

Castellón deberá reinventar su turismo para el AVE y aeropuerto - Mediterráneo - 24/04/2015

EXPERTOS INSTAN A APROVECHAR TECNOLOGÍAS Y REDES SOCIALES Y USAR LOS DATOS COMO ESTRATEGIA

Castellón deberá “reinventar” su turismo para el AVE y aeropuerto

► Lograr trenes AVE “mínimo 4 ó 6 veces al día” y chárteres de extranjeros es clave

► El sector hotelero o la administración deben crear ‘app’ de móvil y wifi en playas

NOELIA MARTÍNEZ
nmartinez@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Castellón deberá reinventar su modelo de negocio turístico y modernizarlo, sobre todo, con nuevos servicios tecnológicos para el turismo que sume cuando funcionen a pleno rendimiento el AVE -a final de año- y el aeropuerto -con chárteres de turcoperaadores en negociación para el 2016-. Unas ideas que aportaron los expertos durante la segunda y última jornada del Congreso Internacional de Turismo de la FUE-UJI, cuyo director, el catedrático Diego López-Olivares, abogó en sus conclusiones por “reivindicar que el tren de alta velocidad llegue a Castellón no una vez por la mañana y se vaya por la tarde, sino al menos cuatro o seis viajes al día. Es preferible que corra menos y venga más veces, como el modelo alemán”.

En cuanto al aeropuerto de Castellón, cuyos vuelos regulares de Ryanair a Londres y Bristol se iniciarán a mediados de septiembre, apuntó que “tendrá que dar buenos servicios y un bajo mantenimiento”. Y para atraer más turismo internacional, y así elevar su frecuencia de vuelos, recomendó “además de hacer campañas en otros países del destino Castellón, es clave ir in situ a preguntar a esos turistas internacionales que no vienen sus motivos para así mejorar, aplicando el neuroturismo, colocándose en la mente del otro”.

La incorporación de las nuevas tecnologías en pymes hoteleras y por parte de la Administración también fue otro consejo para Cas-



► Los investigadores Antonio Guevara, Aurkene Alzua-Soszabal, Tomeu Crespi y Celia Romero, en la UJI.

tellón. El foro de ayer animó a dar más servicios tecnológicos, desde aplicaciones de móvil con horarios de transporte, oferta cultura y de ocio a los cupones descuentos”.

DESTINOS INTELIGENTES // Pero también, como el caso de Palma de Mallorca, “ofrecer por ejemplo wifi gratis en primera línea de playa a turistas y habitantes, e ir ampliando a más zonas”. Además, apuntaron que las redes so-

ciales y los datos que se vuelcan en Facebook, Twitter o Trip Advisor sobre un destino turístico son claves, aunque “incontrolables”. Si se pueden analizar los datos que se obtengan de entradas en una web, por ejemplo, “para tener en cuenta esa información y orientar la estrategia turística (Open Data)”. En definitiva, se trata de potenciar los destinos turísticos inteligentes y sostenibles. Durante el certamen también

se apuntó que el turismo social y accesible va a más, “dado el envejecimiento de la población”.

En cuanto a modelos, López Olivares defendió “Benidorm, que es un modelo compacto, de bloques de hoteles en altura, ocupa poco territorio y da muchos servicios y, sobre todo, mucho más empleo que Torreveja, residencial”.

MÁS INFORMACIÓN Y SUGERENCIAS
► www.epmediterraneo.com
► Contenedor: 964214322 Buzón: 25511 COMIT

