

## El Ayuntamiento define su hoja de ruta turística con el Plan Estratégico 2026-2029 para reforzar Málaga como destino de alto valor, sostenible e inteligente

- Se estructura en 3 metas, 5 pilares de actuación y 70 acciones clave y apuesta decididamente por la calidad frente a la cantidad
- Tiene como objetivo consolidar Málaga como destino global de referencia sin perder de vista su identidad cultural, social y ambiental
- En el acto de presentación del PETM 2026-2029, el Área de Turismo ha expuesto el calendario de promoción previsto para 2026 que contempla la participación en ferias clave, *roadshows* y jornadas profesionales, junto con acciones institucionales de proyección internacional

1/7

**Málaga, 16 de enero de 2026.-** El Ayuntamiento de Málaga ha presentado este viernes, en un acto celebrado en el Cine Albéniz, el nuevo Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2026-2029, un documento clave que marca la hoja de ruta del desarrollo turístico de la ciudad para los próximos cuatro años.

En el evento, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, acompañado del concejal delegado de Turismo y Promoción de la Ciudad, Jacobo Florido, ha expuesto los ejes del plan, concebido como una propuesta de trabajo ambiciosa y colaborativa para consolidar Málaga como destino global de referencia sin perder de vista su identidad cultural, social y ambiental, y orientando el crecimiento turístico hacia un impacto real y medible.

Se trata, por tanto, de un plan integral, estructurado en 3 metas, 5 pilares de actuación y 70 acciones clave, que apuesta decididamente por la calidad frente a la cantidad, la sostenibilidad, la innovación tecnológica y por un turismo respetuoso con la convivencia ciudadana.

El nuevo Plan se presenta en un contexto marcado por la evolución constante del sector y por la transformación que ha vivido Málaga en los últimos años, con una oferta cada

vez más diversificada y una proyección internacional reforzada. En este marco, el documento plantea un modelo turístico alineado con segmentos de alto valor, centrado en visitantes que buscan experiencias auténticas y de calidad, y que contribuyan de forma equilibrada al desarrollo económico, social y medioambiental del destino.

### **Metodología, diagnóstico integral y participación sectorial**

El Plan Estratégico 2026-2029 se ha elaborado a partir de una metodología integral, estructurada en distintas fases de análisis y contraste, incorporando la visión de agentes del ecosistema turístico local. Para ello, se han desarrollado ocho mesas de trabajo por segmentos —turismo cultural, enogastronómico, premium, golf y shopping, naturaleza/sol y playa, idiomático-educativo, cruceros y MICE— junto con entrevistas con agentes clave y un análisis comparativo de destinos competidores y referencias.

Como elemento diferencial del proceso, el documento recoge también el apoyo de una plataforma de inteligencia artificial especializada en turismo, utilizada como herramienta de soporte para optimizar el alcance del análisis y aportar mayor precisión al proceso de planificación y toma de decisiones.

A partir de este trabajo, el Plan incorpora un diagnóstico cuantitativo y cualitativo del destino, abordando desde tendencias globales y comportamiento de la demanda, hasta el análisis de la oferta, los productos y experiencias, el entorno, la conectividad, los mercados emisores, los canales de comercialización y los enfoques de marketing y comunicación, identificando retos y oportunidades para el periodo 2026-2029.

2/7

### **Un destino consolidado con retos claros**

El análisis de situación refleja la fortaleza del turismo en Málaga, con indicadores muy positivos en términos de número de visitantes, ocupación, rentabilidad y satisfacción. De esta forma, la ciudad registra altos niveles de valoración del destino, una elevada intención de repetición y un crecimiento sostenido del turismo internacional, que ya representa más del 60% del total, con predominio del mercado británico, a nivel europeo, y estadounidense, así como un importante crecimiento del mercado chino.

A partir de este diagnóstico, el Plan identifica un conjunto de oportunidades estratégicas que permitirán a Málaga evolucionar hacia un modelo turístico más sostenible, diversificado y competitivo. Entre ellas destaca el desarrollo de una narrativa de destino coherente y atractiva, capaz de difundir la esencia de Málaga integrando su patrimonio cultural, histórico, gastronómico y natural.

Asimismo, se apuesta por la diversificación y personalización de la oferta turística, apoyándose en el uso de datos y tecnología para diseñar experiencias adaptadas a segmentos de alto valor como el turismo *premium*, cultural, gastronómico, MICE o de larga estancia. El refuerzo del turismo *premium* y de congresos, la atracción de inversión

hotelera de alta gama, el impulso del turismo enogastronómico y la ampliación geográfica de la oferta a zonas periféricas para potenciar un turismo más equilibrado, con otras de las líneas estratégicas destacadas.

El Plan también subraya la importancia de la expansión de la oferta cultural, la prolongación de la temporada turística, el fortalecimiento de la conectividad aérea, el desarrollo del turismo idiomático y educativo y la proyección internacional del destino mediante alianzas estratégicas en mercados prioritarios.

### **Málaga como destino global de referencia para segmentos de alto valor**

La visión del Plan Estratégico 2026-2029 sitúa a Málaga como un destino turístico global reconocido por su enfoque en la sostenibilidad, la calidad y la innovación, integrando su oferta cultural, histórica y gastronómica con servicios de excelencia.

El modelo se orienta a segmentos *premium* y a visitantes que buscan experiencias únicas y auténticas, con el objetivo de fortalecer la reputación internacional de Málaga, mejorar la experiencia del visitante y, de manera fundamental, elevar la calidad de vida de la ciudadanía, reforzando el orgullo y el bienestar de la comunidad local.

Asimismo, el Plan se organiza en torno a tres metas que estructuran sus prioridades:

- **Meta 1: Económica.** El documento plantea impulsar el crecimiento económico sostenible de Málaga a través del turismo, elevando los ingresos, la duración media de las estancias, la rentabilidad y el empleo, a la vez que se refuerza la proyección internacional del destino como competitivo y de calidad.

3/7

Entre los objetivos de apoyo se incluyen aumentar visibilidad en mercados internacionales clave con mensajes coherentes; consolidar la percepción del destino para visitantes de alto valor; reforzar el posicionamiento para el turismo MICE destacando conectividad, infraestructura y atractivos complementarios; consolidar la propuesta de destino cultural; y fomentar la identidad gastronómica como elemento esencial del relato del destino.

- **Meta 2: Social.** El Plan establece como prioridad consolidar Málaga como destino turístico responsable, inclusivo y acogedor, mediante estrategias que refuercen sus valores compartidos, su compromiso social y su convivencia armoniosa.

Entre sus objetivos de apoyo figuran fomentar el orgullo de pertenencia y la participación activa en la promoción del destino; impulsar la inclusión y la accesibilidad; desarrollar campañas que refuercen la convivencia, el respeto mutuo, la diversidad y el entendimiento intercultural; alinear el turismo con un enfoque de beneficio social colectivo; y comunicar con transparencia los compromisos y medidas adoptadas para un desarrollo equilibrado.

- Meta 3: Sostenible y tecnológica. El Plan propone convertir Málaga en un referente en sostenibilidad y destino inteligente, utilizando la innovación tecnológica y estrategias responsables para optimizar la gestión turística y mejorar la experiencia del visitante.

El documento recoge la integración de valores de sostenibilidad en el relato del destino; herramientas de análisis y monitorización para una gestión eficiente de los flujos turísticos; tecnologías y experiencias inmersivas; aplicación de inteligencia artificial para segmentación y personalización; y la consolidación de soluciones tecnológicas que refuercen la sostenibilidad en la gestión del destino.

### **Pilares estratégicos: liderazgo, esencia, relato, innovación y desarrollo responsable**

El Plan desarrolla sus líneas de actuación a través de un marco estratégico de cinco pilares.

En primer lugar, el liderazgo turístico, que posiciona a Turismo de Málaga como organización catalizadora y dinamizante, con un papel proactivo en la coordinación de actores, la adaptación a tendencias globales y el impulso de iniciativas que integren al sector y a la comunidad local, reforzando la marca Málaga como destino global, sostenible, inclusivo y de calidad.

4/7

El documento incluye también la esencia única, orientada a consolidar el valor diferencial del destino y su personalidad, poniendo en el centro sus atributos culturales, patrimoniales y gastronómicos y su capacidad de generar experiencias reconocibles y auténticas.

A estos elementos se suma el relato de valor, entendido como la base narrativa que define y comunica la identidad del destino mediante una historia atractiva, consistente y emocionalmente relevante. El Plan indica que este relato debe alinearse con autenticidad, calidad y sostenibilidad, integrando la diversidad de la oferta cultural, gastronómica, deportiva y natural, con el objetivo de atraer y fidelizar turistas de alto valor y reforzar el posicionamiento *premium* del destino.

En el ámbito de innovación, el Plan desarrolla la disrupción inteligente, que posiciona Málaga como referente global en tecnología aplicada al turismo, consolidándola como *Smart Destination*. Se plantea la adopción de plataformas inteligentes, *big data* e inteligencia artificial para optimizar recursos, anticipar tendencias, gestionar flujos en tiempo real, mejorar accesibilidad y ofrecer experiencias más personalizadas, conectadas y sostenibles, atrayendo además inversión, talento y colaboraciones estratégicas.

Por último, el Plan incorpora el desarrollo responsable, entendido como un compromiso

con un modelo inclusivo y resiliente que armonice crecimiento económico, protección del entorno, preservación del patrimonio y mejora de la calidad de vida. En este marco se subraya el papel del STO Málaga, como miembro de la Red INSTO de ONU Turismo, en la monitorización del impacto económico, ambiental y social del turismo, aportando evidencia para la toma de decisiones y reforzando el alineamiento del destino con los ODS.

Finalmente, el Plan Estratégico 2026-2029 incorpora un apartado específico de iniciativas estratégicas como eje operativo del documento. Según se recoge, estas iniciativas constituyen el conjunto de actuaciones clave para alcanzar los objetivos definidos y se diseñan alineadas con los pilares estratégicos, garantizando coherencia y efectividad.

El Plan de Acción concreta esta estrategia en iniciativas estratégicas y proyectos escalables y medibles, priorizados por impacto y viabilidad.

En total, el PETM 2026-2029 estructura su despliegue en 70 acciones clave, con una calendarización integrada por semestres para facilitar la coordinación y coherencia en la ejecución. El documento incorpora, además, un modelo de monitorización con indicadores (KPIs) y mecanismos de seguimiento para evaluar el progreso y mantener la alineación con los objetivos del plan.

Entre ellas, destacan las iniciativas y las acciones clave relacionadas con la gobernanza, la inteligencia artificial y los mercados lejanos, como son:

5/7

Iniciativa: Impulso de una gobernanza estratégica para asegurar un turismo sostenible y competitivo en Málaga

Acciones:

- Creación de alianzas público-privadas efectivas: Impulsar la colaboración entre actores locales para maximizar el impacto del desarrollo turístico
- Impulso de la colaboración de las mesas de segmento para el desarrollo conjunto de Málaga como destino creando una propuesta de valor con la participación de todos los segmentos, mejorando así la experiencia del turista.

Iniciativa: Desarrollo de una oferta de turismo Premium atractiva gracias a la atracción de inversión: shopping, alojamientos, ocio premium.

Acciones:

- Expandir el portafolio de atracción de marcas de lujo: desarrollo de alianzas estratégicas con marcas globales y locales como la colaboración con marcas de lujo y operadores turísticos reconocidos para reforzar la imagen del destino como un referente premium en el sur de Europa.



- Apoyo al diseño y promoción de eventos exclusivos para segmentos de lujo relacionados con el arte, música o gastronomía dirigidos al turismo premium como exposiciones privadas y menús degustación/cenas con chefs reconocidos.
- Inversión y promoción de la marca Málaga en eventos internacionales deportivos y de ocio alineados con la propuesta de valor premium en los mercados de mayor potencial de gasto e.g., golf, tenis, vela, eSports.

Iniciativa: Seguir trabajando con aerolíneas para abrir rutas o ampliar los meses del año en el que se abren esas rutas, especialmente hacia mercados estratégicos.

Acciones:

- Refuerzo de alianzas para la promoción del aeropuerto con el establecimiento de nuevas conexiones con mercados de media y larga distancia y establecimiento de nuevas conexiones europeas.
- Plan de Co-Marketing con Aerolíneas con el diseño de campañas publicitarias conjuntas que promocionen Málaga como destino principal en los mercados de las nuevas rutas. Incluyendo el desarrollo de contenido digital, vídeos y promociones específicas en mercados de largo recorrido.

Iniciativa: Implementación de IA para el desarrollo de aplicaciones o sistemas que mejoren la experiencia del turista en su journey completo, desde la inspiración y planificación hasta la realización del viaje y post-viaje.

6/7

Acciones:

- Dotar a las oficinas de turismo tradicionales de un QR con acceso a un portal interactivo de información turística, con una estrategia de contenidos con foco en la personalización de la experiencia del usuario, incluso apoyada por un asistente virtual.
- Creación de un asistente conversacional basado IA para sugerir itinerarios basados en las preferencias del visitante, realizando unas preguntas antes del viaje y así ofrecer experiencias personalizadas: planificación de viaje, información sobre atracciones, alojamiento y transporte en tiempo real en varios idiomas, etc.
- Desarrollo de funcionalidad interactiva, a través de códigos QR, que permita a los turistas internacionales traducir señales, menús y explicaciones en tiempo real al apuntar con sus dispositivos.

El Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2026-2029 se podrá consultar en: <https://visita.malaga.eu/profesional/es/>

## Plan de Acción 2026

En el acto de presentación del Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2026-2029, el Área de Turismo también ha dado a conocer las líneas maestras del Plan de Acción para 2026, con un calendario de promoción profesional que volverá a combinar la participación en ferias clave, *roadshows* y jornadas profesionales, junto con acciones institucionales de proyección internacional. Este programa incluye tanto acciones continuadas de relación con el canal profesional como hitos puntuales de alto impacto para reforzar la notoriedad del destino y su posicionamiento en los principales circuitos turísticos.

Durante el primer semestre de 2026, el Ayuntamiento de Málaga desarrollará una intensa agenda de promoción turística que arrancará con la participación en FITUR como principal cita del sector a nivel nacional. En este mismo periodo se incluyen varias jornadas profesionales, entre ellas las Jornadas Directas en el Golfo Pérsico, las Jornadas Directas en Estados Unidos y Canadá y las Jornadas Inversas de LATAM que se celebrarán en Galicia.

Como nota destacada, el programa incorpora una acción institucional vinculada al 250 aniversario de la Independencia de Estados Unidos y la figura de Bernardo de Gálvez, desarrollada en la Costa Este de Estados Unidos.

El calendario incorpora un *roadshow* en los Países Nórdicos, con acciones en Oslo, Estocolmo y Helsinki, visitas comerciales a Miami, o la presencia del destino en la importante feria turística ITB Berlín y en las jornadas 'Sports & Events Europe', en Sevilla.

En abril, Málaga participará en la feria Seatrade Cruise Global de Miami, reforzando su posicionamiento en el ámbito de los cruceros. En mayo, el plan contempla la asistencia a la feria ATM Dubái, así como la celebración de la acción IEC 2026 – Golf en Málaga.

El segundo semestre recogerá un amplio bloque de jornadas profesionales, entre ellas las Jornadas Inversas con Australia y Nueva Zelanda que se celebrarán en Andalucía, y las jornadas directas en Uttarakhand (India), en Hangzhou (China) y en Tokio y Seúl (Japón y Corea del Sur).

En la segunda parte del año, el Plan de Acción contempla la participación del destino en las ferias Seatrade Cruise Med, World Travel Market e ILTM Cannes, así como en Tourism EXPO Japan.

7/7