

Una treintena de empresas de turismo de salud se unen y lanzan nuevos productos

El Club Med & Beauty, impulsado por el Plan Qualifica, prevé un crecimiento anual de entre el 20 y el 30% de viajeros atraídos por esta oferta

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. La Costa del Sol Occidental saca partido a su oferta de turismo de salud y belleza. En el seno del Plan Qualifica se activó el club de producto Med & Beauty, que ha conseguido aunar los intereses de un total de 26 empresas, desde clínicas, hoteles, centros de spa y agencias de viajes, para lanzar al mercado nuevos productos turísticos que combinan diversos tratamientos médicos y de belleza con experiencias turísticas. La iniciativa fue presentada ayer por el consejero de Turismo en funciones de la Junta, Luciano Alonso, y el presidente de la Confederación de Empresarios andaluza y malagueña, Javier González de Lara, al cuerpo consular de Málaga, el segundo más importante de España, y con el que se ha cerrado el círculo de la cooperación para difundir en los países que representan este proyecto. En una estrategia de sumar esfuerzos entre lo público y lo privado, este nuevo club de producto, que se suma a los de ocio, golf, náutico y congresos, aspira a posicionar esta zona como la referencia del turismo de salud en el Mediterráneo.

De hecho, los responsables de Salud y de Bienestar de Med & Beauty, Luis Felipe Jaime y Lucía Romero, respectivamente, avanzaron que se trata de un segmento en alza, en el que se prevé un crecimiento anual



Alonso y González de Lara, antes de presentar la nueva oferta al cuerpo consular. :: MARI CARMEN SÁNCHEZ

de entre el 20 y el 30%. Esta iniciativa comercializa ya paquetes innovadores que combinan tratamientos con experiencias culturales y hasta náuticas, como un recorrido de dos horas en barco por la bahía con masaje en la cubierta y champán. Para ello, este club dispone de herramientas tecnológicas para vender 'on line' en todo el mundo. Se trata de un 'microsite', traducido en cuatro idiomas, que recoge estas «experiencias de salud y de bienestar competitivas e innovadoras a través de www.medandbeautycostadel-sol.com», precisaron.

El consejero de Turismo en funciones de la Junta, Luciano Alonso, y el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía y de Málaga, Javier González de Lara, coinci-

dieron en que se trata de un elemento diferenciador. «Con esta iniciativa remamos en la misma dirección para aportar un mejor futuro», dijo Alonso, que insistió en «la importancia de este tipo de proyectos que permiten al destino avanzar hacia un cambio de modelo competitivo del sector turístico de Málaga, así como convertir en un imperativo conseguir que el destino Costa del Sol Occidental tenga un valor diferencial y único», precisó.

Por su parte, González de Lara insistió a seguir trabajando bajo el modelo de cooperación para competir. «Este tipo de turismo está alcanzando grandes cuotas de crecimiento y nuestro destino está perfectamente preparado para dar un producto de calidad con toda la confianza que

se requiera. El objetivo de este acto es abrir canales de comunicación para que cada uno de los países puedan tener acceso a toda esta información y estar al tanto de los paquetes turísticos innovadores y distintos a los realizados hasta ahora», dijo.

El decano del cuerpo consular de Málaga y cónsul de Panamá, Baldomero Rodiles, instó a los empresarios del sector a creerse que cuentan con el mejor destino turístico y tendió la mano a colaborar en la promoción de este tipo de proyectos. A la presentación, celebrada en la sede de Turismo Andaluz, asistieron una quincena de cónsules de países dispuestos a difundir esta nueva oferta integrada por establecimientos que lucen el distintivo de calidad turística Sicted.