

Málaga trabaja para convertirse en el primer destino urbano de turismo familiar andaluz

El alcalde presidió ayer la reunión del Foro de Turismo en su octavo aniversario y en la que se fijó la hoja de ruta para esta nueva legislatura

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Ciudad de museos, de patrimonio, de alta gastronomía, de congresos, de cruceros o de playas y compras. Málaga no se conforma con estos reclamos que le han llevado a ser el destino urbano español que más crece en la última década. Ahora se quiere abrir a un nuevo nicho de negocio: el turismo familiar. Además quiere hacerlo a lo grande, es decir, contando con el sello de destino de turismo familiar que otorga la Federación Española de Familias Numerosas y con el que se convertiría en el primero de Andalucía en posicionarse en este segmento. Así lo anunció ayer el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, que presidió la reunión del Foro de Turismo de la ciudad en su octavo aniversario. Para iniciar esta andadura, el consejero delegado de Expertus, Francisco Javier Castillo, explicó que desde ya se pondrá en marcha el protocolo de actuaciones para que el destino y la oferta turística cumpla con los 87 requisitos que marcan para obtener este sello de destino familiar, que ya han logrado 60 municipios, ninguno de ellos andaluz. «Si hay una ciudad demandada y con una oferta acorde a este segmento esa es Málaga», dijo Castillo, que precisó que supondría ampliar sustancialmente la llegada de viajeros.

En la reunión de ayer se estableció la hoja de ruta para esta nueva legislatura. Entre las estrategias a desarrollar, De la Torre destacó la necesidad de actuar contra la clandestinidad «para eliminar los elementos negativos de esta oferta ilegal y beneficiarnos de lo positivo, pero siempre bajo el prisma de garantizar la calidad del destino». Para ello, el foro acordó, al margen de que las competencias normativas dependen



Foto de familia del Foro de Turismo, en la reunión de ayer, que celebró su octavo aniversario. :: SALVADOR SALAS

de la Junta, crear una mesa de trabajo que se encargará, en primera instancia, de hacer un censo de viviendas de alquiler vacacional. En este sentido, se informó de la presentación de una moción en el pleno municipal instando a la Consejería de Turismo a regular esta actividad que

en la actualidad se encuentra en un limbo que los propios propietarios consideran urgente acabar para poner fin a una guerra de precios desatada entre quienes tributan por esta oferta y quienes están en la más absoluta clandestinidad.

En el encuentro, celebrado en

el museo Ars Málaga, el alcalde destacó el liderazgo de la ciudad como primer destino urbano español que más crece en viajeros y en estancias y cifró en unos 1.400 millones de euros el impacto económico que tendrá el turismo en la ciudad en este ejercicio.

Una ventanilla única para asesorar en congresos

Málaga tiene en la actualidad más de doscientas candidaturas presentadas para ser sede de congresos nacionales y extranjeros. Una cifra que denota la viveza de este destino en este segmento, para el que en la reunión de ayer del Foro de Turismo se abordó la creación de una ventanilla única de asesora-

ramiento e intermediación para el segmento de congresos y reuniones. En una intensa reunión se acordó la elaboración de nuevas guías turísticas y un plan de acción para posicionar la ciudad como puerto base de cruceros. Otro de los proyectos que esperan ver la luz a final de este ejercicio o inicios del próximo es el lanzamiento de la tarjeta Estudiante de Español en Málaga y de la que au- nará bajo un precio único el acceso a los principales museos y recintos históricos.

En el encuentro, en el que participaron responsables de los distintos segmentos turísticos y de instituciones e infraestructuras básicas del sector, también se analizó el comportamiento de los mercados emergentes y se consensuó la puesta en marcha de nuevas acciones promocionales en China, Corea del Sur, Japón, Taiwán, Rusia, Turquía y Estados Unidos. En el foro se decidió activar un proyecto conjunto de destinos urbanos andaluces para la promoción en mercados lejanos.