

# Crear producto y experiencias, claves para reducir distancia - Mediterráneo - 20/07/2017

NEGOCIOS RURALES PIDEN FACILIDADES PARA CREAR 'PACKS' JUNTO AL LITORAL

## Crear producto y experiencias, claves para reducir distancia

MEDITERRÁNEO

► Hay propuestas que ya funcionan, como los 'pueblos más bonitos de España'

X. PRERA // P. ALBERT  
mediterraneo@elperiodico.com  
CASTELLÓN

Aunque ya hace tiempo que muchos en el interior de Castellón generan ideas y estrategias que han conseguido situar a muchos establecimientos rurales en el mapa, lo cierto es que las cifras hacen necesaria una reflexión continuada que responda a la que en el sector definen como «la gran pregunta»: ¿Cómo convencer a los miles que vienen a disfrutar de las playas de la provincia para que también se lancen a explorar otras posibilidades?

El profesor de Sociología del grado de Turismo que imparte la Universitat Jaume I (UJI), Vicent A. Querol, da a **Mediterráneo** tres claves para tomar un nuevo impulso. La primera es «aprovechar la gran variedad de oportunidades que dispone este territorio y ofrecer productos calidad». En este sentido, está dando muy buenos resultados la combinación de los tres municipios castellonenses incluidos en la asociación de los Pueblos más bonitos de España.

El empresario de Vilafamés, Gabriel Mayo, asegura que en poco más de dos años los resultados ya son «palpables», y que en este sentido el interior «se aprovecha» de que Peñíscola también figure en esta lista. «Muchos vienen porque allí les dan información», indica. En Morella corroboran la utilidad de este producto, y añaden que es igualmente clave la red que se está tejiendo con pueblos de Aragón como Beceite, Calaceite o Puertomingalvo.

Otra posibilidad es la creación de *packs* turísticos en los que se incluyan propuestas de costa e interior. El presidente de la asocia-



► Los deportes de aventura experimentan un gran crecimiento en el interior.



**VICENT A. QUEROL**  
PROFESOR TURISMO UJI

«Hay que aprovechar las oportunidades que ofrece el territorio y ofertar productos de alta calidad»

ción del sector en el ámbito rural, Joaquín Deusdad, asegura que en verano es «prácticamente imposible conseguirlo» y en temporada baja, «muy difícil». ¿El motivo? «Que los touroperadores y los complejos hoteleros quieren todo el pastel», aunque él cree que «el resultado sería más completo y permitiría respirar».

**EXPERIENCIAS** // El turismo experiencial es el último pilar para Querol. «Debemos caminar hacia una mejor interpretación del territorio», sugiere. En este ámbito también hay soluciones, como el arte rupestre de Tírig, los dinosaurios de Morella, el enoturismo o el gran crecimiento del llamado turismo de aventura. ≡