# La Costa hará un nuevo plan de acción para adaptarse a la crisis y reforzar la imagen de destino seguro

Expertos vinculan la recuperación a la seguridad en la provincia para transmitir la confianza que siempre ha generado en el turista

PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. La trayectoria y el peso de la marca Costa del Sol es el mejor bagaje con el que abordar la crisis del Covid-19. Sin embargo, la recuperación del destino estará muy vinculada a la seguridad en el mismo y su adaptación al nuevo escenario. De ahí que en la primera cita del comité de expertos creado por Turismo Costa del Sol para establecer las líneas estratégicas del nuevo modelo turístico, estos profesionales de reconocida trayectoria a nivel internacional hayan instado a elaborar protocolos de seguridad y prevención que «refuercen esa imagen de confianza que la Costa del Sol siempre ha transmitido a los turistas».

Como ya anunció ayer SUR, son los profesionales Carlos Díez de la Lastra, director general de la Escuela Internacional de Alta Dirección Hotelera Les Roches Marbella, y Carlos Vogeler, ex director ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y actual responsable de la estrategia turística de Omán los elegidos para marcar estas actuaciones. En el encuentro, celebrado ayer por videoconferencia, han participado el presidente de la Diputación de Málaga y Turismo Costa del Sol, Francisco Salado; la vicepresidenta segunda de la Diputación y consejera delegada de Turismo Costa del Sol, Margarita del Cid; el presidente de Aehcos y del Foro de Turismo de la Costa del Sol, Luis Callejón, y el gerente de Turismo Costa del Sol, Antonio Díaz. Salado avanza que la elaboración de un nuevo plan de acción e insta al Ministerio de Turismo a que comparta sus planes con el sector cuanto antes para que los empresarios puedan preparar y adaptar sus establecimientos y operaciones.

En este primer encuentro Díez de la Lastra y Vogeler han destacado la importancia de adaptar la oferta de la Costa del Sol a la nueva actividad turística que surja tras el fin de la crisis sanitaria, que adelantan «estará marcada tanto por las circunstancias económicas como por la imagen de seguridad que traslade cada destino». Además, han señalado las fortalezas de un destino pionero en el turismo, destacando con que cuenta la Costa del Sol, tanto de conectividad, como de cercanía y atención sanitaria». Como tareas por encarar han precisado la elaboración de abordar distintos planes y campañas de comunicación, tanto nacionales como internacionales, «para cuidar su imagen reputacional y difundir las medidas de prevención y avances sanitarios que se están produciendo».

## Fortaleza y calidad

Para comenzar a diseñar la estrategia y medidas a adoptar por el destino de cara a su reactivación y a la captación de turistas, Francisco Salado ha agradecido la participación y el compromiso con la Costa del Sol de Díez de la Lastra y de Vogeler. «Son dos expertos de prestigio internacional con trayectorias de éxito indiscutible», ha afirmado, para poner en valor la importancia de que la provincia malagueña afronte esta crisis unida «bajo el paraguas de la marca Costa del Sol, que cuenta con una imagen solvente de fortaleza, seguridad y calidad tanto en el mercado nacional como en el internacional».

Un momento de la primera reunión, por videoconferencia, del comité de expertos de la Costa. SUR

Tras avanzar que van a elaborar un nuevo plan de acción turística para 2020 en el que se tendrán en cuenta las aportaciones del sector privado y las propuestas que formulen los expertos en la comisión técnica que ha arrancado hoy, señaló que el objetivo de este comité es mantener encuentros semanalmente, abriendo el mismo a la participación puntual de nuevos expertos y agentes del sector turístico. «Tendrá un calendario de trabajo intenso y que afronte los distintos escenarios a corto, medio y largo plazo», ha matizado.

## Ausencia de liderazgo

Salado ha sido muy crítico con la ausencia de liderazgo en esta crisis por parte del Ministerio de Turismo, al que ha instado a que tome las riendas de la estrategia turística del país y «aclare cuanto antes la normativa y la medidas de seguridad que se van a exigir o recomendar para la actividad turística. Resulta de extrema importancia que los empresarios y trabajadores del sector hotelero y hostelero sepan cuáles van a ser las directrices para poder preparar y adaptar sus negocios", ha señalado. Además, Salado ha reclamado al Ministerio que lance una línea de ayudas y financiación al sector turístico, apuntando que «miles de trabajadores malagueños, miles de familias malagueñas, viven del sector turístico, que es importantísimo no sólo para la economía de nuestra provincia, sino para la de todo el país. No podemos estar indefinidamente a la espera de que el Gobierno decida comunicar sus planes».

# Exigen que el turismo forme parte del 'núcleo duro' del Gobierno

P. MARTÍNEZ

MÁLAGA. Si el turismo es el motor de la economía y el sector que más empleo genera es necesario que el Ministerio de Turismo forme parte del 'núcleo duro' de los departamentos que el Gobierno entiende esenciales en esta crisis, tales como Sanidad, Defensa, Interior y Transportes. Así lo ha reclamado el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Jorge Marichal, que advierte de que «antes de poner en marcha cualquier plan de recuperación del país sería lógico que el sector en el que se ponen las miras para tirar de nuevo del motor económico forme parte de ese 'núcleo duro' que periódicamente nos informa, tanto de la evolución de la crisis sanitaria como de las medidas que se van adoptando para paliar la crisis desatada en la economía de nuestro país».

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos se queja de que no han recibido respuesta a las medidas trasladadas al Gobierno y destaca que esta industria es vital para la economía al representar casi el 14% del PIB (153.000 millones de euros), con más de 2,5 millones de empleos.