



Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones

TURISMO DESTINARÁ ESTE AÑO MÁS DE 2,7 MILLONES DE EUROS A LA PROMOCIÓN DE LA CIUDAD ENMARCADA EN EL PLAN DE REACTIVACIÓN

Supone incrementar en más de 80% las partidas destinadas a acciones promocionales con respecto a 2020

17/05/2021.- El Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, va a destinar más de 2,7 millones de euros a la promoción turística de la ciudad, enmarcado dentro de la apuesta municipal de contribuir a la recuperación del sector y enmarcada en el Plan de Reactivación.

En concreto, un total de 2.706.133,44 euros se destinarán a todas aquellas acciones de promoción para visitantes nacionales e internacionales y para consolidar a la ciudad como destino turístico sostenible, inclusivo e inteligente, entre otras iniciativas.

Este importe supone un aumento de más del 80% con respecto a lo destinado en 2020 a los mismos capítulos presupuestarios para acciones promocionales, pasando de 1.501.133,44 euros asignados el pasado año a los más de 2,7 millones mencionados.

Con este incremento presupuestario, el Ayuntamiento de Málaga y, en concreto, el Área de Turismo, materializa su apuesta por situar a la ciudad en una posición de liderazgo dentro de los destinos turísticos nacionales e internacionales.

De esta forma, los esfuerzos por reactivar la demanda turística hacia Málaga se centrarán durante este año en volver a desarrollar el perfil turístico de la ciudad, con especial énfasis en todas las medidas de seguridad que ha incorporado la ciudad en infraestructuras y recursos turísticos, atraer nuevos visitantes y generar desarrollo económico a través de la promoción de la oferta de la ciudad en las principales ferias de turismo de los mercados emisores más importantes, tales como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos y Escandinavia, en Europa, así como mercados de medio y largo radio tales como Medio Oriente, Latinoamérica, sudeste asiático y Asia oriental, bajo el paraguas de alianza turística Andalusian Soul.

En concreto, se han previsto realizar más de 50 acciones promocionales durante 2021 en formato presencial y virtual adaptadas a la nueva coyuntura del mercado, destacando los webinars formativos y presentaciones del destino dirigidos a la tour operación europea, además de atender citas multisegmento nacionales como FITUR e internacionales como ITB Berlín y World Travel Market.





En el mercado nacional, se espera realizar una serie de visitas comerciales a agencias de viajes y mayoristas de circuitos así como la participación en diversas ferias de turismo generalistas y workshops específicos de segmentos.

Al hilo de los segmentos turísticos y con el objetivo de desarrollar las nuevas estrategias de promoción turística para la reactivación del destino, se pondrá en marcha la participación en ferias de turismo y workshops, tanto presenciales como virtuales, enfocadas a promocionar las distintas fortalezas de Málaga segmentadas por especialidades.

De esta forma, se atenderán acciones profesionales enmarcadas en los segmentos naturaleza y turismo activo, lujo y compras, turismo familiar, enogastronómico, salud y belleza que vendrán a complementar las acciones promocionales centradas en los segmentos más consolidados como el turismo cultural, cruceros, idiomático y el segmento MICE.

Con respecto a los mercados de media y larga distancia, la estrategia promocional conjunta Andalusian Soul que se viene manteniendo junto a las ciudades vecinas de Córdoba, Granada y Sevilla permitirá continuar fidelizando a los turistas procedentes de mercados lejanos importantes para nuestro destino como Argentina, Australia, China, Brasil, Japón, México y Singapur, entre algunos otros, mediante acciones promocionales tales como webinars y presentaciones técnicas que suelen tener una gran acogida por parte de los profesionales de los mencionados mercados.

Y en cuanto a inversiones, se destinan 179.200 euros, que con relación al año anterior supone una subida de un 1,5%. Estas inversiones se concretan en el desarrollo de una nueva web y tótems interactivos de información para hacer más accesible la información de la ciudad para los visitantes.

Con la instalación en la vía pública de tótems interactivos de información se pretende facilitar e incrementar la experiencia del turista o visitante que se acerca a nuestra ciudad, así como la interacción que se pueda producir con los propios residentes de Málaga. Está previsto que se instalen en lugares emblemáticos siendo totalmente accesibles e inclusivos.

