



COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

www.malaga.eu

Málaga se promociona en Singapur para captar un mercado turístico de alto valor añadido

- Las acciones se han llevado a cabo durante esta semana con la colaboración de la Oficina Española de Turismo en Singapur, coincidiendo con la participación del Unicaja Baloncesto en la Copa Intercontinental FIBA
- El Área de Turismo ha dado a conocer las fortalezas de Málaga como destino para el segmento *premium*

Málaga, 20 de septiembre de 2025.- El Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad, ha llevado a cabo esta semana una serie de reuniones y presentaciones de la mano de la Oficina Española de Turismo (OET) en Singapur, con la participación del concejal delegado de Turismo, Jacobo Florido, con motivo de la participación del Unicaja Baloncesto en la Copa Intercontinental FIBA en Singapur.

1/2

Ante una destacada selección de medios de comunicación y creadores de contenido del ámbito deportivo, estilo de vida y viajes, el Área de Turismo ha dado a conocer las fortalezas de Málaga como destino para el segmento premium, además de poner en valor su apuesta por acoger grandes eventos deportivos como recurso para la dinamización de la oferta turística de la ciudad.

Además de la presentación, desde el Área de Turismo se han llevado a cabo visitas comerciales e institucionales de índole turística y deportiva. Se trata de la segunda visita del Área de Turismo a Singapur. La primera se produjo en 2022, cuando el Ayuntamiento de Málaga inició en el país asiático las presentaciones del Año Picasso 2023.

Plan Estratégico de Turismo 2025-2028

La acción de promoción en Singapur se enmarca en las líneas maestras del Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2025-2028, que abogan por el posicionamiento de la ciudad en el turismo de alto valor añadido, a través de segmentos como el *premium* y de lujo, cultura, congresos y reuniones o gastronomía, entre otros, así como por el aumento de la visibilidad del destino en mercados de largo alcance.

Además de su propio valor como destino turístico, Singapur es uno de los principales





hub de comunicación del continente asiático, gracias a la excepcional conectividad de su aeropuerto.

Asimismo, Singapur se ha convertido, por primera vez desde 2016, en el principal mercado emisor de turistas a España en Sudeste Asiático, superando a Filipinas.

Potencial del mercado asiático

Respecto al mercado asiático en la ciudad, en 2024, según los datos publicados por la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística, se alojaron en los hoteles de Málaga un total de 13.567 viajeros de China, generando casi 22.000 pernотaciones, lo que representa un incremento sustancial respecto a años anteriores y evidencia una tendencia alcista en la atracción de viajeros del continente asiático.

Asimismo, de enero a julio de 2025, el número de turistas chinos alojados en hoteles de Málaga ha ascendido a 8.487, generando 13.808 pernотaciones.

En cuanto a los viajeros de Japón y Corea del Sur, el año pasado se alojaron en hoteles de la ciudad prácticamente el mismo número de visitantes (4.211 japoneses y 4.421 coreanos), que generaron, respectivamente, 7.919 y 7.622 pernотaciones.