

El nuevo reto turístico castellonense - Mediterráneo - 29/07/2018

La ventana de la UJI

El nuevo reto turístico castellonense

LUIS JOSÉ
Callarisa
Fiol*



El sector turístico es, desde hace décadas, uno de los principales motores de la economía española, y por supuesto, de la Comunitat Valenciana, que es la quinta comunidad en afluencia turística, por detrás de Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía. Los datos para 2018 siguen siendo positivos, y aunque parecía que este año empezábamos un nuevo ciclo a la baja, los datos que ofrece el INE y Hosteltur para la campaña de verano parecen optimistas, aunque con moderación dada la ligera recuperación de mercados competidores como Turquía, Egipto, Grecia, Túnez y Marruecos. Sobre todo el primero, que con sus tarifas de ultra todo incluido, resultan especialmente atractivas para las familias europeas.

Por lo que respecta a España como destino, ha registrado un incremento de las reservas de paquetes turísticos mucho más moderado. Así, por ejemplo, en Baleares se ha producido un incremento del 4,8% y en Canarias, al igual que el conjunto de las costas españolas, del 7,8%.

En el caso de la Comunitat Valenciana, según la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE), durante el primer semestre contabilizado en 2018, los hoteles de la Comunitat superaron los 13 millones de pernoctaciones hasta junio, lo que supone un 1,8% más

respecto al mismo periodo en 2017.

Este incremento viene básicamente por las pernoctaciones de viajeros extranjeros, con un incremento del 3,6%, mientras que el turismo nacional se mantiene en valores similares a los registrados en el primer semestre del pasado año, con un ligero incremento del 0,1%. Respecto a su número, la llegada de viajeros extranjeros se ha incrementado un 7,4%, mientras que los turistas nacionales se han incrementado en un 2,2% con respecto al año pasado. En el mes de junio, la Comunitat Valenciana registró un total de 898.261 viajeros, un 4,4% más que el mismo mes de 2017, aunque prácticamente con el mismo número de pernoctaciones que el año pasado (2.923.575), un 0,1% menos con respecto a 2017. Este dato es bastante mejor de lo que parece ya que el descenso en el conjunto de destinos españoles fue del 1,2%. En cuanto a los principales mercados emisores de nuestro turismo durante el pasado año, fueron Reino Unido, Francia y Alemania. En nuestra Comunitat, Alicante es el principal receptor de turistas, seguido de Valencia y, por último, Castellón.

EN NUESTRA PROVINCIA, hasta el mes de junio nos visitaron 534.026 turistas (un 1,9% más respecto a 2017), que sumaron 1.484.125 pernoctaciones (-1,1%

respecto 2017), de las cuales solo 264.916 (un 11,8% menos respecto a 2017) eran de turistas extranjeros (solo un 17,8% del total de pernoctaciones), datos que quedan muy lejos de los que registran las provincias de Alicante y Valencia.

La falta de unas infraestructuras viarias acordes a los tiempos que vivimos es un factor clave para explicar en parte esta situación. La pésima gestión de Fomento en el corredor mediterráneo es un hecho evidente que debería sonrojarse a todos los gobiernos centrales y autonómicos que hemos tenido hasta ahora. La deficiente conexión ferroviaria y por carretera con el norte de la provincia, donde se ubican los dos enclaves turísticos más importantes de la provincia, que son Peñíscola y Alcossebre, es un hecho que clama al cielo. Actualmente, la principal vía de entrada de dicho turismo es básicamente por carretera, dado que el aeropuerto de Castellón ha visto cómo se reducen los vuelos sin anunciar nuevos destinos, a diferencia de Alicante y Valencia, que han visto incrementar el número de vuelos y de destinos a lo largo de este 2018. Tampoco podemos pretender que el aeropuerto de Castellón, con las dificultades que tiene para encontrar compañías que quieran operar desde sus instalaciones, nos solucione en el corto plazo nuestras deficiencias.

Ante esta situación, solo nos queda trabajar duro y de una forma más coordinada para crear productos atractivos y más consistentes, apostando por nuevos modelos turísticos en clave territorial y no únicamente como destino local, basados en la búsqueda de sinergias y nuevas formas de dinamización y gobernanza, con el compromiso de caminar hacia la competitividad turística territorial y la sostenibilidad, integrando a los residentes en la creación de este nuevo modelo turístico como factor de diferenciación y puesta en valor.

EL REFORZAMIENTO de la identidad local, en paralelo a la valorización de recursos, el factor hospitalario, la profesionalización, la innovación o el uso turístico de las nuevas tecnologías constituyen actuaciones claves de un modelo turístico que satisfaga las necesidades del turista y contribuya al desarrollo del territorio.

La creación de productos que unan costa con interior (a menos de una hora desde la costa tenemos destinos como Morella, Culla, Sant Mateu Cervera, Vilafamés o Segorbe), constituye una estrategia turística en clave territorial, que favorece la diversificación de la oferta, proporciona las bases de un turismo más inclusivo y permite poner en valor nuestra riqueza cultural y paisajística, dando a conocer la afabilidad de nuestro carácter. Nos queda un arduo trabajo para tener unos datos turísticos aceptables, en comparación a Alicante y Valencia. No valen excusas, solo trabajo con tesón y profesionalización. ■

*Profesor titular en la Universitat Jaume I

La pésima gestión de Fomento en el Corredor debería sonrojarse a todos los gobiernos centrales y autonómicos