



COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

www.malaga.eu

Málaga lidera el crecimiento del gasto turístico internacional entre las grandes capitales andaluzas y alcanza un incremento del 8,4% en 2025

- Además, casi duplica el nivel anterior a la pandemia (2019)
- El gasto medio se sitúa en 189 euros por visitante, un 7% más que en 2024
- Los principales mercados por gasto medio en 2025 son: Suiza (321 euros), Dinamarca (302 euros) y Estados Unidos (287 euros)
- La restauración se convierte en la primera actividad receptora de gasto internacional, con el 18,2% del total, mientras el ocio y la cultura elevan su peso hasta el 11,4%
- Málaga se afianza como primer destino urbano de turismo internacional en Andalucía: concentra el 16,7% de todo el gasto turístico internacional registrado en la comunidad andaluza, un porcentaje superior al peso conjunto de Sevilla, Granada y Córdoba, que suman el 14,3%

1/5

Málaga, 4 de agosto de 2026.- El gasto del turismo internacional en la ciudad de Málaga creció un 8,4% durante 2025 respecto al año anterior y casi duplica el nivel anterior a la pandemia (2019). Así se desprende del Estudio sobre la evolución y el impacto del turismo internacional en la ciudad de Málaga, elaborado por Inmark con datos de Mastercard y en colaboración con el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga.

La información correspondiente a 2025 muestra que el gasto internacional avanzó a un ritmo claramente superior al número de visitantes -estimado a partir de las tarjetas internacionales utilizadas en la ciudad-.

En concreto, el gasto medio se situó en 189 euros por visitante internacional, un 7,1% más que en 2024, confirmando una evolución turística basada especialmente en la generación de valor.



Verifica la información
antes de compartirla

málaga



[ayuntamientodemalaga](https://ayuntamientodemalaga.es)



[@malaga](https://twitter.com/malaga)



[@ayuntamientomalaga](https://www.instagram.com/ayuntamientomalaga)



[AytodeMalaga](https://www.youtube.com/AytodeMalaga)



[AyuntamientodeMalaga](https://www.facebook.com/AyuntamientodeMalaga)



[@ayuntamientomalaga](https://www.tiktok.com/@ayuntamientomalaga)

Desde 2019, el gasto internacional prácticamente se ha duplicado. Tras el descenso registrado durante la pandemia, Málaga recuperó con rapidez los niveles previos y acumula cinco ejercicios consecutivos de crecimiento. El índice de gasto total, tomando 2019 como base 100, alcanzó los 188 puntos en 2025, con un crecimiento porcentual acumulado desde 2019 del 87,8%.

Málaga lidera el crecimiento entre las grandes capitales andaluzas

El estudio sitúa a Málaga como la capital andaluza con mayor crecimiento del gasto turístico internacional durante 2025. Su incremento del 8,4% supera el 5,9% registrado en Sevilla, el 4,7% de Granada y el 1,6% de Córdoba.

La comparativa muestra también que Málaga es la única de las cuatro grandes ciudades analizadas en la que aumenta el gasto medio por visitante. En Málaga es de 189 euros, y sube un 7,1%; en Sevilla es de 203 euros (-2,6%); en Granada es de 169 euros (-1,2%); y Córdoba es de 127 euros (-3,9%).

De este modo, mientras otras ciudades crecen principalmente mediante un mayor volumen de visitantes con menor gasto individual, Málaga avanza porque cada visitante deja más valor económico en el destino. Así mismo, Málaga tiene el ticket medio más alto.

Además, Málaga se afianza como primer destino urbano de turismo internacional en Andalucía: concentra el 16,7% de todo el gasto turístico internacional registrado en Andalucía, un porcentaje superior al peso conjunto de Sevilla, Granada y Córdoba, que suman el 14,3%. La ciudad reúne igualmente el 20,4% de las operaciones efectuadas por visitantes internacionales en la comunidad autónoma.

2/5

Mercados internacionales más diversificados

Reino Unido continúa siendo el principal mercado internacional de Málaga, aunque su peso relativo sobre el gasto total se ha reducido desde el 31,6% registrado en 2019 hasta alrededor del 23% en 2025. Esta reducción no responde a una pérdida de relevancia del mercado británico, cuyo gasto creció un 16,4% durante 2025, sino al aumento progresivo de otros mercados emisores.

Países Bajos, Estados Unidos, Italia o Polonia han ganado protagonismo dentro de la demanda internacional de la ciudad. Como ejemplo, Países Bajos casi ha duplicado desde 2019 su cuota dentro del gasto internacional, hasta situarse en torno al 9,5%.

En 2025, Reino Unido concentró el 22,9% del gasto, seguido de Países Bajos, con el 9,9%; Alemania y Francia, con el 6,8% cada una; Estados Unidos, con el 6,1%; e Italia, con el 4,6%.

Entre los mercados más dinámicos destaca Polonia, cuyo gasto creció un 23,5%, seguida de Reino Unido, Países Bajos e Italia.

Los mercados de mayor gasto medio por visitante: Suiza, Dinamarca y Estados Unidos

Atendiendo al gasto medio por tarjeta, Suiza encabeza la clasificación, con 321 euros por visitante, seguida de Dinamarca, con 302 euros, y Estados Unidos, con 287 euros.

También superan la media de la ciudad: Francia, con 220 euros, y Polonia, con 217 euros. Reino Unido registra un gasto medio de 188 euros; Bélgica, de 180 euros; Alemania, de 177 euros; Suecia, de 160 euros; Países Bajos, de 155 euros; e Italia, de 138 euros.

En cuanto al importe medio de cada operación, Dinamarca encabeza los principales mercados con un ticket de 45 euros, seguida de Suiza, con 44 euros; Estados Unidos, con 43 euros; Bélgica, con 42 euros; Suecia, con 36 euros; y Alemania y Países Bajos, con 33 euros.

Por otro lado, Francia y Bélgica fueron los mercados que más incrementaron su gasto medio por tarjeta durante 2025, con aumentos del 7% y del 5,7%, respectivamente.

Cabe destacar la consolidación de Estados Unidos como un mercado estratégico por su alto consumo y mantiene una posición estratégica por el elevado valor de sus visitantes. El turista estadounidense registra un gasto medio de 287 euros y concentra el 21% de su consumo en restauración, mientras la moda y el alojamiento representan un 14% cada uno. Por su parte, el peso del alojamiento dentro del gasto estadounidense es aproximadamente un 56% superior al promedio de Málaga.

El gasto medio del mercado estadounidense creció un 8,9% con respecto a 2024 y el número estimado de visitantes procedentes de este país aumentó un 11,8%, el mayor crecimiento entre las principales capitales andaluzas en ambos indicadores.

Entre los mercados emergentes destaca México, con un incremento del 18,3% en gasto y del 17,2% en visitantes. Japón registra el mayor crecimiento de llegadas, con un 28,6%, mientras Canadá se mantiene como el mercado emergente más consolidado, con un gasto medio de 266 euros por visitante.

La restauración se convierte en la principal actividad receptora del gasto

El estudio refleja una transformación del patrón de consumo de los visitantes internacionales hacia las experiencias vinculadas a la vida urbana, la gastronomía, la cultura y las compras. La restauración ha pasado de ocupar la cuarta posición en 2019, con el 11,1% del gasto, a convertirse en la primera actividad en 2025, con el 18,2% del total.

Le siguen la moda y los complementos, que representan el 13%; otros comercios, el 11,5%; y el ocio y la cultura, el 11,4%.

De esta forma, el peso del ocio y la cultura casi se ha duplicado desde 2019, cuando representaba el 6,6%. En conjunto, las actividades relacionadas con el ocio, la cultura y las compras concentran aproximadamente el 40% del gasto internacional registrado en la ciudad.

3/5

Las actividades asociadas a la experiencia lideran también el crecimiento interanual. Otros comercios aumentaron un 22,7%; los supermercados, un 18,9%; el ocio y la cultura, un 17,9%; la restauración, un 15,1%; y la moda, un 13%.

El impacto económico se extiende por la ciudad

El crecimiento del gasto internacional alcanza al conjunto de Málaga y no se limita a los espacios turísticos más tradicionales. Todos los distritos analizados presentan una evolución positiva durante 2025.

El entorno de Churriana-Guadamar, vinculado en gran medida a la actividad aeroportuaria, crece un 17%, mientras que la zona Centro-Este, correspondiente aproximadamente a La Caleta, aumenta un 12,9%.

En cuanto al ritmo de crecimiento en distritos, el gasto internacional crece con más fuerza fuera del centro, con una media del 24%.

Una demanda más distribuida a lo largo del año

El comportamiento mensual del gasto refleja una progresiva reducción de la estacionalidad. La actividad turística internacional mantuvo una evolución positiva durante el conjunto del ejercicio y registró crecimientos relevantes tanto en verano como durante los últimos meses del año.

En concreto, el gasto aumentó un 13,3% en junio, un 13,2% en noviembre y un 10,5% en diciembre. Estos resultados son comparables o superiores a los registrados en buena parte de la temporada estival, como el crecimiento del 11,9% de julio o el 10,3% de agosto.

Aunque julio continúa siendo el mes con mayor volumen real de gasto y de transacciones, la evolución interanual de noviembre y diciembre confirma la capacidad de Málaga para mantener la actividad turística internacional fuera de los periodos tradicionales de mayor afluencia.

Colaboración entre el Ayuntamiento y Mastercard, dentro del Plan de Turismo Sostenible

El estudio se enmarca en la colaboración que mantienen el Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Turismo y Promoción de la Ciudad, y Mastercard desde la firma, en septiembre de 2023, de un protocolo general de actuación destinado a potenciar la digitalización y la innovación del sector turístico local.

El acuerdo contempla el desarrollo de iniciativas vinculadas a la inteligencia turística, el conocimiento del comportamiento de los visitantes y el acceso de las pequeñas y medianas empresas del sector a nuevas herramientas y datos que faciliten la toma de decisiones. Esta cooperación ha permitido avanzar en proyectos de análisis e innovación orientados a mejorar la competitividad, la sostenibilidad y la gestión turística del destino.

4/5



Además, se encuadra dentro de las acciones del Plan de Turismo Sostenible, que se financia con fondos europeos Next Generation en el marco de Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) dentro del programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y se incluye en el Plan Territorial de Sostenibilidad Turística de Andalucía 2022 de la Junta de Andalucía.

