

Nuevos retos para el turismo - El Mundo Castellón al Día - 08/11/2017

ALCALÀ DE XIVERT

Nuevos retos para el turismo

El plan estratégico propone crear ocho productos específicos y reforzar la marca

ALCALÀ DE XIVERT

El Plan Estratégico de Turismo de Alcalà-Alcossebre 2016-2020, elaborado por un equipo multidisciplinar de la Universitat Jaume I, dirigido por los profesores Diego López Olivares y Lluís Callarisa, reconoce hasta 81 recursos turísticos con los que ya cuenta el municipio y propone la creación de 8 productos específicos a través de los que aprovecharlos. En concreto, el plan apuesta por diseñar los productos específicos de playas y calas, naturaleza y paisaje, casco antiguo de Alcalà, castillo de Xivert, ermitas, fiestas y festivales, *tomata de penjar* y productos deportivos.

La creación de una marca turística, la desestacionalización, favore-

ciendo la llegada de visitantes durante todo el año, y la profesionalización del sector turístico local forman parte de los objetivos que se persiguen mediante el desarrollo de estos productos. En cuanto al diseño de estrategias, propone abordarlas desde varios planteamientos y por temáticas: territorial y medioambiental, productos turísticos, alojamiento y restauración, mejora de oferta comercial, estrategia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), comercialización y dinamización.

El plan se han completado con la metodología de los cuestionarios a entes públicos y privados del municipio: grupos municipales, empresarios y colectivos. A través de sus respuestas, se han recogido datos

como la necesidad de mejorar las comunicaciones entre Alcalà y Alcossebre, la preocupación por el freno al desarrollo urbanístico que pueda suponer el Pativel o la percepción de que el sector hostelero local está poco profesionalizado.

Destaca también la importancia de las infraestructuras señalando la creciente llegada de turistas a la localidad que ha supuesto el aeropuerto de Castellón.

El alcalde, Francisco Juan, destacó que «nuestro municipio tiene un enorme potencial y vemos cómo este plan marca la hoja de ruta para nuestra estrategia turística hasta el 2020 pero muchas de las cuestiones que apunta ya se han ido desarrollando».