



Área de Turismo y Promoción de la Ciudad / FITUR 2020

## **MÁLAGA PRESENTA SU OFERTA A LOS RECEPTIVOS DE LA COSTA DEL SOL PARA QUE LA INCLUYAN EN SUS EXCURSIONES**

El Plan Estratégico de Turismo considera que la ciudad tiene aún un gran potencial para convertirse en destino de los turistas que se alojan en los hoteles del litoral o tienen una segunda residencia

24/01/2020.- Málaga Convention Bureau se ha reunido hoy con los representantes de las agencias receptoras con mayor volumen de clientes en los diferentes mercados europeos que trabajan en la Costa del Sol para ofrecerles la posibilidad de que incluyan en sus programas las excursiones culturales que actualmente oferta la ciudad de Málaga.

Desde hace algunos años Málaga ostenta el primer lugar como destino de excursiones para los turistas vacacionales alojados en los hoteles de la Costa del Sol. Según se recoge en el Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2016-2020, la ciudad tiene ahora la oportunidad de consolidar esta posición y mejorar aún más las cifras de este tipo de visitante de estancia vacacional, que puede convertirse en un potencial turista para la ciudad.

Sobre el turismo residencial, las estimaciones apuntan a más de 200.000 los turistas de todas las nacionalidades que realizan estancias de larga duración en la provincia. Los que más presencia tienen, tanto por su actividad pública (medios de comunicación, asociaciones, actividades, etc.) como por su número son alemanes, británicos, finlandeses y suecos.

Hasta ahora, las acciones que se han llevado a cabo con este colectivo se han centrado en el área informativa dando noticia de los eventos y actividades de la ciudad de Málaga a través de las oficinas de turismo de los municipios de la Costa del Sol, así como distintos establecimientos reglados de hospedaje de la costa y de la prensa escrita y on-line local de turismo residencial y de sus propias asociaciones culturales.

Para el año 2020, el Área de Turismo pretende seguir apoyando iniciativas que sean capaces de diseñar productos turísticos específicos para este tipo de clientes, haciéndoles llegar la oferta de recursos, productos y servicios turísticos que tiene la ciudad de Málaga. De esta forma, se busca que en sus estancias prolongadas en la costa tengan a Málaga como una ciudad para la cultura, la naturaleza, las compras o el ocio.



Además, estos clientes pueden ser muy buenos prescriptores del destino en sus países de origen, sobre todo en sus entornos familiares, en los círculos de amigos y en sus ámbitos profesionales. Sus recomendaciones tienen un alto valor cualitativo, son directas y fiables, con los efectos positivos que eso puede tener, desde visitas por parte de estos allegados hasta la generación de otras oportunidades de negocio como puedan ser viajes de incentivo, reuniones empresariales, etc.