

APTA cierra con un balance positivo el desarrollo del Famtrip para blogueros y prensa para el posicionamiento de la Axarquía Costa del Sol en otoño-invierno

La Asociación para la Promoción Turística de la Axarquía (APTA) ha llevado a cabo con gran éxito una acción promocional mediante la organización de un Fam Trip con blogueros los días 16 y 17 de octubre de 2025, en colaboración con la Asociación de Blogueros de Andalucía. Esta iniciativa se enmarca dentro de la estrategia de marketing digital que APTA viene desarrollando para posicionar la Axarquía Costa del Sol como un destino turístico completo, diverso y atractivo durante todo el año.

El objetivo principal de esta acción ha sido mostrar la riqueza turística de la comarca, combinando experiencias en el litoral y en el interior, y destacando su potencial en segmentos como el turismo rural, cultural, gastronómico y familiar. La participación de blogueros e influencers especializados en estos ámbitos ha permitido generar contenido auténtico, dinámico y de gran alcance, compartido en tiempo real a través de blogs y redes sociales como Instagram, TikTok, Facebook y YouTube. Esta difusión ha contribuido a reforzar la reputación online del destino y a captar la atención de nuevos públicos y mercados, especialmente aquellos que valoran la autenticidad, la sostenibilidad y la cercanía.

Durante el viaje de familiarización, los participantes han tenido la oportunidad de descubrir los enclaves emblemáticos de **Rincón de la Victoria**, como la **Cueva del Tesoro**, única cueva de origen marino en Europa; los **Acantilados de El Cantal**, de gran valor geológico; y **Villa Antiopa**, una de las **villas romanas mejor conservadas de Andalucía**. También han visitado **Moclinejo y El Valdés**, donde han conocido la **Casa Museo Axarquía**, una obra singular que rinde homenaje a la historia y la artesanía local, así como **Bodega Dimobe**, referente en vinos moscatel y enoturismo. La experiencia se ha completado con degustaciones gastronómicas en establecimientos emblemáticos como **Restaurante Reyes y Venta La Chalaura en Benagalbón**, y con alojamiento en hoteles de calidad como **Hotel Rincón Sol****** y **Fay Hotels Victoria Beach******.

La actividad ha contado con la implicación de perfiles consolidados en el ámbito de la comunicación turística, como **El Mundo del Pirulo**, **El Viaje del Mapache** y **Viajeros Frititos**, cada uno con un estilo propio que conecta con comunidades diversas. Además, ha participado **Jennie Rhodes**, corresponsal en la Axarquía de **Sur in English**, y **Linda Greenway**, responsable del programa de televisión **Good Morning Spain**, lo que ha permitido ampliar el alcance del mensaje a públicos internacionales.

Desde APTA, se ha valorado muy positivamente el desarrollo de esta acción, que ha permitido visibilizar tanto los atractivos costeros como los tesoros del interior de la comarca, **reforzando el turismo de proximidad y la identidad local**.



La colaboración institucional ha sido clave, con el apoyo del Excmo. Ayuntamiento de Rincón de la Victoria y del Excmo. Ayuntamiento de Moclín, así como de empresas y entidades que han sumado esfuerzos para hacer posible esta experiencia. Acciones como esta demuestran que la unión entre el sector público, el privado y los creadores de contenido es fundamental para seguir construyendo una Axarquía más fuerte, más conectada y más conocida.

Seguiremos trabajando con el compromiso de promocionar la comarca, impulsando acciones que atraigan visitantes durante todo el año y ayudar a la desestacionalización y desarrollo sostenible del turismo en los 31 municipios de la comarca de la Axarquía.

En Torre del Mar (Vélez-Málaga) a 20 de octubre de 2025