



COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

www.malaga.eu

Málaga se promociona en Oceanía e India para captar un mercado turístico de alto valor añadido

- Las acciones se han llevado a cabo este mes de febrero con la colaboración de Qatar Airways, en paralelo a la gira de la selección española de hockey en el marco de la Pro League

Málaga, 21 de febrero de 2025.- La ciudad de Málaga ha llevado a cabo durante este mes de febrero una serie de acciones promocionales del destino en mercados lejanos de alto valor añadido. En concreto, las presentaciones de destino se han desarrollado en Oceanía e India, con una delegación malagueña encabezada por el concejal delegado de Turismo y Promoción de la Ciudad, Jacobo Florido.

Esta iniciativa ha coincidido en el tiempo con la gira que la selección española de hockey ha efectuado en el marco de la Pro League, con partidos en Australia e India, y en los que la marca Málaga ha venido luciendo en la equipación del combinado nacional tras el acuerdo alcanzado con la Federación Española de Hockey.

1/2

Las acciones comenzaron el pasado 3 de febrero en la ciudad neozelandesa de Auckland, mientras que el jueves 6 de febrero, la delegación malagueña llevó a cabo la presentación de destino en la ciudad australiana de Sydney ante empresarios del sector y otras autoridades, en el Hotel Fullerton de ciudad australiana y contó con la presencia la embajadora de España en Australia, Esther Monterrubio.

Posteriormente, la delegación malagueña se ha desplazado a India; en concreto, a las ciudades de Calcuta y Delhi en los días 19 y el 21 de febrero, respectivamente. En estas ciudades, igualmente, se ha presentado el destino ante profesionales del sector turístico que enfocan su clientela a un turista de alto valor añadido. Cabe destacar que, según datos de Turespaña, el gasto total por persona del mercado indio en España ha sido en 2024 de 2.593,03€.

Todas estas acciones se enmarcan dentro del acuerdo llevado a cabo entre la ciudad de Málaga y Qatar Airways mediante el cual el destino se promocionará en mercados lejanos que cuentan con conexión con la ciudad de Doha, ya que dicho enclave cuenta con línea directa a Málaga a través de esta aerolínea. En concreto, las iniciativas en Auckland y Sydney han contado con la colaboración de la Oficina Española de Turismo



en Singapur, mientras que las de Calcuta y Delhi han sido respaldadas por la OET de Bombay. Cabe reseñar que el pasado mes de diciembre ya se celebró un encuentro de similares características en una acción promocional en Seúl.

Plan Estratégico de Turismo 2025-2028

Las líneas maestras del Plan Estratégico de Turismo 2025-2028 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.

En ese sentido, la línea que Qatar Airways mantiene de forma permanente con Doha se convierte en el puente que une Málaga con destinos como Japón, Corea, India, el Sudeste Asiático u Oceanía.

En el marco de este acuerdo con Qatar Airways, que se prolongará hasta 2026, también están previstas acciones este año en las ciudades japonesas de Tokio y Osaka.