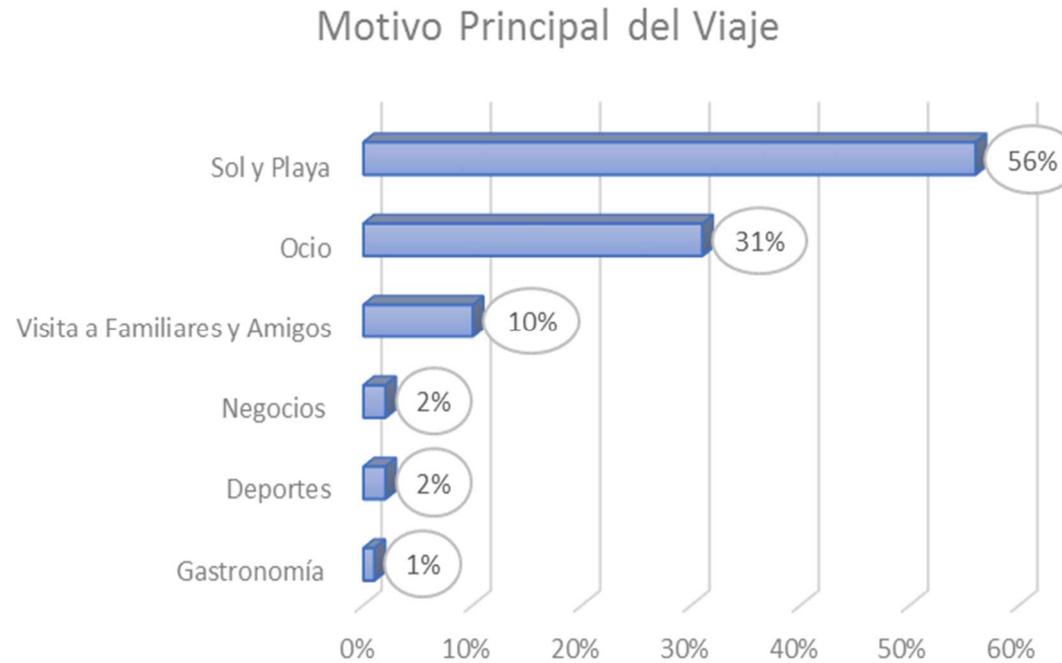
Gasto Diario



FUENTE: Evaluación y Análisis DAFO Fuengirola. Concejalía de Turismo, Ayuntamiento de Fuengirola. Agosto 2017. Elaboración Propia.

d) Motivo del Viaje

El **56%** de las personas encuestadas confirman que el motivo principal por el que han elegido Fuengirola para pasar su estancia es por el **sol y playa**, seguidos del **31%** que afirma que va a este destino por **ocio**.



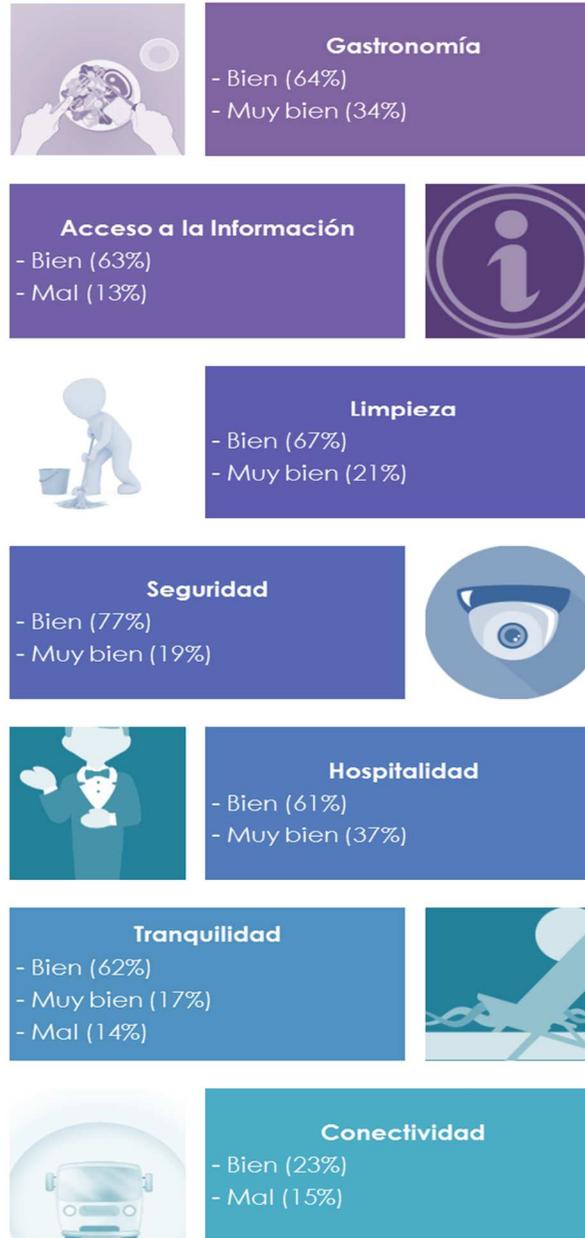
FUENTE: Evaluación y Análisis DAFO Fuengirola. Concejalía de Turismo, Ayuntamiento de Fuengirola. Agosto 2017. Elaboración Propia.

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA FUENGIROLA



FUENTE: Evaluación y Análisis DAFO Fuengirola. Concejalía de Turismo, Ayuntamiento de Fuengirola. Agosto 2017. Elaboración Propia.

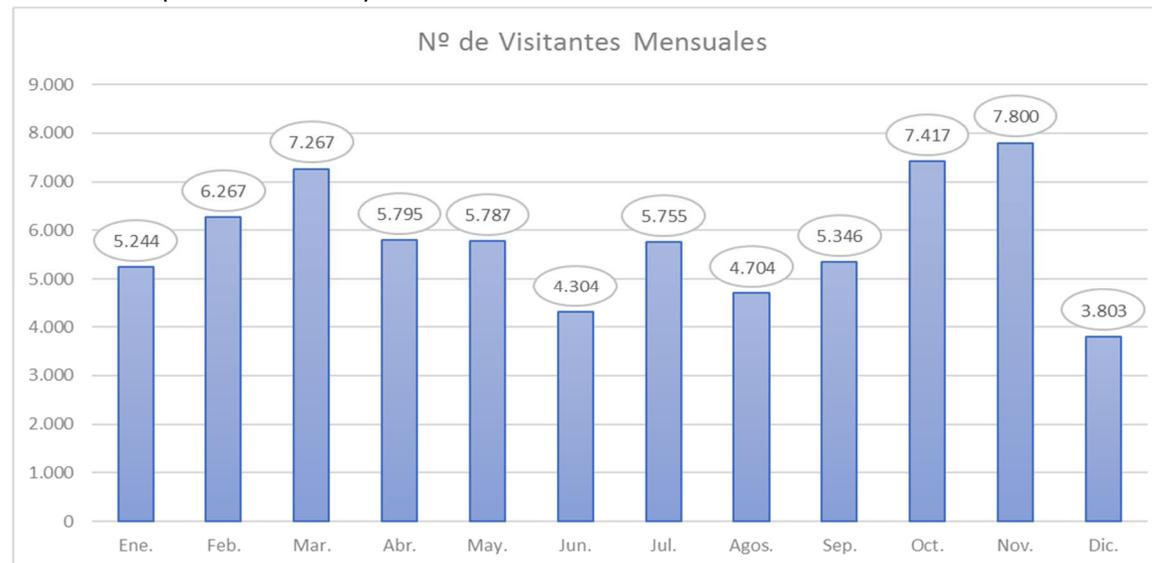
e) Grado de Satisfacción



• **FLUJO DE VISITANTES**

Respecto al flujo de visitantes que pasan por la Oficina de Turismo de Fuengirola, se obtiene que:

- En el año **2018** fueron **atendidas** cerca de **69.500** personas, siendo el promedio de visitantes por hora en la Oficina de Turismo de Fuengirola entre 24 - 34 visitante/hora (dependiendo del mes).
- La **franja** horaria de **mayor** volumen de **asistencia** de visitantes es de **11H a 13H**, con una media de 43,5 y 34,1 de personas, atendidas por hora. Mientras que, el horario en el que se atiende **menor número** de visitantes es de **17H a 18H**.
- A pesar del flujo constante de visitantes a lo largo de la semana, el **sábado** se confirma como **día** con **mayor** número de demandantes de información, por **encima** de la **media**, y el **domingo** como día de **menor afluencia** con una diferencia más acusada respecto a la media.
- Los meses de mayor afluencia de visitantes en la oficina de Turismo de Fuengirola son **Febrero, Marzo, Octubre y Noviembre**, meses en los que tiene lugar La Cazuela de la Abuela, la Semana Santa y la Feria del Rosario, con un volumen de visitantes muy superior al resto del año, mientras que los meses restantes están por debajo del promedio mensual anual de visitantes, en concreto el mes de **Diciembre** (3.803 usuarios).

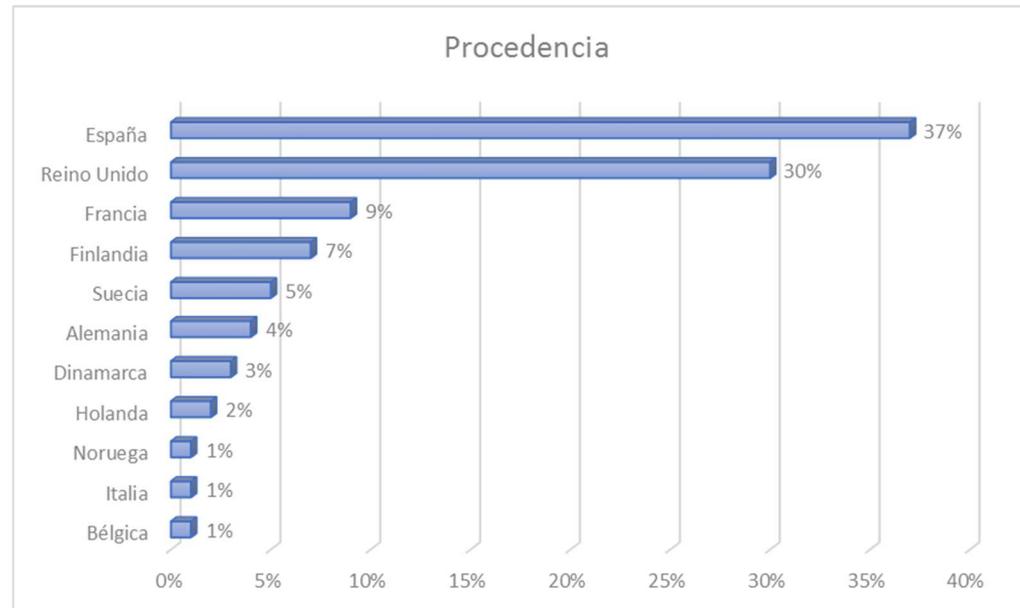


FUENTE: Balance Anual Flujos de Visitantes 2018. Servicio de Información Turística de Fuengirola. Elaboración Propia.

En lo que respecta al perfil de visitantes atendidos en la Oficina Municipal de Turismo de Fuengirola, se obtienen los siguientes resultados:

a) Procedencia

El 37% de los visitantes atendidos son españoles, seguidos de los que provienen de Reino unido (30%).



FUENTE: Balance Anual Flujos de Visitantes 2018. Servicio de Información Turística de Fuengirola.

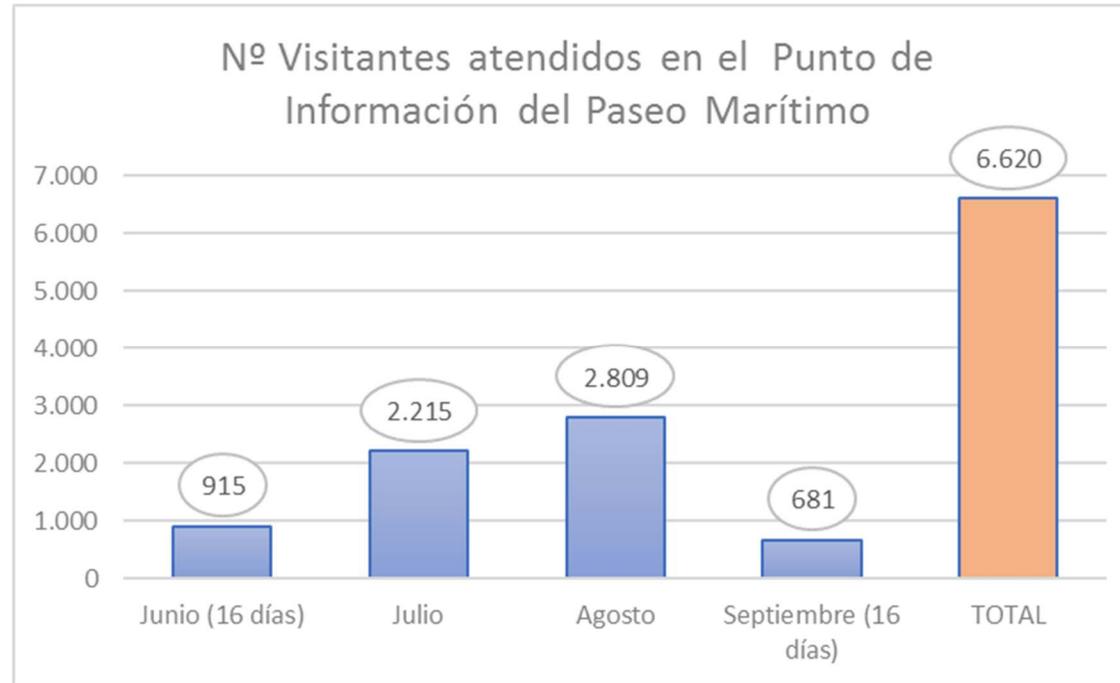
b) Motivo del viaje

El motivo principal del viaje de más del 80% de las personas atendidas en la O.I.T. es hacer turismo, mientras que el 17,8% son personas que residen en Fuengirola. Tan solo un 0,4% de las personas que piden información en la Oficina de Turismo, lo hacen por negocio.



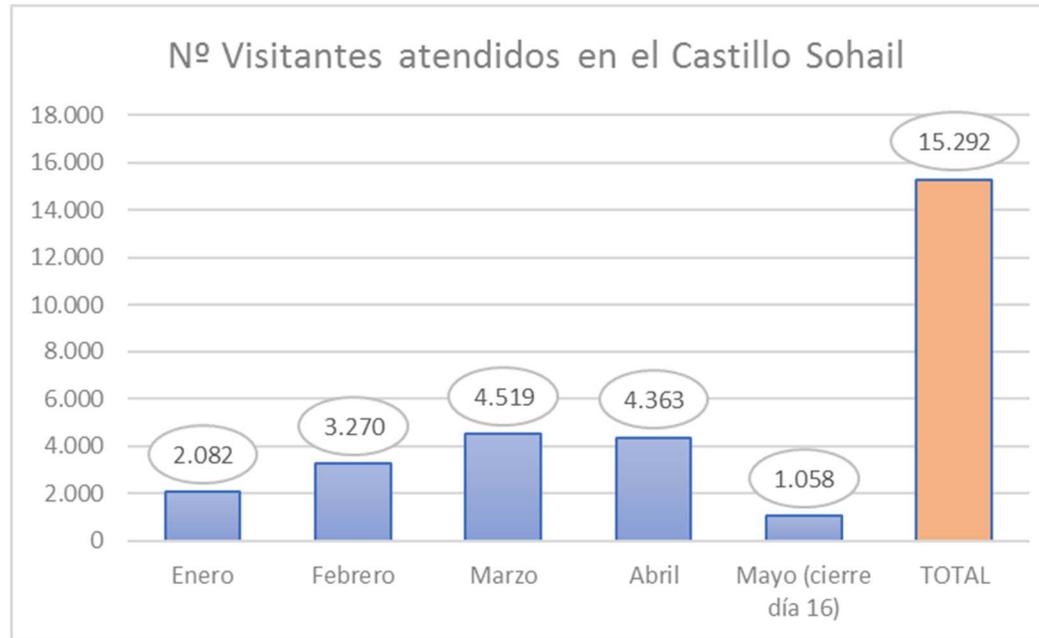
FUENTE: Balance Anual Flujos de Visitantes 2018. Servicio de Información Turística de Fuengirola.

Cabe mencionar que además de atender a los visitantes en la Oficina Municipal de Turismo de Fuengirola, durante el periodo estival (16 días de junio, julio, agosto y 16 días de septiembre), **se han atendido un total de 6.620 visitantes en el Punto de Información Turística del Paseo Marítimo.**



FUENTE: Balance Anual Flujos de Visitantes 2018. Servicio de Información Turística de Fuengirola.

Por otra parte, desde enero hasta el 16 de mayo de 2018, **han sido atendidas un total de 15.292 personas en el Castillo Sohail.**



FUENTE: Balance Anual Flujos de Visitantes 2018. Servicio de Información Turística de Fuengirola: elaboración propia a partir del Perfil de la Demanda de las Agencias de Viaje en España 2009

En el año 2018 han sido atendidos un total de 91.401 visitantes en Fuengirola.

2. DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN: ANÁLISIS D.A.F.O.

Con la finalidad de obtener de forma sintética una imagen de la situación actual del municipio de Fuengirola como Destino Turístico, y en base al diagnóstico previo, a continuación, se realiza un análisis D.A.F.O. dónde se analizan las principales características internas y externas que definen las principales potencialidades y riesgos futuros del municipio y que, en definitiva, van a marcar la línea estratégica a seguir dentro del propio Plan Municipal de Calidad Turística del municipio.

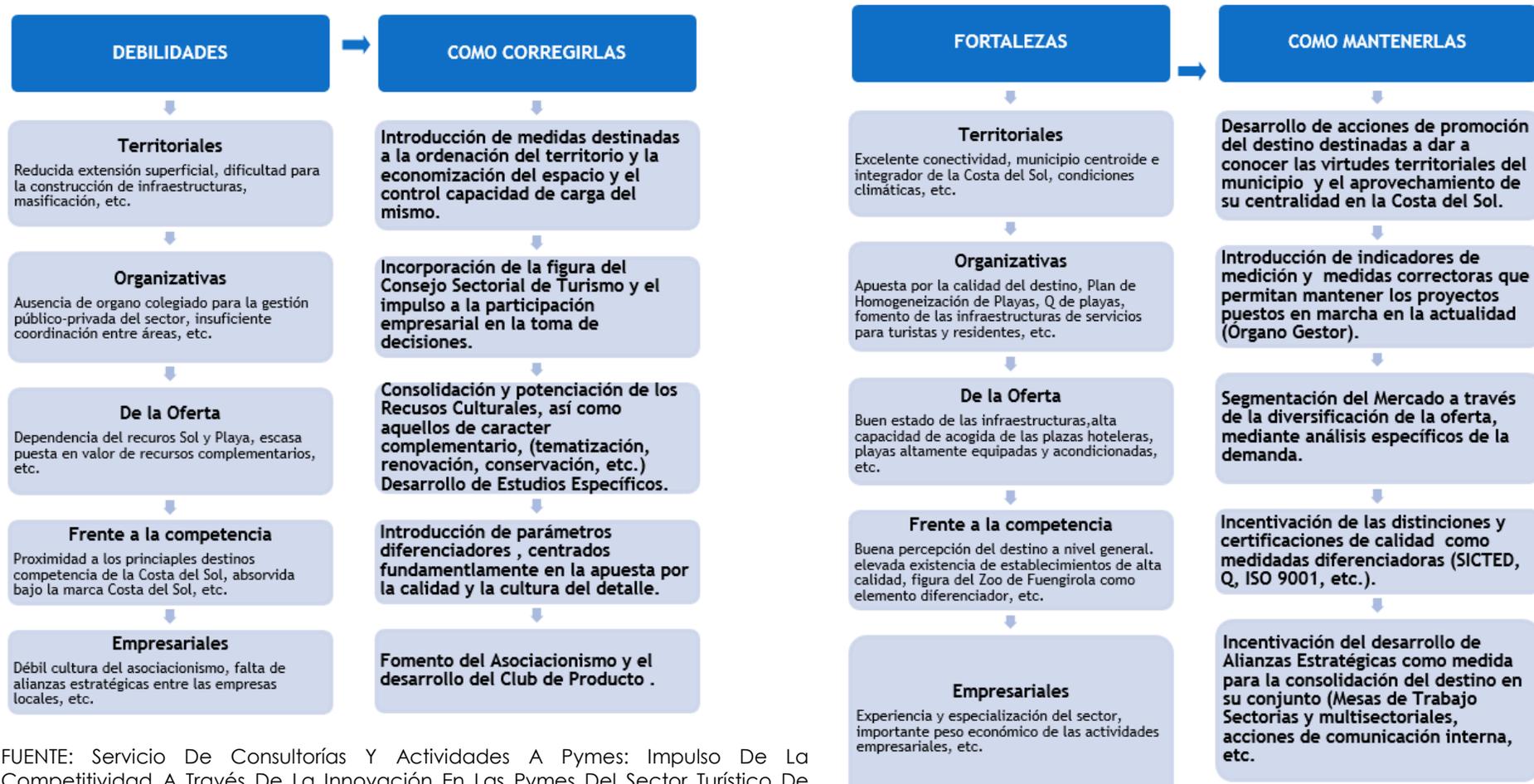
Con la finalidad de obtener de forma sintética una imagen de la situación actual del municipio de Fuengirola como Destino Turístico, y en base al diagnóstico previo, a continuación, se realiza un análisis D.A.F.O. dónde se analizan las principales características internas y externas que definen las principales potencialidades y riesgos futuros del municipio y que, en definitiva, van a marcar la línea estratégica a seguir dentro del propio Plan Municipal de Calidad Turística del municipio.

ANÁLISIS EXTERNO	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte competencia de otros destinos turísticos emergentes y actuales, frente al municipio de Fuengirola, influenciado por el boom caótico de la construcción. • Mayor extensión superficial y posibilidades de desarrollo de los destinos competencia, mayor diversidad espacial y paisajísticas de otros destinos próximos como Mijas o Benalmádena, etc. • Dificultades de adaptación a las nuevas tendencias de la demanda • Uniones empresariales y desarrollo de productos específicos en otros destinos próximos, con mayor cultura de la cooperación empresarial, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzos de Promoción realizados por Andalucía y Costa del Sol. • Tendencias del turismo (trabajar en microsegmentos según posicionamiento del Destino: turismo activo, deportivo...). • Se detecta un amplio potencial de mejora en las empresas del sector turístico y su oferta complementaria. • Concentrar esfuerzos en el desarrollo de tipologías de sol y playa específica (playa canina buena práctica). • Adaptar la página web turística informativa www.visitafuengirola.com en un portal de gestión donde se pueda comercializar producto y que el visitante pueda crear su propio itinerario turístico. • Desarrollo de Fuengirola como Destino Turístico Inteligente y Destino de Excelencia en Sol y Playa.

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia en el Destino Costa del Sol. • Excelente conectividad de Fuengirola con el Aeropuerto y otros municipios de la Costa del Sol (carretera, tren, bus y taxi). • Condiciones climáticas del destino. • Municipio centroide de la Costa del Sol. • Municipio más integrador de la Costa del Sol. • El elevado porcentaje de población extranjera residente puede actuar como prescriptora del Destino en Origen. • Alta experiencia y especialización en el sector servicios y concretamente en el sector turístico. • Amplia y diversa oferta de alojamiento reglado. • Presencia de grandes áreas comerciales. • Buen estado de las infraestructuras turísticas y otras en proceso de renovación. • Gran variedad de servicios de interés turístico y de interés para los propios residentes. • Excelentes Playas (Plan de Homogeneización de Playas, Q de Playas). • Fuengirola posee una oferta de alojamiento reglada variada, englobando todas las tipologías a excepción de establecimientos rurales. • Elevado número de establecimientos de alta calidad (4 estrellas). • Existencia de numerosas empresas turísticas (restaurantes, pubs, agencias de viajes, alquiler de coches, empresas de ocio). • Buena percepción del destino por parte de mayoristas y turistas en mercados de origen. • Existencia de playas bien equipadas y en buenas condiciones. • Existencia de eventos de gran importancia (Feria de los pueblos, Marenostrum, etc.). • La principal motivación de los turistas que visitan Fuengirola es ocio y vacaciones (95,8%). • Los aspectos mejor valorados en Fuengirola por los turistas son la seguridad, limpieza y gastronomía. • Declaración como Zona de Gran Afluencia Turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excesiva dependencia del turismo de sol y playa y acentuada estacionalidad turística • Insuficiente profesionalización del tejido productivo local • Escasa presencia de alianzas estratégicas entre empresas locales para la promoción conjunta del destino • Necesidad de empuje hacia una mayor diversificación de la oferta turística • Débil cultura del asociacionismo empresarial, principalmente en los sectores no exclusivamente turísticos (comercios y servicios). • Reducidas dimensiones del término municipal y en consecuencia limitaciones a la expansión de nuevos usos e infraestructuras. • Elevada densidad poblacional acrecentada en los meses estivales con la consiguiente saturación de su capacidad de carga y sobrecostes que ello trae consigo • Necesidad de concienciación sobre el uso respetuoso de los recursos e infraestructuras turísticas del destino, tanto a ciudadanos como a turistas y visitantes. • Dificultades de accesibilidad y saturación del tráfico, especialmente en el Centro Histórico. • Falta de Órgano Colegiado para la gestión público-privada del sector turístico en Fuengirola (Consejo Sectorial de Turismo). • A nivel de imagen, su localización en plena Costa del Sol, hace que la marca Fuengirola quede absorbida por otras marcas, quedando su posicionamiento bajo la influencia de otros destinos como la Costa del Sol o Marbella. • Proximidad a los principales destinos competencia de la Costa del Sol, absorbida bajo la marca Costa del Sol, etc. • Gran número de destinos competidores próximos.

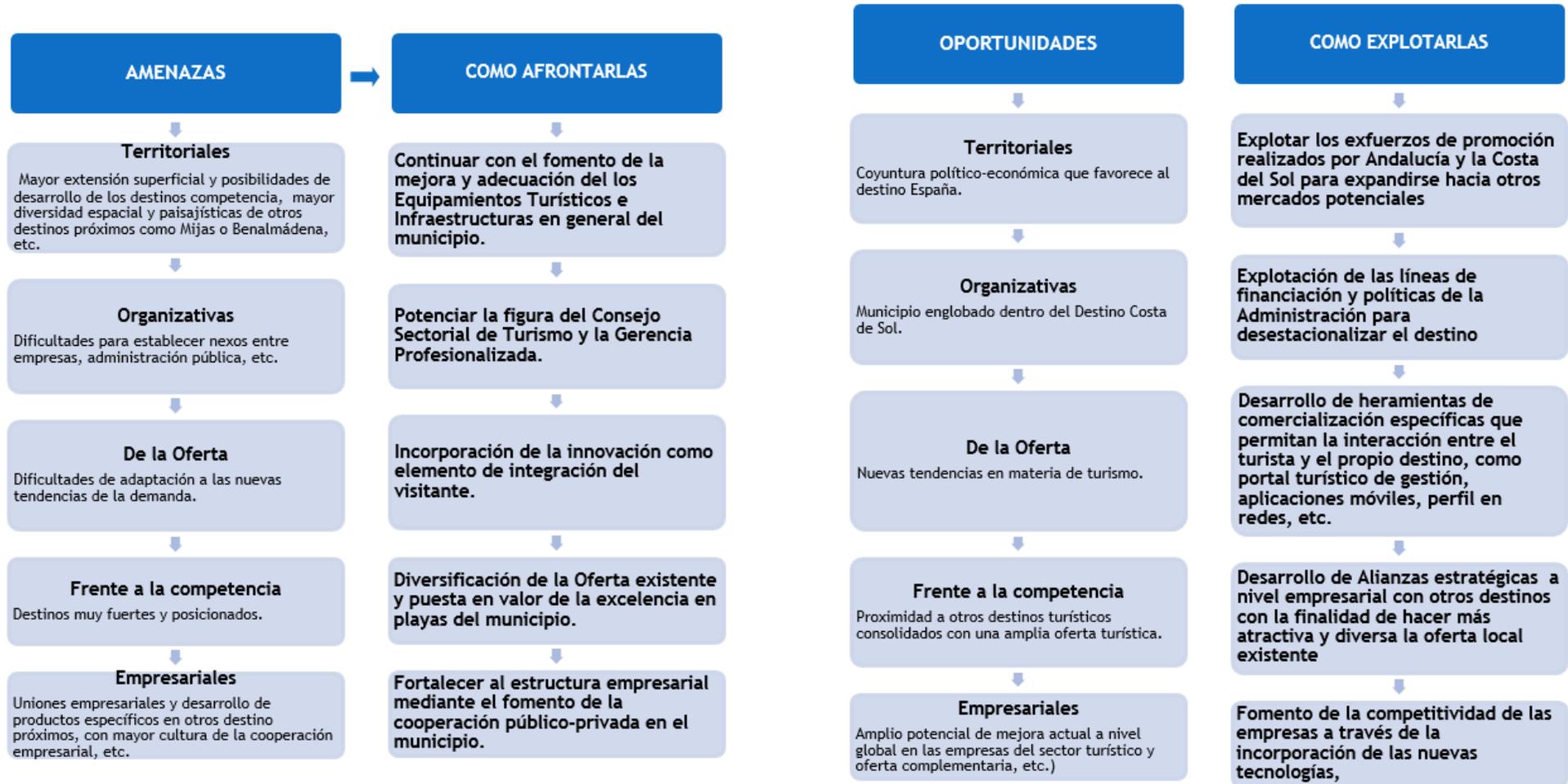
3. PROPUESTAS DE CONSOLIDACIÓN: ANÁLISIS C.A.M.E

ANÁLISIS INTERNO



FUENTE: Servicio De Consultorías Y Actividades A Pymes: Impulso De La Competitividad A Través De La Innovación En Las Pymes Del Sector Turístico De Fuengirola. EOI/AUREN (2016)

ANÁLISIS EXTERNO



FUENTE: Servicio De Consultorías Y Actividades A Pymes: Impulso De La Competitividad A Través De La Innovación En Las Pymes Del Sector Turístico De Fuengirola. EOI/AUREN (2016)

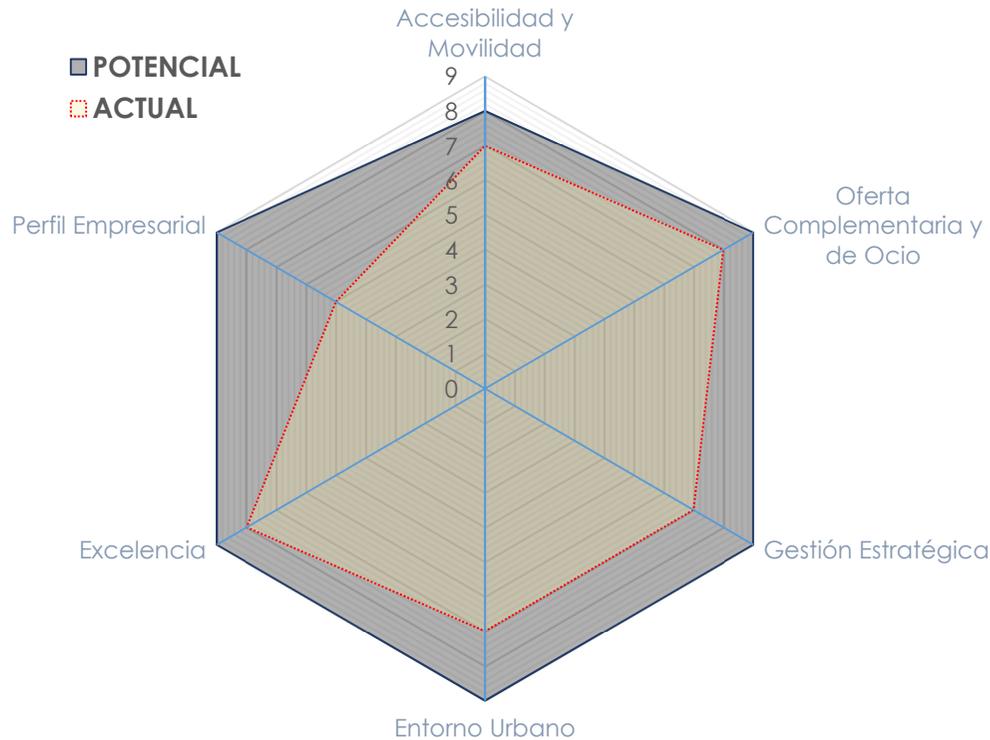
4. ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO DEL MUNICIPIO

De cara al desarrollo de las líneas estratégica que argumentarán la planificación en materia de calidad turística en el municipio, y junto con el análisis diagnóstico previo de sus principales puntos fuertes y débiles, se hace necesario establecer el propio posicionamiento del municipio, ya no solo conforme a la propia competencia, sino también conforme a aquellos parámetros y/o atributos que van a dirigir la proyección futura del municipio.

En relación a ello, atendiendo a la línea de trabajo seguida por parte de la propia administración local, se hace necesario contemplar el posicionamiento del municipio conforme a los siguientes parámetros competitivos:

- **Accesibilidad y Movilidad:** Atendiendo a las propias tendencias de los turistas, dónde la movilidad y la accesibilidad ocupan hoy en día uno de los aspectos mejor valorados, es de gran importancia incluir dentro de la proyección futura del municipio el impulso a la movilidad turística.
- **Oferta Complementaria y de Ocio:** La inclusión del municipio de Fuengirola dentro del Destino Costa del Sol junto con su catalogación como destino de Sol y Playa, hacen necesario impulsar todos aquellos aspectos complementarios y potenciales que puedan llegar a generar una oferta diferenciadora con la que posicionar el municipio de Fuengirola como destino Turístico en sí mismo.
- **Gestión Estratégica:** Se trata de uno de los aspectos clave a contemplar dentro del desarrollo del municipio en materia turística, gracias al cual se potencia la interacción entre el turística y el propio destino.
- **Entorno Urbano:** Las particulares características del municipio de Fuengirola como ciudad compacta, hacen necesario trabajar de forma continuada el cuidado y mantenimiento del entorno urbano. Su reducido espacio territorial, así como su alta densidad poblacional, sobre todo en época estival requieren de un mantenimiento y control continuado del entorno.
- **Excelencia:** Como destino maduro de litoral, el municipio de Fuengirola, ha de potenciar sus principales recursos de atracción e introducir factores de diferenciación y reconocimiento frente a la competencia, de ahí que sea necesario estimular la excelencia dentro del destino.
- **Perfil Empresarial:** Uno de los pilares fundamentales que conforman la oferta del destino, son todas aquellas empresas implicadas de forma directa e indirecta en actividad turística del municipio, de ahí la importancia de su profesionalización.

Analizando estos principales aspectos y tal como puede apreciarse en el siguiente gráfico adjunto, aquellos parámetros que en mayor medida requieren de medidas de actuación son el **perfil empresarial y la gestión estratégica**.



POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DEL MUNICIPIO DE FUENGIROLA (ACTUAL Y DESEADO)

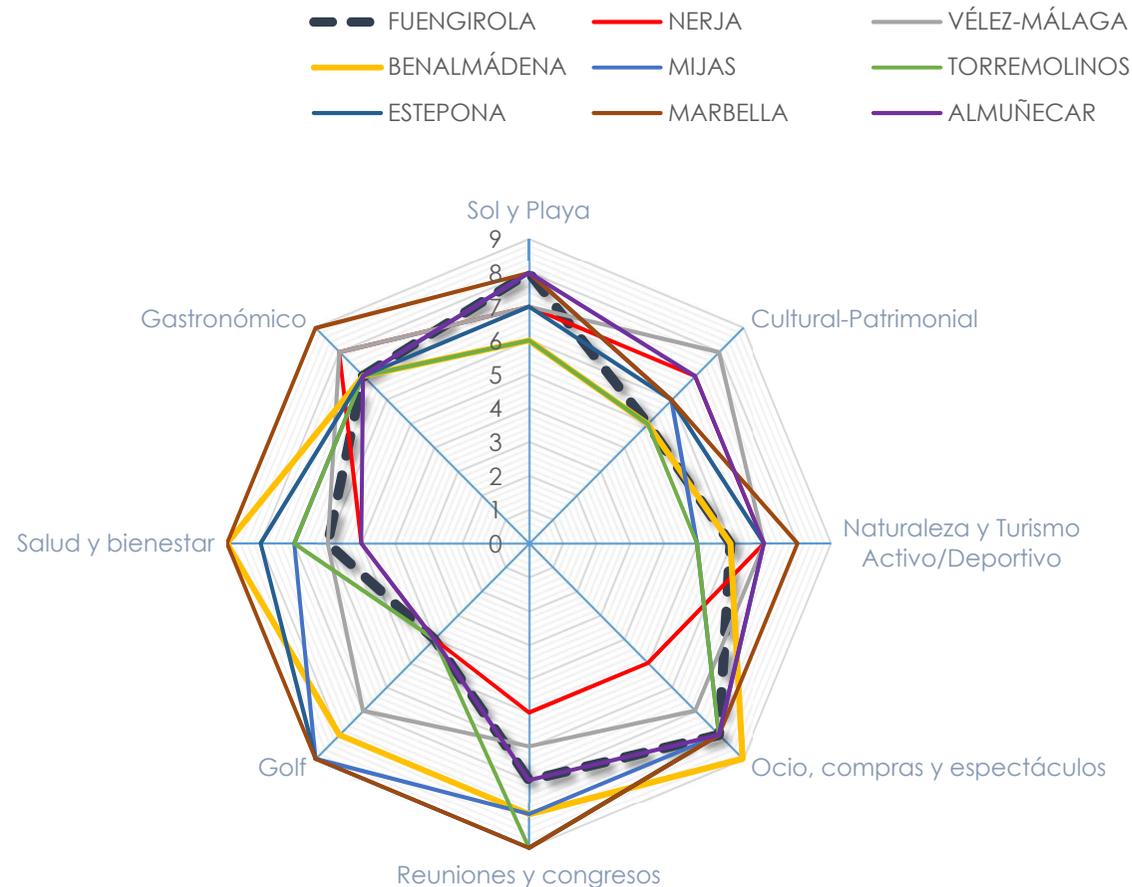
Los esfuerzos desarrollados de cara a la diversificación de la oferta, la mejora de la accesibilidad y el mantenimiento de un entorno urbano y prestaciones bajo criterios de excelencia, constituyen hoy en día la línea de trabajo y proyección futura en materia de calidad turística de la ciudad de Fuengirola

A pesar de ello, aún existe margen de mejora y crecimiento, especialmente en lo que a gestión estratégica y profesionalización empresarial se refiere

Analizando el posicionamiento frente a otros destinos competidores se observa como la ciudad de Fuengirola mantiene una posición importante como destino de Sol y Playa equiparándose a destinos de relevancia dentro de la propia Costa del Sol como por ejemplo Marbella.

POSICIONAMIENTO COMPARATIVO POR SEGMENTOS DEL MUNICIPIO DE FUENGIROLA

A la hora de comparar posicionamiento de Fuengirola con algunos de sus destinos competidores en lo que respecta al potencial actual del municipio dentro de los diferentes segmentos turísticos, nos encontramos con que aún es necesario desarrollar esfuerzos encaminados hacia la diversificación de su oferta, sobre todo en lo que respecta al sector gastronómico, cultural y patrimonial y Salud y Bienestar.



Objetivos y Ejes Estratégicos

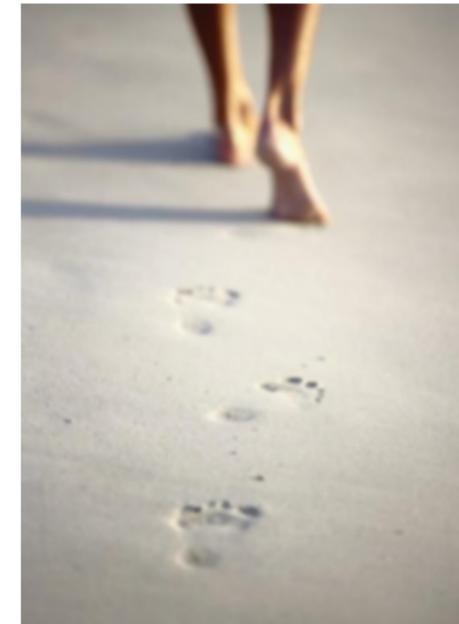
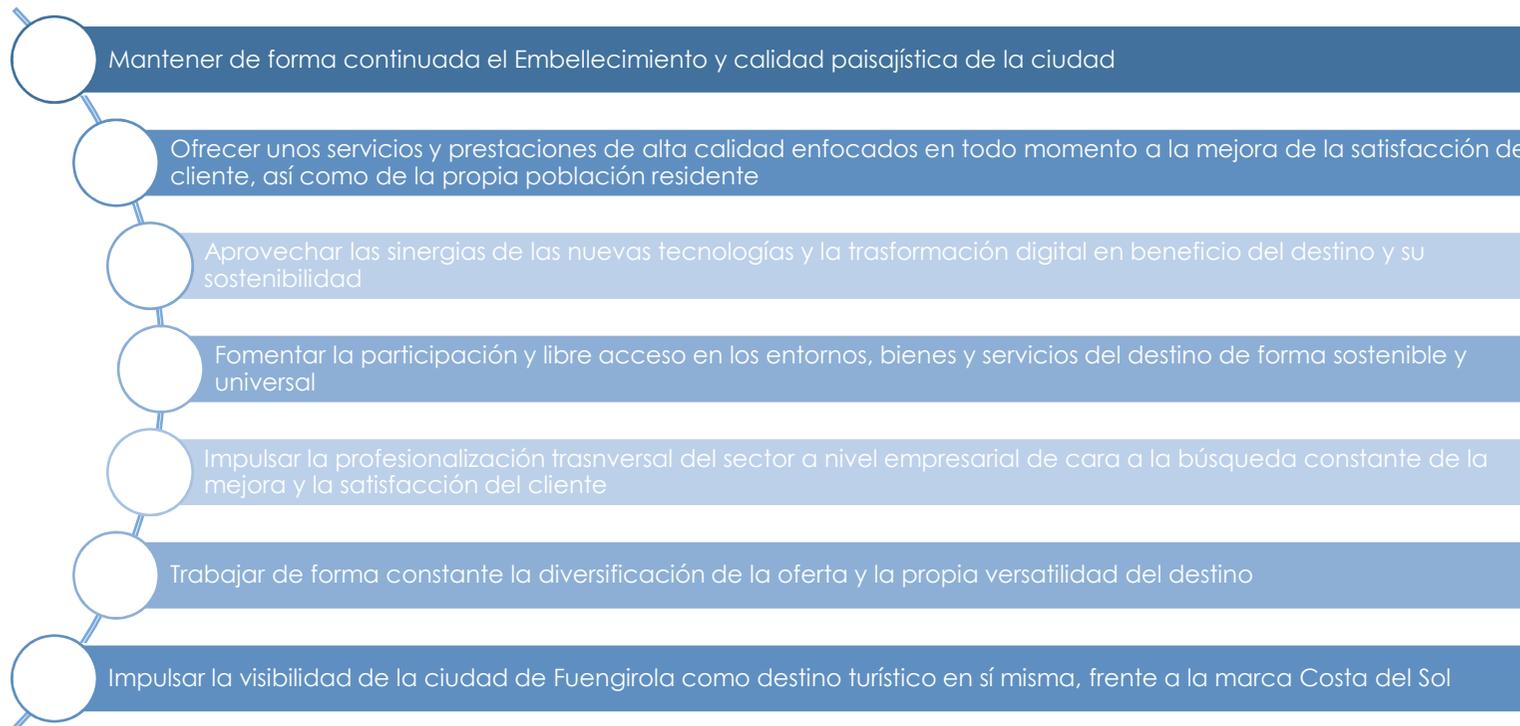


5. LÍNEAS Y EJES ESTRATÉGICOS: PROPÓSITOS Y OBJETIVOS

5.1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Una de las principales líneas de trabajo que marcan la planificación presente y futura del municipio en materia de calidad turística es **revalorizar la madurez de su producto principal, el turismo de sol y playa.**

Para ello se plantea una planificación enfocada hacia la consecución de los siguientes objetivos estratégicos:



Se tratan de unos objetivos clave, encaminados a la configuración de un destino sostenible, accesible y en constante mejora y enriquecimiento a través de una estrategia integral. En base a ello, dentro del Plan Municipal de Calidad Turística, se plantean 6 grandes retos o líneas estratégicas:



5.2. EJES ESTRATÉGICOS Y MATRIZ DE ACTUACIONES

Línea Estratégica 1: FUENGIROLA DESTINO DE EXCELENCIA

A pesar de la explotación masiva del turismo de Sol y Playa, por excelencia a lo largo de toda la Costa del Sol, desde el municipio de Fuengirola se pretende proyectar una imagen renovada mediante el desarrollo de actuaciones enfocadas al aumento de la calidad percibida y en consecuencia al mantenimiento de la sostenibilidad del destino. Todo ello, sin olvidar, la importancia de la integración de la vida local dentro de dichas actuaciones.

Línea Estratégica 2: FUENGIROLA DESTINO INTELIGENTE

Nos encontramos en la actualidad ante el crecimiento de una sociedad que vive bajo el dominio de las Nuevas Tecnologías y el acceso a la información, En relación a ello, teniendo en cuenta los fluctuantes cambios de la demanda en materia turística, una de las principales necesidades de la ciudad de Fuengirola es poder disponer de mayor información sobre la demanda y los mercados. Para ello, se hace necesario establecer una estructura de gestión turística permanente que contemple el desarrollo de un observatorio turístico en continua actualización, así como el uso de las nuevas tecnologías.

Línea Estratégica 3: FUENGIROLA DESTINO ACCESIBLE Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

Hacer de Fuengirola una ciudad cada vez más accesible constituye en la actualidad una de las líneas de trabajo en constante desarrollo, especialmente en su principal recurso, las Playas. En la actualidad, la totalidad de las playas cuentan con zonas adaptadas para personas como movilidad reducida (plan de Playas 2018), esfuerzos que pretenden seguir extrapolándose a otros ámbitos de trabajo como el transporte o la gestión.

Línea Estratégica 4: FUENGIROLA DESTINO PROFESIONAL.

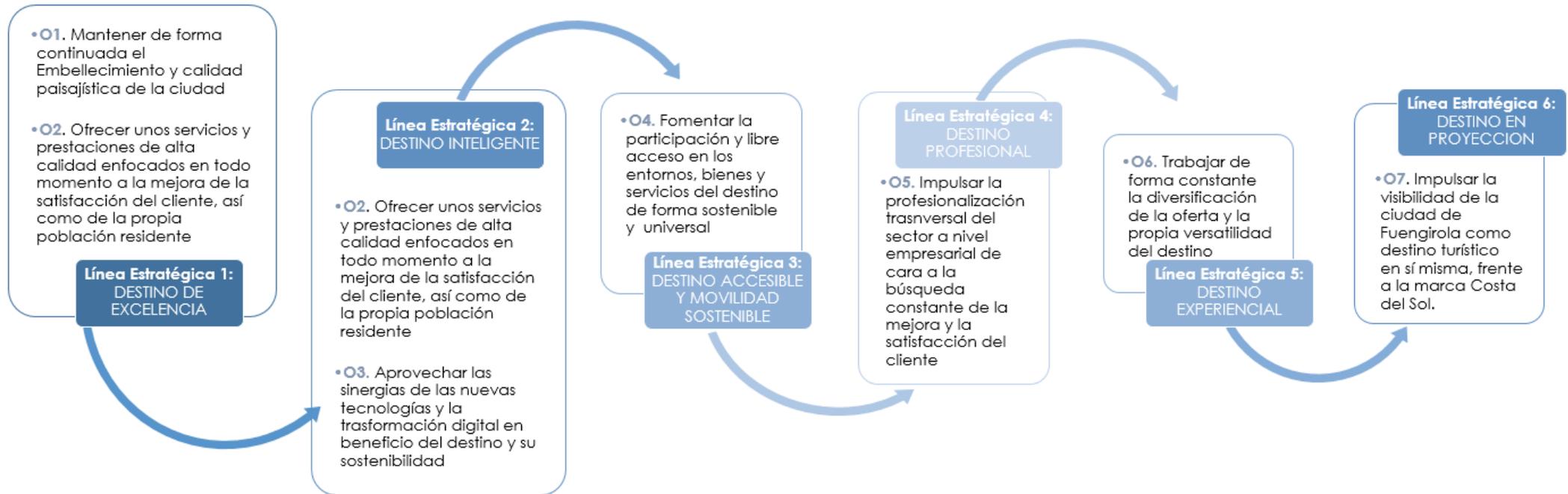
En el ámbito empresarial se hace necesario seguir trabajando en la profesionalización del sector mediante el desarrollo de actuaciones formativas específicas, el impulso a las certificaciones de calidad como el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos y el fomento y apoyo de iniciativas empresariales que contribuyan a diversificar el destino.

Línea Estratégica 5: FUENGIROLA DESTINO EXPERIENCIAL

La privilegiada localización estratégica de Fuengirola, en plena Costa del Sol, junto con las potencialidades de su propio entorno permiten el desarrollo de una oferta versátil. A pesar de ello, las nuevas exigencias de la demanda, caracterizadas por toda una multiplicidad de combinaciones (variedad de hábitos alimentarios, de estilos de vida, etc.), requieren de la consolidación y desarrollo de nuevos productos alternativos y complementarios a turismo de Sol y Playa. Se trata de ofrecer un destino que permitan ya no solo la elección de experiencia a la carta, sino también el mantenimiento de su oferta de forma continuada a lo largo de todo el año y no sólo en los meses estivales.

Línea Estratégica 6: FUENGIROLA DESTINO EN PROYECCION

Junto con el desarrollo y consolidación de la oferta, se hace necesario la mejora del posicionamiento de Fuengirola dentro del mercado turístico, mediante el desarrollo de acciones de promoción y comercialización específicas, enfocadas a lo largo de todo el ciclo de vida del producto desde su ELECCIÓN, durante su CONSUMO, y hasta su VALORACIÓN final.



Matriz Estratégica

Matriz de Actuaciones

EJE 1:	DESTINO DE EXCELENCIA	OBJETIVOS	ALINEACIÓN Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020
A.1.1	Mantenimiento Certificaciones Q de Calidad Turística	<p>01. Mantener de forma continuada el Embellecimiento y calidad paisajística de la ciudad</p> <p>02. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecer el impulso y la consolidación de destinos turísticos que incorporen criterios de calidad y excelencia en todo el itinerario de consumo del turista.
A.1.2	Mantenimiento de instalaciones y estándares de criterios Bandera Azul		
A.1.3	Mantenimiento Plan de Homogeneización de Playas		
A.1.4	Servicios de Vigilancia y Socorrismo		
A.1.5	Campañas de concienciación "Fuengirola Destino de Calidad y Ciudad Sostenible" (Población Residente y Foránea)		
A.1.6	Servicios de Asistencia e Información Turística		
A.1.7	Nueva Oficina de Turismo		

EJE 2:	DESTINO INTELIGENTE	OBJETIVOS	ALINEACIÓN Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020
A.2.1	GESTIÓN DEL DESTINO	<p>02. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p> <p>03. Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la innovación tecnológica aplicada al turismo. • Fomentar la coordinación y cooperación • Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión
A.2.2	PROMOCIÓN DEL DESTINO: Mantenimiento y mejora de la aplicación web Más Fuengirola		
A.2.3	PLANIFICACIÓN DEL DESTINO: Inteligencia Turística. Análisis y Tratamiento de Datos		

EJE 3:	DESTINO ACCESIBLE	OBJETIVOS	ALINEACIÓN Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020
A.3.1	Plan de Movilidad Urbana Sostenible (Fase Actual/EDUSI Feder+ AYTO)	O4. Fomentar la participación y libre acceso en los entornos, bienes y servicios del destino de forma sostenible y universal	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a la implantación de buenas prácticas en materia de accesibilidad generando una región turística accesible para todos/as. • Impulsar Destinos Turísticos Sostenibles
A.3.2	Playa Adaptada persona Movilidad Reducida (instalación, mantenimiento y retirada)		
A.3.3	Suministro de Mobiliario de playa para mejora de la accesibilidad		
A.3.4	Campañas de Sensibilización		

EJE 4:	DESTINO PROFESIONAL	OBJETIVOS	ALINEACIÓN Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020
A.4.1	Impulso a la Implantación del SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos)	O5. Impulsar la profesionalización transversal del sector a nivel empresarial de cara a la búsqueda constante de la mejora y la satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a la formación y profesionalización de los trabajadores del sector turístico.
A.4.2	Impulso al Programa Anfitriones " Destino del Detalle" SET		
A.4.3	Plan Formativo Empresarial: "Fuengirola Destino de Excelencia" (Idiomas, Atención PMR; Legislación Atención al Consumidor etc.)		

EJE 5:	DESTINO EXPERIENCIAL	OBJETIVOS	ALINEACIÓN Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020
A.5.1	Eventos	<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar segmentos turísticos emergentes, innovadores y /o poco consolidados que posibiliten una transformación del modelo turístico andaluz hacia un modelo más diversificado que contribuya a la ruptura de la estacionalidad.
A.5.2	Patrimonio Arqueológico		
A.5.3	Ocio		

EJE 6:	DESTINO EN PROYECCIÓN	OBJETIVOS	ALINEACIÓN Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020
A6.1	Presencia en Ferias Internacionales de Turismo	<p>O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer la máxima claridad, transparencia y difusión del destino
A6.2	Actualización e impresión de material informativo del destino		
A6.3	Acciones Promocionales en Destino (Aprox.)		
A6.4	Campañas Mercadotecnia: Acciones de Promoción del Destino en Mercados Potenciales durante la temporada baja		
A6.5	Campañas de Promoción a través de Operadores Privados y Agencias Receptivas		
A6.6	Diseño e Impresión Nueva Guía de Turismo		
A6.7	Material Publicitario Playas		

Plan de Actuación



6. ACTUACIONES DE MEJORA DE LOS SERVICIOS Y PRESTACIONES VINCULADAS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

6.1. PROGRAMA DE ACTUACIÓN

Teniendo en cuenta la línea de trabajo expuesta anteriormente en referencia a las principales necesidades en materia de calidad turística en el municipio, a continuación, se desglosan y detallan cada una de las actuaciones descritas agrupadas según los diferentes ejes estratégicos. Dichas actuaciones, son reflejo y plasmación directa de los esfuerzos que desde el Ayuntamiento se llevan a cabo de cara a cubrir las necesidades y expectativas de turistas y visitantes, así como de la propia población local.

A.1.1 Mantenimiento certificaciones Q e ISO 14001 de Calidad Turística

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	12.650 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2023	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Desde el 2015 el municipio de Fuengirola cuenta con la totalidad de sus playas certificadas con la Q de Calidad Turística, así como su propia Oficina de Turismo. Se trata de un certificado avalado por la propia Secretaría de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas y bajo la supervisión del Instituto para la Calidad Turística española (ICTE)

La obtención de la Marca implica a nivel externo para los establecimientos un **aumento de la satisfacción de sus clientes** (fomentando la fidelización directa e indirecta), una mejora en la reputación de la organización y la ostentación de un sello diferenciador frente al cliente potencial. A nivel interno, **mejora la gestión y eficacia de las actividades** que se realizan, optimiza los recursos, motiva al personal y establece un sistema para controlar de forma eficaz el desempeño de la organización.

El mantenimiento de dicha certificación requiere anualmente de todo un proceso sistemático de trabajo enfocado a:

- **Asesoramiento** Q Calidad e ISO 14001 (2.850 euros)
- **Auditoría Externa** Q Calidad e ISO 14001 (4.600 euros)
- **Pago Uso de Marca** Q de Calidad (2.700 euros)



Objetivos Estratégicos:

- O1.** Mantener de forma continuada el Embellecimiento y calidad paisajística de la ciudad
- O2.** Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente

Indicadores de Seguimiento y Evaluación:

- Número de servicios y prestaciones mejoradas/año
- Número de elementos de mobiliario renovados/año
- Número de procedimientos implantados y agilizados
- Número de puestos de empleo generados

A.1.2 Mantenimiento instalaciones y estándares conforme a criterios Bandera Azul

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	30.000 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2023	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>El mantenimiento de la excelencia como factor clave de cara a la diferenciación respecto a otros destinos de sol y playa constituye hoy en día uno de los factores claves dentro de la planificación en materia de calidad turística de la ciudad de Fuengirola. En este sentido, desde el ayuntamiento llevan años trabajando dentro del Programa Bandera Azul de Playas, destinado a promover un desarrollo sostenible dentro de las zonas litorales, contando actualmente con el 100% de sus playas certificadas con este galardón.</p> <p>En relación y ello, de cara a la superación de las exigencias y estándares requeridos (calidad de las aguas de baño, seguridad, gestión ambiental, información y educación, servicios, etc.), desde el ayuntamiento se invierte anualmente en el desarrollo de todos aquellos trabajos complementarios necesarios para su mantenimiento.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O1. Mantener de forma continuada el Embellecimiento y calidad paisajística de la ciudad</p> <p>O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de servicios y prestaciones mejoradas/año • Número de elementos de mobiliario renovados/año • Número de procedimientos implantados y agilizados • Número de puestos de empleo generados 				

A.1.3 Mantenimiento Plan de Homogeneización de Playas

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	292.892,20 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2023	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Fuengirola ha sido un destino de litoral pionero en la elaboración de su Plan de Homogeneización de Playas, con el que se pretendía en el año 2012 conseguir una imagen estandarizada y de calidad de todas sus playas, que hicieran al turista tener una visión de exclusividad y destino único.

Este plan de homogeneización trataba aspectos tanto estéticos como funcionales, pretendiendo unificar la imagen mediante los distintos elementos; hamacas, toldos, pérgolas, duchas, papeleras, señalética turística e incluso el mobiliario que conforma los distintos chiringuitos que se encuentran en la zona.

Los resultados obtenidos están siendo muy favorables, por ello, el consistorio debe seguir trabajando en el mantenimiento de los estándares establecidos, así como su extrapolación y ejemplo hacia el sector empresarial.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
--------------------------------	---

- 01.** Mantener de forma continuada el Embellecimiento y calidad paisajística de la ciudad
- 02.** Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente

- Número de reuniones/año desarrolladas en la materia
- Número de elementos de mobiliario/señales renovados/año
- Número de procedimientos implantados y estandarizados
- Número de chiringuitos y empresas privadas implicadas y que han llevado a cabo los cambios establecidos
- N° de metros de longitud de playas beneficiadas
- N° incidencias/año detectadas

A.1.4 Servicios de Vigilancia y Socorrismo

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	521.892,85 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta

Con el fin de ofrecer unas playas 100% seguras para que tanto turistas como residentes, puedan disfrutar de un baño tranquilo en las aguas del municipio, el Ayuntamiento lleva a cabo una previsión anual de la inversión necesaria (con un horizonte temporal de cuatro años) para que las playas estén cubiertas del personal de vigilancia y socorrismo necesario, especialmente en temporada alta.

En relación a ello, desde el Ayuntamiento se intensifican los servicios a través de un Dispositivo Especial de Servicio de Vigilancia de Playas coordinado por Policía Local y otro de atención sanitaria y socorrismo.



Objetivos Estratégicos:

O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente

Indicadores de Seguimiento y Evaluación:

- Número de socorristas/puestos de vigilancia en cada playa
- Número de personas atendidas

A.1.5 Campañas de concienciación "Fuengirola Destino de Calidad y Ciudad Sostenible"

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	15.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Media
<p>La preservación y cuidado del entorno y el mobiliario urbano son acciones fundamentales en un municipio, las cuales adquieren una mayor importancia en el caso de los Municipios Turísticos. Es necesario seguir llevando a cabo jornadas de sensibilización para ciudadanos y visitantes, con el fin de trasladar la necesidad existente de cuidar el entorno, y crear sentimiento de pertenencia. En definitiva, se hace necesario desarrollar concienciación e involucrar a usuarios y visitantes sobre la necesidad del mantenimiento de mobiliario urbano, la limpieza en los espacios públicos, etc. Para ello, desde el Ayuntamiento se seguirá trabajando en el desarrollo de campañas de sensibilización específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de playas • Cuidado y limpieza del entorno urbano, etc. • Talleres de concienciación para escolares • Jornadas de sostenibilidad 						
Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>01. Mantener de forma continuada el Embellecimiento y calidad paisajística de la ciudad</p> <p>02. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de talleres/jornadas de sensibilización realizadas • Número de Empresas locales involucradas • Número de elementos de mobiliario urbano reparados/cambiados/año y evolución • Número de intervenciones realizadas para homogeneización de la imagen urbanística con horizonte temporal de 4 años 					

A.1.6 Servicios de Asistencia e Información Turística

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	231.482,54 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta
<p>Con la finalidad de garantizar la asistencia, atención e información turística ofrecida en el municipio, desde el ayuntamiento se trabaja por el mantenimiento de las mejores condiciones y prestaciones de servicios tanto en la propia oficina de turismo con en los puntos de información que el Área de Turismo tiene en el municipio.</p> <p>Para ello se hace necesario contar con una plantilla de informadores turísticos capacitada con que orientar y ofrecer a nuestros visitantes toda aquella información turística que necesiten con el objeto de facilitarle su visita y su estancia, y de enriquecer su experiencia turística.</p> <p>Dentro de dichos servicios de asistencia se encuentran además actividades destinadas a promocionar el municipio en ferias y eventos, con el propósito de fomentar la actividad turística, la actualización e impresión y reposición de material informativo en los diferentes puntos de información turística, etc.</p>							
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de personal empleado • Conteo de Visitantes • Número de actividades desarrolladas • Número de servicios y prestaciones mejoradas/año • Número de turistas atendidos al año • Grado de satisfacción de las personas atendidas • Numero de Material informativo solicitado según tipología y año 					

A.1.7 Nueva Oficina de Turismo

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	268.960,66 euros aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

De cara a seguir avanzando en la mejora de la prestación y calidad de los servicios de atención turística, se tiene previsto un proyecto para el **desarrollo de otro punto de información turística en el municipio**, en este caso, ubicada en pleno Paseo Marítimo de la Ciudad.

Actualmente el proyecto se encuentra en proceso de tramitación administrativa, de cara a la solicitud de autorización oportuna para convertir un local de la plaza Theresa Zabell en la nueva Oficina de Atención Turística. Este proyecto constituye actualmente uno de los más importantes en el municipio y con incidencia directa en la mejora de la satisfacción de nuestros turistas y visitantes, ya que va a permitir ampliar los servicios prestados en la ciudad y en consecuencia la calidad de los mismos.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personal empleado • Conteo de Visitantes • Número de actividades desarrolladas • Número de servicios y prestaciones mejoradas/año • Número de turistas atendidos al año • Grado de satisfacción de las personas atendidas • Numero de Material informativo solicitado según tipología y año

A.1.8 Plan de Autoprotección para Eventos

Clasificación Estratégica:	EJE 1 Destino de Excelencia	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	3.000 euros	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>Dentro de la Excelencia el municipio de Fuengirola pretende ofrecer en todo momento una oferta de calidad, velando en todo momento por la propia seguridad de turista, visitantes y la propia población local, especialmente durante el desarrollo de los principales eventos que tiene lugar en el municipio en el Recinto Ferial.</p> <p>Dicho plan permitirá prever situaciones de riesgo durante el desarrollo de los diferentes eventos dónde se producen importantes aglomeraciones de personas, agilizándose de este modo las diferentes actuaciones de intervención necesarias a llevar a cabo en cada caso y/o situación de alerta.</p>		<p><i>Ejemplo Iniciativas desarrolladas en otros destinos.</i></p>				
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> Nº de Incidencias Detectadas Nº de Actuaciones Puestas en Marcha Nº de Áreas y Servicios públicos implicados Nº de asistentes al evento 				

A.2.1.1 Gestión del destino: Fuengirola Smart Ciudad

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	260.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Fuengirola lleva trabajando años en este ámbito, para poder dar respuesta tanto a trabajadores municipales como a los vecinos y vecinas. En relación a ello, y con vinculación presupuestaria a la propia Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible "Fuengirola + Ciudad", actualmente la ciudad se encuentra inmersa en el desarrollo de las siguientes operaciones:

- Programa de formación en TIC's para la ciudadanía y empresariado local.
- Adaptación tecnológica de espacios para la formación en TIC's.
- Mejora y actualización de la e-Administración y e-Gobernanza.
- Reserva de cursos y talleres.
- Programa piloto de monitorización a personas con especiales necesidades mediante aplicaciones web y móviles.
- Expedientes Electrónicos.
- Wifi en lugares públicos.
- Adaptación de la página web del Ayuntamiento.
- Gestión inteligente de residuos.

En definitiva, Fuengirola pretende **seguir mejorando y desarrollando esfuerzos en ámbitos** como:

- La movilidad urbana
- Medioambiente
- Economía
- Gobernanza

Objetivos Estratégicos:

O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente

O3. Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad



Indicadores de Seguimiento y Evaluación:

- Nº de acciones puestas en marcha
- Nº de espacios urbanos beneficiados
- Cantidad de conocimiento gestionado: inclusión de una base de datos que gestione únicamente de recursos turísticos, puntos de interés y eventos, incorporando la gestión de perfiles de usuario
- Personalización de la información: presencia de un sistema de recomendación basado en la recogida de información explícita (cada turista indica en su perfil cuáles son sus gustos)
- Personalización de la información: integración en el sistema de recomendación de información implícita (historial de navegación, historial de compras, geolocalización, trazabilidad, etc.) e información contextual.
- Personalización de la información: integración de funcionalidades para la generación de rutas y planificaciones personalizadas e inteligentes.

A.2.1.2 Servicio de Drones de Salvamento

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	80.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Media

Con la finalidad de seguir mejorando y aumentando el nivel de calidad y seguridad en las playas del municipio, desde el Ayuntamiento se contempla la implantación de un Servicio de Drones de Salvamento.

Junto con la función de Salvamento, cabe desatacar, que estos instrumentos serán una herramienta fundamental dentro de las actuaciones de vigilancia desarrolladas en el municipio durante la época estival, aportando al refuerzo del equipo humano un componente tecnológico de gran envergadura y alcance.



Objetivos Estratégicos:

- O2.** Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente
- O3.** Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad

Indicadores de Seguimiento y Evaluación:

- Nº de Situaciones de Riesgo detectadas
- Nº de elementos controlados (embarcaciones y otros elementos náuticos detectados dentro de la zona de bañistas)
- Nº y longitud de zonas de baño cubiertas
- Nº de personal formado en la materia.

A.2.2 Promoción del destino: Mantenimiento y mejora de la app web “Más Fuengirola”

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	3.660,25 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Media

En **2016** tuvo lugar la presentación de la **aplicación web “Más Fuengirola”**, la cual **ofrece información** relevante sobre el Municipio, **además** de servir como un **instrumento** clave para **interactuar** con los **residentes** de la localidad y poder así **conocer** sus **demandas**.

Esta aplicación, **junto** con la página **web oficial**, permiten la **agilización** de la **gestión** municipal, dando la oportunidad incluso de solventar cualquier problema que se presente de forma imprevista en la vía pública.

Este tipo de **innovaciones**, **permiten** llevar a cabo una **mejor** gestión del destino, aumentando en gran medida la **calidad** en la **prestación** de sus **servicios**, por lo tanto, hay que seguir trabajando para mantener al día la información ofrecida y mejorar los aspectos que sea posible o necesario.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
--------------------------------	---

- O2.** Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente
- O3.** Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad

- Variedad de servicios que se pueden realizar mediante la app
- Índice de utilización
- Número de demandas solventadas
- Número de descargas

A.2.3.1 Implantación de un sistema de Encuestación permanente

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	3.500 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>La inteligencia turística está siendo instaurada prácticamente en la totalidad de los destinos turísticos más importantes, Fuengirola, sigue trabajando para ser destino turístico inteligente logrando así, entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una mejor accesibilidad, • Ser un territorio más sostenible • Conocer los gustos y preferencias de sus visitantes • Facilitar el acceso a la información del destino <p>La implantación de un sistema de inteligencia permite llevar a cabo la recolección y análisis de información y datos, para la generación de conocimiento, y, en definitiva, conseguir ser un destino de calidad gracias a la utilización de la tecnología como herramienta.</p> <p>Un buen uso y tratamiento de datos permitirá llevar a cabo una mejor planificación turística del destino. En base a ello, se pretende instaurar un sistema de Base de datos y encuesta tipo que permita una actualización permanente sobre el perfil de turista y sus principales necesidades.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p> <p>O3. Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de servicios informatizados que pueden ser usados por el turista • Relevancia de la información generada anualmente • Uso de las aplicaciones web • Nivel de satisfacción del turista • Número de indicadores implantados en el sistema 				

A.2.3.2 SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INTELIGENTE DEL DESTINO: Análisis y Tratamiento de Datos (BIG DATA)

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Recursos Internos	2019	2020	2021	2023	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

El principal objetivo marcado dentro de la política en materia de calidad turística en el municipio de Fuengirola es **el impulso a la satisfacción de turistas y visitantes y mejora continua de la experiencia en el destino.**

En relación a ello, y con la finalidad de **optimizar en todo momento la toma de decisiones**, desde 2018 el Ayuntamiento ha puesto en marcha un Proyecto Impulsor de Satisfacción del turista, basado en el **desarrollo BIG DATA** a través de la adquisición de datos con la información de movilidad que manejan los tres de los principales operadores de telefonía móvil.

La finalidad de dichos datos es fundamentalmente conocer el origen geográfico de los visitantes y sus perfiles socio-demográficos, con la finalidad de poder desarrollar una mayor personalización dentro de la oferta del destino y en consecuencia una mayor interacción entre demanda-destino.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
<p>O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente.</p> <p>O3. Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de variables generadas • Número de nuevas oportunidades detectadas/año • Número acciones específicas de promoción generadas/año • Número de espacios detectados para su reordenación turística • Número de nuevos segmentos turísticos detectados.

A.2.3.3 Convenio Smart Costa del Sol: “Plataforma de Información Turística” Ciudades Inteligentes

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	Dependiente Administración Superior	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta

El proyecto **Smart Costa del Sol**, nace de la iniciativa llevada a cabo por el **Ministerio de Economía y Empresa** a través de la entidad pública **red.es**.

Con este **proyecto** se pretende hacer de la **Costa del Sol** la **primera región turística inteligente de España**, para ello se cuentan con más de 15 líneas de actuación, todas ellas centradas en las nuevas tecnologías y destinadas tanto a turistas como a residentes.

El **objetivo principal** es **conseguir** una **eficiencia real** de la gestión tanto de recursos como de servicios turísticos, favoreciendo la sostenibilidad y **facilitando el día a día** de la **población** residente.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
<p>O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p> <p>O3. Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de sistemas de gestión implantados • Número de áreas integradas en el sistema de inteligencia • Nº de BEACONS instalados

A.2.3.4 Convenio para el Desarrollo de Aplicaciones Móviles “Live Fuengirola”

Clasificación Estratégica:	EJE 2 Destino Inteligente	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Colaboración	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Fuengirola cuenta con una **aplicación web** que facilita toda su **oferta global** tanto a turistas como a residentes.

En la aplicación se puede acceder a **toda la información** del municipio, **desde empresas privadas hasta** a cualquier evento realizado por la **administración pública**.

Desde el destino se seguirá **trabajando** para **mantener** esa **información actualizada** y adaptada a las demandas de los distintos usuarios.

Contiene además una guía con todas las paradas de taxi, autobús, tren, farmacias de guardia, apartado específico para eventos y un largo etcétera, que **permite conocer todo** lo necesario del **destino** con una **simple descarga**.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
<p>O2. Ofrecer unos servicios y prestaciones de alta calidad enfocados en todo momento a la mejora de la satisfacción del cliente, así como de la propia población residente</p> <p>O3. Aprovechar las sinergias de las nuevas tecnologías y la transformación digital en beneficio del destino y su sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de descargas realizadas • Índice de la utilización media por usuario • Número de interacciones por usuario • Apartados más consultados

A.3.1 Plan de Movilidad Urbana Sostenible

Clasificación Estratégica:	EJE 3 Destino Accesible	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	1.382.400 80% FONDOS FEDER 345.600 20% APORTACIÓN MUNICIPAL	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta (A largo Plazo)

Un destino de calidad lo es también por la facilidad que ofrece en cuanto a movilidad urbana se refiere. En relación a ello, en el municipio se trabaja de forma constante en los siguientes ámbitos de actuación:

- Apuesta por la red no motorizada
- Impulso del transporte público
- Mejora de la movilidad circulatoria motorizada
- Optimizar el estacionamiento
- Movilidad y Medio Ambiente

Se trata de una iniciativa que forma parte de la Estrategia Urbana Sostenible de la Ciudad y que requiere de inversión y aporte específico por parte del propio Ayuntamiento, en la actualidad se está trabajando en el desarrollo de Aplicaciones TIC y paneles informativos de tráfico con horarios, recorridos y tiempos de espera. Se trata ésta de una iniciativa de gran envergadura, con resultados a largo plazo y que requiere de bastantes esfuerzos dentro del municipio sobre todo de cara a su implantación y mantenimiento.



Objetivos Estratégicos:
O4. Ofrecer Fomentar la participación y libre acceso en los entornos, bienes y servicios del destino, de forma sostenible y universal.

- Indicadores de Seguimiento y Evaluación:**
- Número de usuarios de transporte público
 - Intervalo de tiempo de los distintos trayectos ofertados
 - Espacios destinados para el alquiler de bicicletas
 - Nivel de uso del carril /longitud del carril y nuevas ampliaciones
 - Medición de la calidad del aire
 - Número de zonas peatonalizadas

A.3.2 Playa Adaptada personas con Movilidad Reducida: Zona de Mayores

Clasificación Estratégica:	EJE 3 Destino Accesible	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	18.100,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta
<p>Fuengirola ha sido un destino de litoral pionero en lo que a accesibilidad de playas se refiere con la playa de Las Gaviotas en el año 2000, por ello, ha llevado a cabo la incorporación de zonas adaptadas para el baño en todas sus playas con el fin de hacerlas accesibles para todas las personas, independientemente de sus condiciones físicas.</p> <p>Se está trabajando en este ámbito para lograr la accesibilidad total en todo el municipio y, sin duda, las playas no pueden quedar atrás y deben poder ser disfrutadas por todos los públicos.</p> <p>Se quiere seguir mejorando en esta labor para lograr una accesibilidad universal, por ello, el Ayuntamiento sigue llevando a cabo acciones e iniciativas que ayuden a la consecución de este objetivo.</p> <p>En relación a ello, junto con otro tipo de iniciativas, desde el Ayuntamiento se cuenta con una partida presupuestaria específica destinada a la instalación mantenimiento y retirada de una zona de baño para mayores.</p>							
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O4. Ofrecer Fomentar la participación y libre acceso en los entornos, bienes y servicios del destino, de forma sostenible y universal.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas atendidas al día en temporada de baño • Cuestionario de satisfacción para los usuarios • Longitud de playa beneficiaria • Nº de personal contratado formado para atender a este público 					

A.3.3 Suministro de Mobiliario de playa para mejora de la accesibilidad

Clasificación Estratégica:	EJE 3 Destino Accesible	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	121.290,40 euros aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Alta

Con el fin de ofrecer un servicio adaptado de calidad y sobre todo enfocado a la mejora de accesibilidad en nuestras playas desde el ayuntamiento se presta especial interés en el suministro e inversión de mobiliario específico. En concreto en esta anualidad se contempla la adquisición de los siguientes suministros e inversiones:

- Duchas adaptadas:
4 unidades x 2.843,50 € = 11.374,00 €
- Pasillos adaptados de 1,8 m:
800 m x 104,06 €/m = 83.248 €
- Grúas adaptadas:
4 unidades x 4.428,60 € = 17.714,40 €
- Lavapiés adaptado:
4 unidades x 2.238,50 € = 8.954 €



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O4. Ofrecer Fomentar la participación y libre acceso en los entornos, bienes y servicios del destino, de forma sostenible y universal.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de usuarios según tipología y grado de movilidad, rango de edad y nacionalidad • Número de elementos nuevos incorporados • Cuestionario de satisfacción de los usuarios que utilizan el mobiliario • Número de incidencias detectada/año

A.3.4 Campañas de sensibilización

Clasificación Estratégica:	EJE 3 Destino Accesible	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	15.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p> Junto al impulso de la accesibilidad dado en la política de gestión en materia de calidad turística dentro del municipio, se hace necesario introducir medidas enfocadas a concienciar en la materia a la población residente, así como a turistas y visitante. Se trata de incidir sobre la importancia de la necesidad y compromiso de garantizar la accesibilidad en igualdad de condiciones</p> <p> De esta manera, se desarrollarán campañas específicas destinadas a la sensibilización y concienciación en materia de accesibilidad (Jornadas escolares, Charlas informativas, material informativo, etc.). Todo ello, con la finalidad de ir construyendo a partir de la propia población un medio físico dentro de la ciudad de Fuengirola que permita y facilite la integración de todas las personas, especialmente de aquellas con necesidades especiales</p>		<p>Buenas prácticas en la cadena de valor del turismo accesible</p>				
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O4. Ofrecer Fomentar la participación y libre acceso en los entornos, bienes y servicios del destino, de forma sostenible y universal.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Nº de material generado • Nº de actuaciones específicas desarrolladas • Número de asistentes • Temática de los distintos talleres y jornadas realizadas 				

A.4.1 Impulso a la Implantación del SICTED

Clasificación Estratégica:	EJE 4 Destino Profesional	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Dependiente MMCSO*	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

El **SICTED** (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos) es un **proyecto** que se crea mediante la Secretaría General de Turismo y la Federación Española de Municipios y Provincias, **cuya finalidad** principal es **mejorar** la **calidad integral** de los **destinos turísticos**.

Dicho distintivo de Calidad Turística se encuentra actualmente presente en el municipio bajo la gerencia de **la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental** (MMCSO)*

Se trata de un sistema de calidad que aporta grandes beneficios ya nos solo para los establecimiento y empresas adheridos, sino también para el propio destino en sí mismo, trabajando a lo largo de todo el itinerario turístico. En este sentido, desde el ayuntamiento se fomentará y prestará apoyo a la adhesión a este sistema del mayor número de empresas y servicios públicos posibles.



Compromiso
de **Calidad Turística**



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
05. Impulsar la profesionalización transversal del sector a nivel empresarial de cara a la búsqueda constante de la mejora y la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas de Fuengirola que renuevan el distintivo • Número de empresas adheridas al año • Número de empresas distinguidas • Número de empresas que renuevan el distintivo

A.4.2 Impulso al programa Anfitriones “Destino del Detalle” SET

Clasificación Estratégica:	EJE 4 Destino Profesional	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Dependiente Admon, Superior.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>Este programa creado por la Secretaría del Estado de Turismo, da la oportunidad a todos los trabajadores encargados de la gestión y la planificación de los distintos destinos turísticos, de formarse para poder así aplicar actuaciones integrales que contribuyan con la mejora del lugar.</p> <p>Pretende, además, que las administraciones públicas tomen conciencia sobre la importancia de mejorar de forma integral el espacio turístico que compone el destino.</p> <p>Fuengirola, mediante su adhesión al programa Anfitriones, contará con unos profesionales más formados en esta materia, permitiéndoles disponer de las herramientas necesarias para trabajar el mantenimiento de la identidad del territorio, junto con la sostenibilidad, la accesibilidad y el embellecimiento del destino.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O5. Impulsar la profesionalización transversal del sector a nivel empresarial de cara a la búsqueda constante de la mejora y la satisfacción del cliente.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de profesionales formados • Número de acciones llevadas a cabo para el embellecimiento del municipio: número de señales turísticas estandarizadas, mobiliario urbano (papeleras, bancos...), etcétera. 				

A.4.3 Plan formativo empresarial: “Fuengirola Destino de Excelencia”

Clasificación Estratégica:	EJE 4 Destino Profesional	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	30.000 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Uno de los aspectos más importantes y transversales dentro de los elementos que configuran y definen un destino turístico es la actividad empresarial en sí misma, de cuya profesionalización depende directamente la percepción del turista sobre el destino, así como su nivel de excelencia.

En base a ello, desde el ayuntamiento se desarrollará un **Plan Formativo Empresarial específico enfocado al impulso de la profesionalización del destino** y la mejora de su formación específica en ámbitos de importancia como, por ejemplo: Idiomas, Atención a personas con Movilidad Reducida, Legislación en materia de Atención al Consumidor, Acceso a certificados que mejoren la categoría de los establecimientos y mejora de las prestaciones (ISO, Certificado Halal, etc.)



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O5. Impulsar la profesionalización transversal del sector a nivel empresarial de cara a la búsqueda constante de la mejora y la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de cursos/año realizados • Número de subsectores y ramas de actividad beneficiaras del plan • Número de empresas y trabajadores beneficiarios • Número de participante • Indicadores de Satisfacción de los Cursos (Encuesta Específica)

A.5.1 Eventos

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	Recursos Internos	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Alta
<p>Si por algo destaca la oferta turística de Fuengirola es por su amplia agenda de eventos, algunos de ellos de gran relevancia como por ejemplo el Festival Mare Nostrum, aunque existe una gran multiplicidad de eventos diferentes de interés, como, por ejemplo; Feria Semana Santa, Feria Internacional de los Pueblos, La Cazuela de la Abuela, Ruta de la Tapa Erótica, así como otras Acciones Promocionales en destino (FIM, Feria Internacional de Muestras, Concentración de motos Harleys & Beach, XV Mercado Medieval, VII Encuentro de Cuarentunas Costa del Sol. Concentración de vehículos antiguos. Concentración de motos Challenge Trophy, etc.)</p> <p>En relación a ello, y de cara a la mejora y diversificación de la oferta se trabaja de forma continuada y conjunta en el desarrollo de acuerdos y colaboraciones con diferentes entidades, colectivos empresariales y patrocinadores de cara a generar e impulsar el desarrollo de dichos eventos.</p>		 					
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de acuerdos y convenios firmados • Número de colaboraciones • Número de Asistentes por evento • Número de incidencias detectadas por evento • Número de material generado por evento 					

A.5.2 Patrimonio Arqueológico

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	748.775,54 euros/4 años aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>El litoral no es el único atractivo con el que cuenta el municipio de Fuengirola, aunque sí el más reclamado.</p> <p>Fuengirola cuenta con una serie de recursos y atractivos patrimoniales importante, los cuales requieren de una intervención inmediata, dada su degradación, para permitir así su puesta en valor y aprovechamiento.</p> <p>Esta puesta en valor del patrimonio, junto con la realización de los distintos eventos, permitirá abrir el abanico de la oferta turística que encuentran los turistas en el destino, ayudando en gran medida a desestacionalizar la demanda.</p> <p>A continuación, se detallan los proyectos relacionados con la puesta en valor del patrimonio local que se tiene previsto desarrollar en el municipio para los próximos años.</p>		<p>A.5.2.1 Conservación y Restauración Muralla Castillo Sohail A.5.2.2 Restauración Castillo Sohail (Plan Intervención) /75% Financiación EDUSI A.5.2.3 Ciudad Romana de Suel A.5.2.4 Proyecto Yacimientos " Termas de Torreblanca" A.5.2.5 Yacimiento "Cortijo Acevedo": Limpieza y Excavación de Nuevas Zonas A.5.2.6 Levantamiento fotogramétrico aéreo y terrestre (Castillo Sohail y Villas romanas Acevedo, Finca Secretario y Termas Torreblanca) A.5.2.7 Aplicación audio guía para dispositivos móviles sobre el Castillo Sohail y el yacimiento "Finca del Secretario" A.5.2.8 Diseño y producción de guía y catálogos publicitarios de ruta turístico-arqueológica en varios idiomas. A.5.2.9 I Jornadas de Historia y Patrimonio "De Suel a Fuengirola"</p>				
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Realización de tareas de conservación • Número de intervenciones según tipología • Área de Intervención (superficie) • Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada) • Número de empleos generados • Indicadores de Impacto visual y ambiental generado 				

A.5.2.1 Conservación y restauración Muralla Castillo Sohail

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	48.400 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Alta

Las **obras** llevadas a cabo durante los últimos años por la **Escuela Taller** del **Ayuntamiento** de Fuengirola han **permitido** la **recuperación** como **punto de encuentro** de los residentes de Fuengirola del Castillo de Sohail.

Además, **actualmente** es **utilizado** como espacio en el que se desarrollan diferentes **actos culturales**, como el Festival Ciudad de Fuengirola, el Mercado Medieval o la Fiesta de la Cerveza.

No obstante, y como se puede apreciar en la fotografía, se hace **necesaria** una **intervención** en la que se lleve a cabo la restauración **de la Muralla** del mismo.



Objetivos Estratégicos:

O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino

Indicadores de Seguimiento y Evaluación:

- Realización de tareas de conservación
- Número de intervenciones según tipología
- Área de Intervención (superficie)
- Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada)
- Número de empleos generados
- Indicadores de Impacto visual y ambiental generado

A.5.2.2 Restauración Castillo Sohail

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	384.780,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta

Como se ha mencionado en la acción anterior, se hace necesaria la inminente intervención a la muralla del castillo por el estado de conservación en el que se encuentra, no obstante, no es el único elemento que requiere de esta acción.

El resto del monumento debe ser intervenido (algunas zonas deberán restaurarse y otras únicamente acciones de conservación), por ello, esta intervención se prevé para el año 2020.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
--------------------------------	---

O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino

- Realización de tareas de conservación
- Número de intervenciones según tipología
- Área de Intervención (superficie)
- Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada)
- Número de empleos generados
- Indicadores de Impacto visual y ambiental generado

A.5.2.3 Ciudad Romana de Suel

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	166.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>Estas ruinas arqueológicas de incalculable valor serán puestas en valor mediante un proyecto que ha realizado el consistorio de la Ciudad de Fuengirola.</p> <p>La intervención, que se acometerá en seis años, se plantea en diversas fases que tendrán una duración de un año cada una, destinándose una cuantía de 166.000,00 € de financiación municipal para la primera fase.</p> <p>Dicha intervención establecerá las bases para la adecuada conservación y la apertura de este espacio arqueológico al turismo y al público en general. Todo ello con la finalidad de impulsar una apuesta por un turismo de alto valor, como el relacionado con el patrimonio histórico y la cultura, «diversificando así la rica oferta turística del municipio</p> <p>Cabe destacar que durante el tiempo en el que se estén llevando a cabo las distintas tareas, se realizarán jornadas de puertas abiertas a la ciudadanía, para que puedan comprobar de primera mano cómo se está trabajando.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Realización de tareas de conservación • Número de intervenciones según tipología • Área de Intervención (superficie) • Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada) • Número de empleos generados <p>Indicadores de Impacto visual y ambiental generado</p>				

A.5.2.4 Proyecto Yacimientos “Termas de Torreblanca”

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	76.794,54 € Euros/aprox.	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta

Estas ruinas arqueológicas de incalculable valor serán puestas en valor mediante un proyecto específico en el que se desarrollarán actuaciones encaminadas a:

- Proyectos Básicos (Ayuntamiento): 9.833,54 €
- Proyectos Excavación, Cierre y Accesos al Yacimiento: 66.961,00 €

Todas ellas con cargo a la subvención de Municipio Turístico y para su ejecución en 2019



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de tareas de conservación • Número de intervenciones según tipología • Área de Intervención (superficie) • Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada) • Número de empleos generados • Indicadores de Impacto visual y ambiental generado

A.5.2.5 Yacimiento “Cortijo Acevedo”: Limpieza y excavación de nuevas zonas

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	15.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Media
<p>Se establecen dos grandes fases de Trabajo:</p> <p>Primera fase</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpieza de arbolado y vegetación de zona arqueológica y alrededores. <p>Segunda fase</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Limpieza de arbolado y vegetación de zona arqueológica y alrededores 2. Excavación y conservación de nuevas zonas arqueológicas <p>En trámite los presupuestos. Financiación municipal</p> <p>Además, está en estudio la creación de un Centro de Interpretación en unas instalaciones adyacentes que ponga en valor y muestre las piezas que se conservan de este yacimiento y las que se puedan obtener tras la futura excavación</p>		<p>VILLA ROMANA CORTIJO DE ACEVEDO</p> 					
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Realización de tareas de conservación • Número de intervenciones según tipología • Área de Intervención (superficie) • Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada) • Número de empleos generados <p>Indicadores de Impacto visual y ambiental generado</p>					

A.5.2.6 Levantamiento fotogramétrico aéreo y terrestre

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	14.363,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Baja
<p>Levantamiento fotogramétrico combinado aéreo y terrestre sobre el Castillo Sohail y Villas romanas de Acevedo, Finca del Secretario y Termas de Torreblanca.</p> <p>Con cargo a la subvención de Municipio Turístico y para su ejecución en 2019.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Superficie afectada y radio de influencia • Nº de usos e implementaciones dada a dicho levantamiento 				

A.5.2.7 Aplicación de audioguía para dispositivos móviles en el Castillo Sohail y yacimiento “Finca de Secretario”

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	13.409,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Media
<p>Con el fin de facilitar las visitas a estos monumentos, el Ayuntamiento dará la oportunidad de realizar el uso de audioguías, tanto para el castillo de Sohail como para el yacimiento de la “Finca del Secretario”.</p> <p>Esta audioguía estará disponible para descargar en el propio dispositivo móvil del visitante, evitando así tener que transportar ningún otro elemento adicional que pueda resultar pesado o, en algunas ocasiones, incómodo.</p> <p>Con cargo a la subvención de Municipio Turístico y para su ejecución en 2019.</p>							
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de descargas de la audioguía • Índice de uso • Crear un apartado para que el turista realice la valoración tras el uso del servicio 					

A.5.2.8 Diseño y producción de guía y catálogos publicitarios de ruta turístico- arqueológica en varios idiomas

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	18.029,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Media

Para poder dar a conocer estas **rutas arqueológicas** es fundamental desarrollar de forma conjunta **material de promoción** que lo complemente, sobre todo teniendo en cuenta todas las actuaciones que van a desarrollarse enfocados al Patrimonio Histórico dentro del municipio

Dado que, del **total** de **turistas** que recibe Fuengirola aproximadamente la **mitad** son nacionales y el resto **internacionales**, se hace **esencial** la realización de las **guías** y catálogos publicitarios en **distintos idiomas**.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de material publicitario en tres idiomas • Nº de ejemplares impresos/año • Nº de Puntos de información a los que se envía y % de ejemplares • Nº de Alojamiento según tipo con dicho material y % de ejemplares • Nº ejemplares repartidos al usuario/año

A.5.2.9 I Jornadas de Historia y Patrimonio “De Suel a Fuengirola”

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:										
Inversión (aprox.):	3.000,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022						PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:												Media
<p>Del 11 al 15 de marzo de 2019 tienen lugar las I Jornadas de Historia y Patrimonio “De Suel a Fuengirola”.</p> <p>El objetivo principal de estas jornadas es dar a conocer el origen del municipio desde la época fenicia hasta la era contemporánea, la entrada será gratuita.</p> <p>La finalidad es que estas jornadas se sigan realizando con periodicidad anual con un horizonte temporal mínimo de 4 años.</p>												
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:										
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> Realización de las jornadas Número de asistentes cada año (origen y procedencia de los mismos) 										

A.5.3 Ocio												
Clasificación Estratégica:		EJE 5 Destino Experiencial		Cronograma de Actuación:								
Inversión (aprox.):		96.620,00 euros/4 años aprox.		2019	2020	2021	2022				PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:												Alta
<p>La oferta de ocio en Fuengirola es extensa y variada, siendo otro gran atractivo que lleva a los turistas a decidirse por este destino como el lugar donde pasar sus vacaciones.</p> <p>Por ello, hay que seguir trabajando en esta línea para continuar poniendo a disposición de turistas y residentes un amplio abanico de actividades a realizar para el disfrute.</p> <p>En relación a ello, a continuación se definen las principales actuaciones y espacios de actuación enfocados a la diversificación de la oferta en el destino, que requieren a su vez de todo un esfuerzo de cara al mantenimiento de unos estándares de calidad acordes a la ciudad de Fuengirola y su proyección como destino turístico.</p>				<p>A.5.3.1 Zona de Gran Afluencia Turística: Mantenimiento y Renovación A.5.3.2 Convenios Centro Comercial Miramar (Regulación del tráfico en época estival, refuerzo seguridad, etc.) A.5.3.3 Fuengirola Skate Plaza A.5.3.4 Parque Fluvial A.5.3.5 Mantenimiento Instalaciones Playa Canina A.5.3.6 Instalación de Juegos Biosaludables en Playas A.5.3.7 Proyecto Piloto de Acondicionamiento e Instalación de espacios en playas para Helioterapia A.5.3.8 Proyecto de Reforma del Puerto: Integración Puerto-Ciudad</p>								
Objetivos Estratégicos:				Indicadores de Seguimiento y Evaluación:								
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>				<ul style="list-style-type: none"> • Número de intervenciones de mantenimiento realizadas • Número de espacios nuevos de ocio creados • Mejora y acondicionamiento de los espacios existentes 								

A.5.3.1 Zona de Gran Afluencia Turística: Mantenimiento y renovación

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Recursos internos	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>Orden de 22 de marzo de 2017, del Consejero de Empleo, Empresa y Comercio, por la que se declara el municipio de Fuengirola (Málaga), zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, para el término municipal completo, para una vigencia de los años 2017, 2018, 2019 y 2020, y para los períodos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa: del Domingo de Ramos al Sábado Santo de 2017 a 2020) • Del 1 de Julio al 15 de septiembre: de 2017 a 2020 <p>Dicha Declaración está siempre muy presente dentro del municipio de cara a que se trabaja de forma constante de cara a la revisión y mantenimiento de aquellos parámetros que regulan los criterios y los procedimientos de la misma.</p>		<p>De Compras</p> <p>Fuengirola es un lugar ideal para el ocio y las compras. Sus calles están llenas de actividad comercial con establecimientos de primera categoría y precios competitivos.</p> <p>Además, cuenta con tres mercados municipales, un gran centro comercial, y todas las semanas se celebran dos tradicionales mercadillos, los martes en el recinto ferial y los domingos en el Parque Doña Sofía, así como un rastro de antigüedades los sábados, también en el recinto ferial.</p>				
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Fecha Declaración • Fecha última revisión • Fecha prevista próxima renovación • Indicadores y parámetros añadidos al expediente 				

A.5.3.2 Convenios Centro Comercial Miramar

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	Recursos internos	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Alta
<p>El Centro Comercial Miramar, ubicado en el extorno de la A-7 (antigua N-340) a su paso por el entorno del Castillo Sohail, cuenta con una superficie de 119.000 m2, constituyendo hoy en día una de las principales áreas comerciales de la Costa del Sol.</p> <p>La relevancia de este equipamiento dentro del municipio se manifiesta a través del desarrollo de diferentes convenios de colaboración junto con el Ayuntamiento dónde podemos destacar los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para la contratación de personal, a través de la bolsa de empleo municipal • Para la celebración del cine de verano en playa • Para la ampliación de efectivos de seguridad y control del tráfico en época estival 							
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • N° de convenios /año 					

A.5.3.3 Fuengirola Skate Plaza / A.5.3.4 Parque Fluvial

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	Dependiente Servicios operativos trasversales	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:							Alta
<p>Se tratan de dos de la infraestructura de Ocio que se encuentran ubicadas en el entorno del Castillo y junto al Río Fuengirola.</p> <p>Ambos equipamientos requieren de un mantenimiento y control por parte de los servicios operativos trasversales, siendo explotadas sus actividades de ocio por empresas de servicios especializada tras selección previa bajo licitación</p>							
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Nº de usuarios al año y al mes (origen y procedencia) • Encuesta de satisfacción específica • Nº de incidencias detectadas 					

A.5.3.5 Mantenimiento de Instalaciones Playa Canina

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	2.000 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Actualmente en el **litoral**, hay **pocas playas** que permitan el **acceso** a **perros**, contando el municipio con **una** de ellas, la playa de Sohail, que recibe anualmente una **gran afluencia** de turistas que quieren disfrutar con sus mascotas, y es **considerada**, además, **una** de las **mejores** por sus visitantes.

Al igual que en el resto de playas que componen la franja litoral del municipio, el Ayuntamiento trabaja de forma continuada para llevar a cabo un adecuado **mantenimiento** de sus **instalaciones**.



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de usuarios al año y al mes (origen y procedencia) • Encuesta de satisfacción específica • Nº de incidencias detectadas • Número de elementos reparados • Número de elementos renovados • Encuesta de satisfacción/valoración

A.5.3.6 Instalación de juegos biosaludables en playas

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	8.620,00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:						Alta	
<p>Actualmente se encuentran repartidos seis conjuntos de juegos deportivos en los siete kilómetros de litoral existente en Fuengirola.</p> <p>El consistorio realizó en 2018 un desembolso económico de 30.000€ para llevar a cabo la renovación y colocación de 4 nuevos conjuntos de los ya existentes previamente.</p> <p>Por ello, y siguiendo la línea de trabajo de ofrecer unas playas totalmente preparadas y adaptadas en todos los sentidos, se hace necesario de cara al año 2019 realizar la reparación o renovación en caso de ser necesario, del resto de conjuntos deportivos biosaludables.</p>							
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:					
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los elementos • Realización de las labores de mantenimiento necesarias • Renovación de los elementos que no se encuentren en unas condiciones óptimas 					

A.5.3.7 Proyecto piloto de Acondicionamiento e Instalación de Espacios en Playas para Helioterapia durante el invierno

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:										
Inversión (aprox.):	euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022						PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:												Alta
<p>La helioterapia es una práctica que consiste en la realización de “baños de sol saludables”, de la forma adecuada, los rayos del sol tienen una serie de efectos terapéuticos muy beneficiosos que pueden ayudar a combatir determinadas patologías.</p> <p>Si por algo se caracteriza la Costa del Sol, como su propio nombre indica, es por el gran número de días de sol que tiene durante el año, en el caso de Fuengirola, aproximadamente unos 320 días de sol al año.</p> <p>En relación a ello y de cara a continuar ofreciendo servicios añadidos al municipio fuera de la época estival propiamente dicha, desde el Ayuntamiento se pretende llevar a cabo un proyecto piloto específico, que permita regular esta práctica dentro del municipio en temporada baja. Para ello mediante el desarrollo de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos con chiringuitos y hamaqueros (para el acondicionamiento de espacios y la prestación de servicios) • Campaña Específica 												
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:										
<p>O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino</p>		<ul style="list-style-type: none"> • N° de reuniones y acuerdos firmados • N° de chiringuitos y empresas involucradas • Superficie de Playa afectada dentro de dicho proyecto piloto • Grado de Aceptación 										

A.5.3.8 Proyecto de Reforma del Puerto: Integración puerto - ciudad

Clasificación Estratégica:	EJE 5 Destino Experiencial	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Dependiente administración superior; Agencia Pública de Puertos de Andalucía	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD

Breve Descripción de la Actuación: **Alta**

Desde hace años el municipio de Fuengirola cuenta con un proyecto específico para la remodelación y ampliación del recinto portuario. Se trata de una actuación de integración puerto-ciudad.

El puerto de Fuengirola, ofrece entre otras actividades, la facilidad de efectuar paseos en barco para avistar delfines, practicar deportes náuticos, el buceo y la pesca deportiva de altura, no obstante, requiere de una intervención de forma inmediata, que el Ayuntamiento lleva años planteando.

El objetivo no es otro que abrir el puerto a la ciudad, además de modernizar sus instalaciones, para que esté acorde con el resto del municipio y convertirlo en un referente en la vida comercial y de ocio de la ciudad.

Actualmente dicho proceso se encuentra en pleno proceso de negociación, trámites específicos y acuerdos con la propia administración.



Objetivos Estratégicos: **Indicadores de Seguimiento y Evaluación:**

O6. Trabajar de forma constante la diversificación de la oferta y la propia versatilidad del destino

- Comprobar el cumplimiento de los objetivos establecidos en el periodo determinado
- Número de comercios existentes en el puerto
- Número de aperturas de nuevos comercios
- Ingresos anuales de esos negocios
- Afluencia turística (número de visitantes, período del año de las visitas...)

A.6.1 Presencia en Ferias Internacionales de Turismo

Clasificación Estratégica:	EJE 6 Destino en Proyección	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	7.192,47 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD	
Breve Descripción de la Actuación:						Alta	

El **turismo internacional** tiene un gran **peso** en el **municipio**, la asistencia a **ferias** es una **herramienta** de promoción fundamental que permite dar a conocer el destino y sus principales recursos y atractivos a un gran número de turistas potenciales.

En relación a ello, el municipio participa a lo largo del año en diferentes en eventos y/o ferias de promoción turística a nivel nacional e internacional, en la que se ofrece información turística, de ocio, cultural y de otros servicios de interés del municipio. Fortaleciendo así la imagen de Fuengirola como destino turístico



Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de asistencia a ferias • Número de acuerdos cerrados en cada asistencia

A.6.2 Actualización e impresión de material informativo del destino

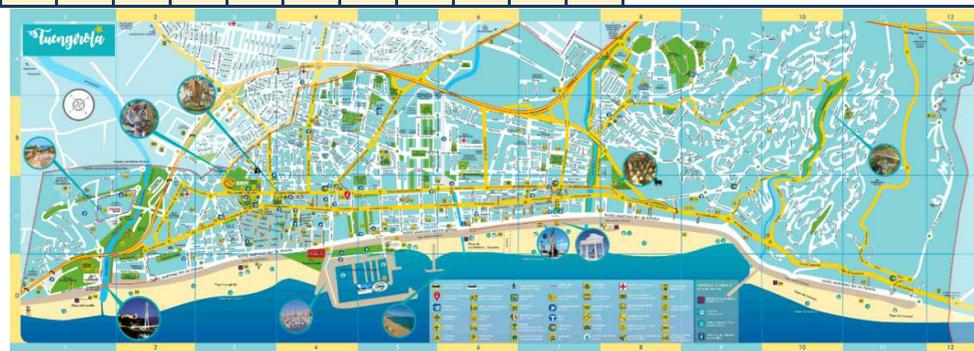
A.6.7 Material Publicitario para Playas

Clasificación Estratégica:	EJE 6 Destino en Proyección	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	A.6.2 12.743,73 euros/año A.6.7 6.000 euros/año	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD

Breve Descripción de la Actuación: **Alta**

Siguiendo con la línea de trabajo de **adaptar** el **material promocional** y **publicitario** del destino, además de su edición en varios idiomas (principalmente tres, atendiendo a la nacionalidad principal del turista internacional que visita Fuengirola), se debe **actualizar** el **material existente** con la **nueva información** que se quiere dar a conocer, ayudando así a realizar una **mejor comercialización**.

En base a ello, desde el Área de Turismo de Fuengirola se elabora diferentes tipos de material promocional a lo largo del año. Entre ellos, se entregan planos del municipio, catálogos informativos, folletos de actividades y eventos realizados por esta Concejalía o cualquier otra Área del Ayuntamiento de Fuengirola. También se envía este tipo de información turística a los diversos tipos de alojamiento del municipio (hoteles, apartamentos turísticos...) y a otros puntos de interés dentro del municipio para facilitar su acceso a turistas y visitantes, evitando así que tengan que acudir a la Oficina de Información Turística.



Objetivos Estratégicos: **Indicadores de Seguimiento y Evaluación:**

O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.

- Número de material informativo renovado
- Tipos de material desarrollado y costes por unidad
- Nº de ejemplares impresos/año
- Nº de Puntos de información a los que se envía y % de ejemplares
- Nº de Alojamiento según tipo con dicho material y % de ejemplares
- Nº ejemplares repartidos al usuario/año

A.6.3 Acciones promocionales en destino

Clasificación Estratégica:	EJE 6 Destino en Proyección	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	Recursos Internos/Colaboraciones	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>El Ayuntamiento pretende que la información turística, los eventos y actos que se celebren en la localidad, lleguen a gran parte de la población y visitantes, para ello la Concejalía de Turismo y Eventos en colaboración con el Departamento de Prensa, realiza campañas de comunicación y publicidad en prensa, televisión local, así como por medio de la colocación de cartelería en lugares estratégicos, difusión en redes sociales, en APPs, etc.</p> <p>Del mismo modo, desde la Concejalía de Turismo y Eventos facilita, promueve y/o colabora con entidades públicas y empresas privadas en el desarrollo de aquellas iniciativas de interés que supongan una promoción y difusión del turismo del municipio o una mejora de los servicios e infraestructuras turísticas.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Nº de Acciones puestas en marcha • Nº de material generado • Indicadores de repercusión por evento (nº asistentes, nº de empresas involucradas, etc.) • Encuesta de satisfacción específica 				

A.6.4 Campañas Mercadotecnia: Acciones de Promoción del Destino en Mercados Potenciales durante la temporada baja

Clasificación Estratégica:	EJE 6 Destino en Proyección	Cronograma de Actuación:					
Inversión (aprox.):	20.000, 00 euros/año	2019	2020	2021	2022		PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:							Media

El desarrollo de acciones específicas en mercados potenciales con las que estimular la demanda y ocupación turística del municipio durante la temporada baja, son otras de las muchas actuaciones presentes dentro de la política de trabajo en materia de calidad turística dentro del municipio. Se trata de ofrecer una oferta acorde las necesidades de cada uno de nuestros mercados potenciales,

En relación a ello, se desarrollan campañas específicas con empresas expertas en la material de cara a su correcto desarrollo y planificación

Netherlands > period month aug & sep

- > Total budget spent: €7.500,-
- > Impressions: 2.134.006
- > Clicks: 1.452
- > CTR: 0.07%
- > CPM: €3,51

Objetivos Estratégicos:	Indicadores de Seguimiento y Evaluación:
O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de acuerdos realizados • Número de consultas realizadas • Número de usuarios • Número de presupuestos cerrados • Presupuesto medio alcanzado

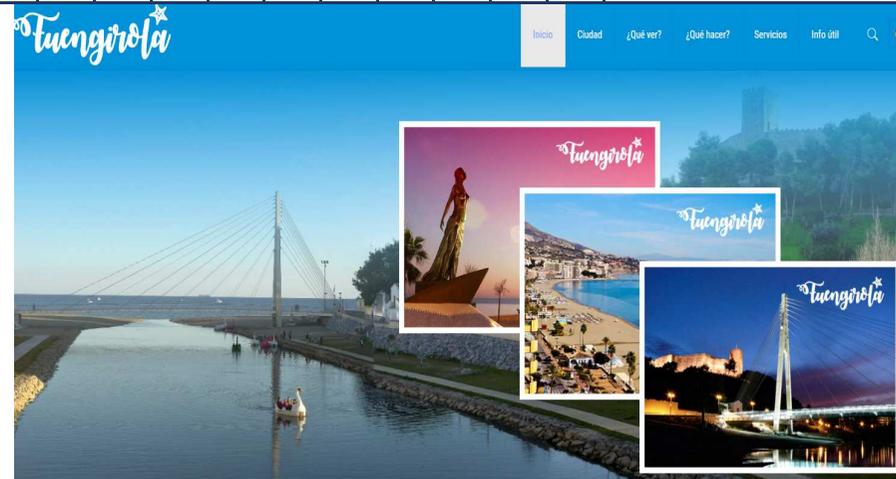
A.6.5 Campañas de Promoción a través de Operadores Privados y Agencias Receptivas

Clasificación Estratégica:	EJE 6 Destino en Proyección	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	15.000, 00 euros/año aprox.	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta
<p>La Concejalía de Turismo y Eventos facilita, promueve y/o colabora con entidades públicas y empresas privadas en el desarrollo de aquellas iniciativas de interés que supongan una promoción y difusión del turismo del municipio o una mejora de los servicios e infraestructuras turísticas.</p>						
Objetivos Estratégicos:		Indicadores de Seguimiento y Evaluación:				
<p>O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Número de acuerdos realizados • Número de consultas realizadas • Número de usuarios • Número de presupuestos cerrados • Presupuesto medio alcanzado 				

A.6.6 Diseño e Impresión Nueva Guía de Turismo

Clasificación Estratégica:	EJE 6 Destino en Proyección	Cronograma de Actuación:				
Inversión (aprox.):	10.000,00 euros	2019	2020	2021	2022	PRIORIDAD
Breve Descripción de la Actuación:						Alta

Dentro de la Elaboración de material promocional de la ciudad e Fuengirola se contempla el Diseño e Impresión de una Nueva Guía de Turismo, dónde se recojan los nuevos cambios y actuaciones desarrolladas en el municipio en lo que respecta a su oferta turística, así como la nueva imagen turística del municipio.



Objetivos Estratégicos:

O7. Impulsar la visibilidad de la ciudad de Fuengirola como destino turístico en sí misma, frente a la marca Costa del Sol.

Indicadores de Seguimiento y Evaluación:

- Tipos de material desarrollado y costes por unidad
- N° de ejemplares impresos/año
- N° de Puntos de información a los que se envía y % de ejemplares
- N° de Alojamiento según tipo con dicho material y % de ejemplares
- N° ejemplares repartidos al usuario/año

6.2. EVALUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA

De cara a la puesta en marcha del Programa de Actuación, se hace necesario impulsar la coordinación interna entre las diferentes áreas implicados dentro del propio ayuntamiento, así como entre las diferentes administraciones competentes mediante la suscripción de todos aquellos acuerdos, convenios o programas, necesario para la puesta en marcha de las diferentes actuaciones propuestas.

Desde el ayuntamiento se pondrán a disposición todos aquellos medios técnicos y humanos necesarios para cubrir las necesidades de asistenciales iniciales en materia de turismo, así como las medidas de coordinación entre las diferentes áreas de cara a canalizar financiación proveniente de otras iniciativas ya puestas en marcha en el municipio y complementarias al plan

A modo de síntesis, la evaluación económico-financiera del plan sería la siguiente:

EJES ESTRATÉGICOS	2.019	2.020	2.021	2.022	TOTAL	%
EJE 1 DESTINO DE EXCELENCIA	1.107.417,59 €	1.329.987,05 €	1.061.027,39 €	1.061.028,39 €	4.559.460,42 €	55,89%
EJE 2 DESTINO INTELIGENTE	267.160,25 €	83.661,25 €	83.662,25 €	83.663,25 €	518.147,00 €	6,35%
EJE 3 DESTINO ACCESIBLE	454.390,40 €	933.100,00 €	561.100,00 €	33.100,00 €	1.981.690,40 €	24,29%
EJE 4 DESTINO PROFESIONAL	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	120.000,00 €	1,47%
EJE 5 DESTINO EXPERIENCIAL	350.615,54 €	434.780,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	795.395,54 €	9,75%
EJE 6 DESTINO EN PROYECCIÓN	50.936,20 €	45.936,20 €	40.936,20 €	45.936,20 €	183.744,80 €	2,25%
TOTAL PMCT FUENGIROLA	2.260.519,98 €	2.857.464,50 €	1.781.725,84 €	1.258.727,84 €	8.158.438,16 €	100,00%

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio

EJE 1:	DESTINO DE EXCELENCIA	2.019	2.020	2.021	2.022	TOTAL
A.1.1	Mantenimiento Certificaciones Q de Calidad Turística	12.650,00€	12.651,00€	12.652,00€	12.653,00€	50.606,00€
A.1.1.1	Oficina de Turismo	2.500,00€	2.501,00€	2.502,00€	2.503,00€	10.006,00€
A.1.1.2	Playas	10.150,00€	10.150,00€	10.150,00€	10.150,00€	40.600,00€
A.1.2	Mantenimiento instalaciones y estándares criterios Bandera Azul	30.000,00€	30.000,00€	30.000,00€	30.000,00€	120.000,00€
A.1.3	Mantenimiento Plan de Homogeneización de Playas	292.892,20€	250.000,00€	250.000,00€	250.000,00€	1.042.892,00€
A.1.3.1	Mantenimiento, Renovación y Suministro de Mobiliario	292.892,20€	250.000,00€	250.000,00€	250.000,00€	1.042.892,00€
A.1.4	Servicios de Vigilancia y Socorrismo	521.892,85€	521.892,85€	521.892,85€	521.892,85€	2.087.571,40€
A.1.5	Campañas de concienciación "Fuengirola Destino de Calidad y Ciudad Sostenible" (Población Residente y Foránea)	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	15.000,00€	60.000,00€
A.1.6	Servicios de Asistencia e Información Turística	231.482,54€	231.482,54€	231.482,54€	231.482,54€	925.930,16€
A.1.7	Nueva Oficina de Turismo		268.960,66€			268.960,66€
A.1.8	Protocolo de Autoprotección para Eventos	3.500,00€				3.500,00€
Total EJE 1		1.107.417,59€	1.329.987,05€	1.061.027,39€	1.061.028,39€	4.559.460,42€

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio.

EJE 2:	DESTINO INTELIGENTE	2019	2020	2021	2022	TOTAL
A.2.1	GESTIÓN DEL DESTINO	260.000,00€	80.000,00€	80.000,00€	80.000,00€	500.000,00€
A.2.1.1	Fuengirola Smart Ciudad	260.000,00€				260.000,00€
A.2.1.2	Servicio de Drones de Salvamento		80.000,00€	80.000,00€	80.000,00€	240.000,00€
A.2.2	PROMOCIÓN DEL DESTINO: Mantenimiento y mejora de la aplicación web Más Fuengirola	3.660,25€	3.661,25€	3.662,25€	3.663,25€	14.647,00€
A.2.3	PLANIFICACIÓN DEL DESTINO: Inteligencia Turística: Análisis y Tratamiento de Datos	3.500,00€				3.500,00€
A.2.3.1	Implantación de un Sistema de Análisis y Encuestación Permanente (Diseño del sistema inicial + implantación y mantenimiento)	3.500,00€	Recursos internos	Recursos internos	Recursos internos	3.500,00€
A.2.3.2	Sistema Integrado de Gestión del Destino: BIG DATA (Análisis de Información generada)	Recursos internos	Recursos internos	Recursos Internos	Recursos internos	
A.2.3.3	Convenio Smart Costa del Sol: "Plataforma de Información Turística" Ciudades Inteligentes; Instalación BEACONS, etc.	Dependiente Administración Superior (cerca del 17% aportación municipal, resto FEDER)				
A.2.3.4	Convenio para el Desarrollo de Aplicaciones Móviles "Live Fuengirola" (4 años)	Colaboración	Colaboración	Colaboración	Colaboración	Colaboración
Total EJE 2		2.67.160,25€	83.661,25€	83.662,25€	86.663,25€	518.147,00€

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio.

EJE 3:	DESTINO ACCESIBLE	2.019	2.020	2.021	2.022	TOTAL
A.3.1	Plan de Movilidad Urbana Sostenible (EDUSI Feder + AYTO)	300.000,00 €	900.000,00 €	528.000,00 €		1.728.000,00 €
A.3.2	Playa Adaptada persona Movilidad Reducida (instalación, mantenimiento y retirada)	18.100,00 €	18.100,00 €	18.100,00 €	18.100,00 €	72.400,00 €
A.3.3	Suministro de Mobiliario de playa para mejora de la accesibilidad	121.290,40 €				121.290,40 €
A.3.4	Campañas de Sensibilización	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	60.000,00 €
Total EJE 3		454.390,40 €	933.100,00 €	561.100,00 €	33.100,00 €	1.981.690,40 €

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio.

EJE 4:	DESTINO PROFESIONAL	2019	2020	2021	2022	TOTAL
A.4.1	Impulso a la Implantación del SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos)	" dependiente administración superior" MMCSO				
A.4.1	Impulso al Programa Anfitriones "Destino del Detalle" SET	" dependiente administración superior" MMCSO				
A.4.2	Plan Formativo Empresarial: "Fuengirola Destino de Excelencia" (Idiomas, Atención PMR; Legislación Atención al Consumidor, etc.)	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	120.000,00 €
Total EJE 4		30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	120.000,00 €

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio.

EJE 5: DESTINO EXPERIENCIAL	2.019	2.020	2.021	2.022	TOTAL
A.5.1 Eventos	- €	- €	- €	- €	- €
A.5.1.1 Feria Internacional de los Pueblos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €
A.5.1.2 La Cazuela de la Abuela	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €
A.5.1.3 Ruta de la Tapa Erótica	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €
A.5.1.4 Marenostrum	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	- €
A.5.1.5 Otras Acciones (Concentraciones Motos, Vehículos Antiguos, etc.)	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €
A.5.2 Patrimonio Arqueológico	339.995,54 €	402.780,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	748.775,54 €
A.5.2.1 Conservación y Restauración Muralla Castillo Sohail	48.400,00 €				48.400,00 €
A.5.2.2 Restauración Castillo Sohail (Plan Intervención)/75% Financiación EDUSI		384.780,00 €			384.780,00 €
A.5.2.3 Ciudad Romana de Suel	166.000,00 €				166.000,00 €
A.5.2.4 Proyecto Yacimientos "Termas de Torreblanca"	76.794,54 €	- €	- €	- €	76.794,54 €
	Proyectos Básicos (Ayuntamiento)	9.833,54 €			9.833,54 €
	Proyectos Excavación, Cierre y Accesos al Yacimiento	66.961,00 €			66.961,00 €
A.5.2.5 Yacimiento "Cortijo Acevedo": Limpieza y Excavación de Nuevas Zonas		15.000,00 €			15.000,00 €
A.5.2.6 Levantamiento fotogramétrico aéreo y terrestre (Castillo Sohail y Villas romanas Acevedo, Finca Secretario y Termas Torreblanca)	14.363,00 €				14.363,00 €
A.5.2.7 Aplicación audioguía para dispositivos móviles sobre el Castillo Sohail y el yacimiento "Finca del Secretario"	13.409,00 €				13.409,00 €
A.5.2.8 Diseño y producción de guía y catálogos publicitarios de ruta turístico-arqueológica en varios idiomas.	18.029,00 €				18.029,00 €
A.5.2.9 I Jornadas de Historia y Patrimonio "De Suel a Fuengirola"	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	12.000,00 €
A.5.3 Ocio	10.620,00 €	32.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	46.620,00 €
A.5.3.1 Zona de Gran Afluencia Turística: Mantenimiento y Renovación	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €
A.5.3.2 Convenios Centro Comercial Miramar (Regulación del tráfico en época estival, refuerzo seguridad, etc.)	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	Recursos Internos	- €
A.5.3.3 Fuengirola Skate Plaza		Dependiente Servicios Operativos Transversales			- €
A.5.3.4 Parque Fluvial		Dependiente Servicios Operativos Transversales			- €
A.5.3.5 Mantenimiento Instalaciones Playa Canina	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	8.000,00 €
A.5.3.6 Instalación de Juegos Biosaludables en Playas	8.620,00 €				8.620,00 €
A.5.3.7 Proyecto Piloto de Acondicionamiento e Insatlación de espacios en playas para Helioterapia		15.000,00 €			15.000,00 €
A.5.3.7.1 Acuerdos con chiringuitos y hamaqueros		Negociaciones, colaboraciones y recursos internos			
A.5.3.7.2 Campaña Específica		15.000,00 €			
A.5.3.8 Proyecto de Reforma del Puerto: Integración Puerto-Ciudad		" dependiente administración superior" Agencia Pública de Puertos de Andalucía			
Total EJE 5	350.615,54 €	434.780,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	795.395,54 €

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio.

EJE 6:	DESTINO EN PROYECCIÓN	2.019	2.020	2.021	2.022	TOTAL
A6.1	Presencia en Ferias Internacionales de Turismo	7.192,47 €	7.192,47 €	7.192,47 €	7.192,47 €	28.769,88 €
A6.2	Actualización e impresión de material informativo del destino	12.743,73 €	12.743,73 €	12.743,73 €	12.743,73 €	50.974,92 €
A6.3	Acciones Promocionales en Destino (Aprox.)	Recursos Internos y Colaboradores				
A.6.4	Campañas Mercadotecnia: Acciones de Promoción del Destino en Mercados Potenciales durante la temporada baja		20.000,00€		20.000,00€	40.000,00€
A.6.5	Campaña de Promoción a través de Operadores Privados y Agencias Receptivas	15.000,00 €		15.000,00€		
A.6.6	Diseño e Impresión Nueva Guía de Turismo	10.000,00€				
A.6.7	Material Publicitario Playas	6.000,00 €	6.000,00€	6.000,00 €	6.000,00 €	24.000,00 €
Total EJE 6		50.936,20 €	45.936,20 €	40.936,20 €	45.936,20 €	183.744,80 €

NOTA: Previsión de gasto estimada para el periodo establecido, en base a necesidades detectadas y sujeta en todo momento a disponibilidad presupuestaria, coordinación entre las diferentes áreas y canalización de financiación proveniente de diferentes fondos e iniciativas puestas en marcha en el municipio.

Mecanismos de Seguimiento y Evaluación



7. MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

De cara a la gestión y evaluación del plan, tal y como se ha ido desarrollando a lo largo de todo el documento, será clave la colaboración de las propias áreas administrativas implicadas directa e indirectamente en la puesta en marcha del plan.

Así mismo, de cara al seguimiento del mismo, se establecerán toda una serie de indicadores, cuantitativos y cualitativos (esbozados en cada una de las medidas de actuación propuestas), así como un **Cuadro de Control Integral (Ver Anexo I)**, en el que se establecen los indicadores y los plazos para la medición de los resultados óptimos obtenidos en cada uno de los objetivos y de las líneas de actuación.

Las actuaciones contempladas en cada uno de los ejes estratégicos del Plan pretenden sustentarse a su vez en acciones la comunicación y difusión que permitan dar salida a resultados, parciales y finales, generándose así contenidos de interés en relación a cada ámbito del proyecto o actuación. Todo ello con la finalidad de implantar un sistema de Mecanismo de Seguimiento y Evolución del Plan enfocado a la consecución de los siguientes objetivos:

- Difundir las actuaciones y diferentes actividades que se desarrollen entorno a las mismas a través del **desarrollo de Jornadas Periódicas**.
- **Desarrollar informes y memorias con difusión de resultados** que plasmen la evolución del plan y den difusión a las diferentes actuaciones puestas en marcha, las buenas prácticas puestas en marcha, así como los casos de éxito generados (periodicidad trimestral y anual)
- **Implicar al sector empresarial mediante el desarrollo de encuentros específicos y jornadas** dónde se pongan en valor las diferentes actuaciones desarrolladas, así como otros casos de éxito.
- **Elaboración y difusión de indicadores de impacto socioeconómico**.

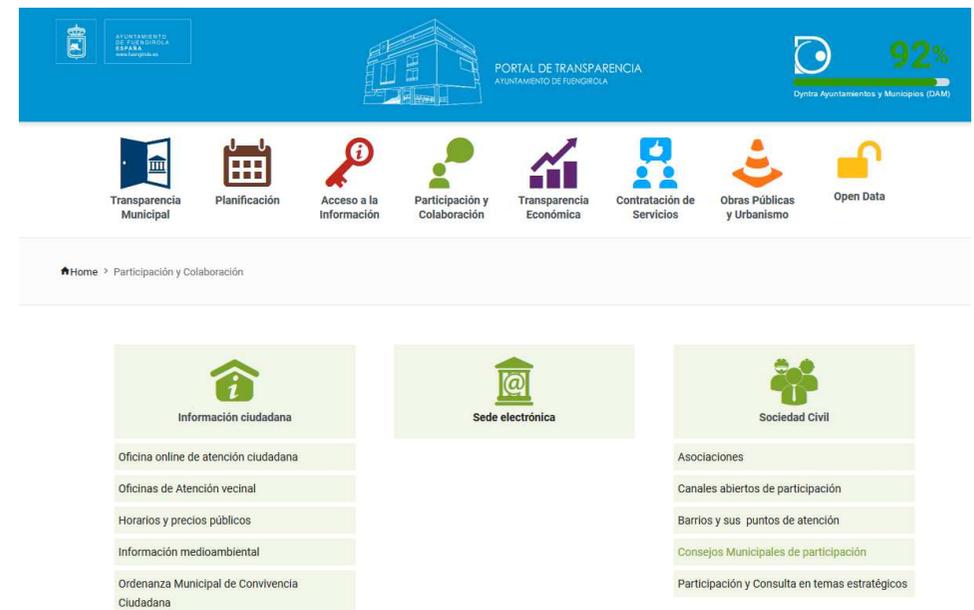
Para ello, se desarrollarán diferentes **métodos de trabajo y seguimiento**, que permitan involucrar al mayor número de partes implicadas, liderados en todo momento y de forma inicial desde la propia **Concejalía de Turismo y Eventos, como Órgano Consultivo del Plan**, contemplándose el desarrollo de órganos específicos de cara al desarrollo futuro del mismo, y dónde se hará participe al resto de áreas sectoriales implicadas.

Dentro de las diferentes herramientas y métodos a poner en marcha dentro del Plan caben destacar los siguientes:

- Análisis de datos disponibles de información secundaria (interna o externa)
- Entrevistas en profundidad a Entes Implicados
- Mesas de Trabajo/Focus Group
- Paneles de Expertos a través del Método Delphi
- Análisis de benchmarking y buenas prácticas

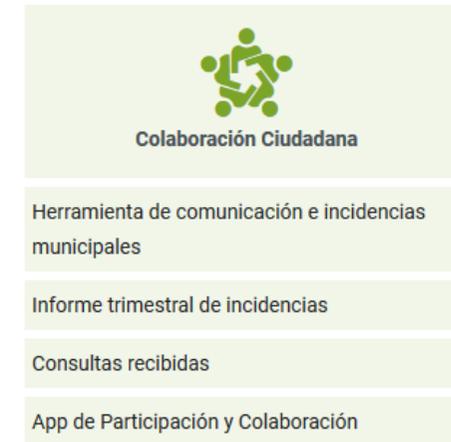
Cabe destacar también en este ámbito los **mecanismos y modalidades de participación ciudadana** ya puestos en marcha en el municipio y desde el propio Ayuntamiento, dónde la ciudadanía puede participar y/o colaborar en la mejora continua y desarrollo de los servicios a través de los siguientes medios:

- La contestación de las encuestas de satisfacción ofrecidas por cada uno de los servicios.
- La formulación de sugerencias para la mejora de la carta de servicios a través del sistema para ello establecido por el Ayuntamiento de Fuengirola.
- Participación en las reuniones establecidas por las unidades responsables de la carta de servicios para conocer las necesidades y expectativas de la ciudadanía.
- Formulación de propuestas ciudadanas a través del portal de transparencia.



En este sentido, el presente Plan, contará dentro de su plan de seguimiento y evaluación con el **PORTAL DE TRANSPARENCIA** como infraestructura base para el desarrollo de iniciativas de participación y difusión, junto al que pueden encontrarse diferentes vías de participación:

- Redes sociales
- Plataforma de tramitación electrónica
- Gestión de incidencias
- Correo específico: participacion@fuengirola.org



DETALLE PORTAL DE TRANSPARENCIA

Del mismo modo, cabe destacar la existencia de la **App “Juntos FUENGIROLA Avanza”**, una aplicación que permite a los ciudadanos de Fuengirola, comunicar al Ayuntamiento avisos de incidencias en la vía pública.



ANEXO I: CUADRO DE CONTROL INICIAL DEL PLAN MUNICIPAL DE CALIDAD TURÍSTICA DE FUENGIROLA

Indicadores de Seguimiento y Evaluación

En el siguiente anexo, se presenta el **cuadro de control inicial** que marcarán las futuras metas del Plan Municipal de Calidad Turística de Fuengirola, sentando las bases para el desarrollo de una política en materia de calidad turística cuyo marcado carácter trasversal sirva de precedente para el desarrollo de una línea de trabajo común enfocada en todo momento hacia la mejora en la satisfacción de turísticas y visitantes así como hacia la mejora de la percepción del municipio como destino turístico.

Dichos indicadores han sido agrupados atendiendo a los diferentes ejes estratégico y evaluados según su ámbito de impacto más directo, atendiendo a:

Impacto Socioeconómico	1
Impacto Territorial	2
Impacto Ambiental	3
Impacto en la gestión e infraestructura	4
Impacto sobre la experiencia del Visitante	5

EJE 1 DESTINO DE EXCELENCIA Indicador	Ámbitos de Impacto				
	1	2	3	4	5
· Nº de servicios y prestaciones mejoradas/año					
· Nº de procedimientos implantados y agilizados					
· Nº de puestos de empleo generados					
· Nº de reuniones/año desarrolladas en la materia					
· Nº de elementos de mobiliario/señales renovadas/año y evolución					
· Nº de procedimientos implantados y estandarizados					
· Nº de chiringuitos y empresas privadas implicadas y que han llevado a cabo los cambios establecidos					
· Nº de metros de longitud de playas beneficiadas					
· Nº incidencias/año detectadas					
· Nº de socorristas/puestos de vigilancia en cada playa					
· Nº de personas atendidas					
· Nº de talleres/jornadas de sensibilización realizadas					
· Nº de Empresas locales involucradas					
· Nº de intervenciones realizadas para homogeneización de la imagen urbanística					
· Nº de personal empleado					
· Conteo de Visitantes					
· Nº de actividades desarrolla					
· Nº de turistas atendidos al año					
· Grado de satisfacción de las personas atendidas					
· Nº de Material informativo solicitado según tipología y año					
· Nº de Incidencias Detectadas					
· Nº de Actuaciones Puestas en Marcha					
· Nº de Áreas y Servicios públicos implicados					
· Nº de asistentes al evento					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.

EJE 2 DESTINO DE INTELIGENTE	Ámbitos de Impacto				
	1	2	3	4	5
Indicador					
· Nº de acciones puestas en marcha					
· Nº de espacios urbanos beneficiados					
· Cantidad de conocimiento gestionado: Recursos turísticos, puntos de interés y eventos, incorporando la gestión de perfiles de usuario					
· Personalización de la información: presencia de un sistema de recomendación basada en la recogida de información explícita (cada turista indica en su perfil cuáles son sus gustos)					
· Personalización de la información: integración en el sistema de recomendación de información implícita (historial de navegación, historial de compras, geolocalización, trazabilidad, etc.) e información contextual.					
· Personalización de la información: integración de funcionalidades para la generación de rutas y planificaciones personalizadas e inteligentes.					
· Nº de Situaciones de Riesgo detectadas					
· Nº de elementos controlados					
· Nº y longitud de zonas de baño cubiertas					
· Nº de personal formado en la materia.					
· Variedad de servicios que se pueden realizar mediante la app					
· Índice de utilización					
· Nº de demandas solventadas					
· Nº de descargas					
· Nº de servicios informatizados que pueden ser usados por el turista					
· Relevancia de la información generada anualmente					
· Uso de las aplicaciones web					
· Nivel de satisfacción del turista					
· Nº de indicadores implantados en el sistema					
· Nº de variables generadas					
· Nº de nuevas oportunidades detectadas/año					
· Nº acciones específicas de promoción generadas/año					
· Nº de espacios detectados para su reordenación turística					
· Número de nuevos segmentos turísticos detectados.					
· Número de sistemas de gestión implantados					
· Número de áreas integradas en el sistema de inteligencia					
· Nº de BEACONS instalados					
· Índice de la utilización media por usuario					
· Nº de interacciones por usuario					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.

EJE 3 DESTINO ACCESIBLE	Ámbitos de Impacto				
	1	2	3	4	5
Indicador					
· N° de usuarios de transporte público					
· Intervalo de tiempo de los distintos trayectos ofertados					
· Espacios destinados para el alquiler de bicicletas					
· Nivel de uso del carril /longitud del carril y nuevas ampliaciones					
· Medición de la calidad del aire					
· N° de zonas peatonalizadas					
· N° de personas atendidas al día en temporada de baño					
· Cuestionario de satisfacción para los usuarios					
· Longitud de playa beneficiaria					
· N° de personal contratado formado para atender a este público					
· N° de usuarios según tipología y grado de movilidad, rango de edad y nacionalidad					
· N° de elementos nuevos incorporados					
· Cuestionario de satisfacción de los usuarios que utilizan el mobiliario					
· N° de incidencias detectada/año					
· N° de material generado					
· N° de actuaciones específicas desarrolladas					
· N° de asistentes					
· Temática de los distintos talleres y jornadas realizadas					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.

EJE 4 DESTINO PROFESIONAL	Ámbitos de Impacto				
	1	2	3	4	5
Indicador					
· N° de empresas de Fuengirola que renuevan el Distintivo SICTED distintivo					
· N° de empresas adheridas al SICTED al año					
· N° de empresas distinguidas d nueva incorporación al SICTED					
· N° de profesionales formados					
· N° de acciones llevadas a cabo para el embellecimiento del municipio: número de señales turísticas estandarizadas...)					
· N.º de cursos/años realizados					
· N° de subsectores y ramas de actividad beneficiaras de Planes Formativos					
· N° de empresas y trabajadores beneficiarios					
· N° de participantes					
· N° Indicadores de Satisfacción de los Cursos Desarrollados (Encuesta Específica)					
· N° de indicadores implantados en el sistema					
· N° de variables generadas					
· N° de nuevas oportunidades detectadas/año					
· N° acciones específicas de promoción generadas/año					
· N° de espacios detectados para su reordenación turística					
· N° de nuevos segmentos turísticos detectados.					
· N° de sistemas de gestión implantados					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.

EJE 5 DESTINO EXPERIENCIAL Indicador	Ámbitos de Impacto				
	1	2	3	4	5
· Afluencia turística (número de visitantes, período del año de las visitas...)					
· Área de Intervención (superficie)					
· Comprobar el cumplimiento de los objetivos establecidos en el periodo					
· Encuesta de satisfacción específica					
· Fecha prevista próxima renovación					
· Fecha última revisión					
· Grado de Aceptación					
· Indicadores de Impacto visual y ambiental generado					
· Indicadores y parámetros añadidos al expediente					
· Índice de uso					
· Ingresos anuales de esos negocios					
· Mejora y acondicionamiento de los espacios existentes					
· N° ejemplares repartidos al usuario/año					
· N° de Alojamiento según tipo con dicho material y % de ejemplares					
· N° de chiringuitos y empresas involucradas					
· N° de convenios /año					
· N° de ejemplares impresos/año					
· N° de incidencias detectadas					
· N° de Puntos de información a los que se envía y % de ejemplares					
· N° de reuniones y acuerdos firmados					
· N° de usos e implementaciones dada a dicho levantamiento					
· N° de usuarios al año y al mes (origen y procedencia)					
· Número de aperturas de nuevos comercios					
· Número de asistentes cada año (origen y procedencia de los mismos)					
· Número de Asistentes por evento					
· Número de colaboraciones					
· Número de comercios existentes en el puerto					
· Número de descargas de la audioguía					
· Número de elementos renovados					
· Número de elementos reparados					
· Número de empleos generados					
· Número de espacios nuevos de ocio creados					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.

.... CONTINUACIÓN EJE 5 DESTINO EXPERIENCIAL	Ámbitos de Impacto				
Indicador	1	2	3	4	5
· Número de incidencias detectadas por evento					
· Número de intervenciones de mantenimiento realizadas					
· Número de intervenciones según tipología					
· Número de material generado por evento					
· Realización de las jornadas					
· Realización de las labores de mantenimiento necesarias					
· Realización de material publicitario en tres idiomas					
· Realización de tareas de conservación					
· Renovación de los elementos que no se encuentren en unas					
· Revisión de los elementos					
· Superficie afectada y radio de influencia					
· Superficie de Playa afectada dentro de dicho proyecto piloto					
· Tiempo invertido en el desarrollo de la actuación (% respecto a la meta programada)					
· Indicadores de Impacto visual y ambiental generado					
· N° de incidencias detectadas					
· N° de usuarios al año y al mes (origen y procedencia)					
· Realización de tareas de conservación					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.

EJE 6 DESTINO EN PROYECCIÓN	Ámbitos de Impacto				
Indicador	1	2	3	4	5
· N° de asistencia a ferias					
· N° de acuerdos cerrados en cada asistencia					
· N° de material informativo renovado					
· N° Tipos de material desarrollado y costes por unidad					
· N° de ejemplares impresos/año					
· N° de ejemplares digitales descargados/año					
· N° de Puntos de información a los que se envía y % de ejemplares					
· N° de Alojamiento según tipo con dicho material y % de ejemplares					
· N° ejemplares repartidos al usuario/año					
· N° de acciones de promoción puestas en marcha/según tipo y mercado objetivo					
· N° de acciones de comercialización en destino					
· Nivel de incidencia y evolución en nuevos mercados					

Nota: Todos los indicadores estarán sujetos a su análisis evolutivo y desglose, atendiendo a la disponibilidad de información, en base a variables como sexo, edad, nacionalidad, etc.