

El interior busca conectar su turismo con el litoral en Tírig - El Mundo Castellón al Día - 28/02/2020

El interior busca conectar su turismo con el litoral en Tírig

La jornada sobre turismo rural en el Museu de la Valltorta arroja claves para el futuro

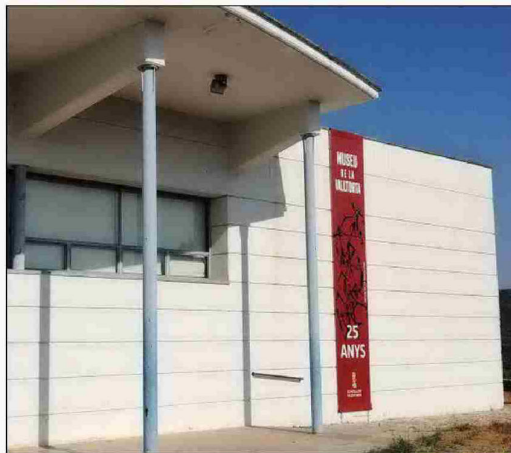
M. RONDA TÍRIG

Las experiencias que ofrece el turismo rural a través de los municipios de interior de la provincia resultan un complemento de gran calidad para el consolidado turismo costero de Castellón, pero para sacarle todo el jugo a este 'diamante en bruto' es necesario que ayuntamientos y administraciones superiores trabajen de forma conjunta con una marca común. Esta es la principal conclusión que expertos del turismo y empresarios de l'Alt Maestrat extrajeron ayer de las jornadas *Turisme rural Alt Maestrat, passat, present i futur* organizadas en el Museu de la Valltorta, en Tírig. Una cita a la que acudió público de lo más diverso, desde alcaldes y concejales de municipios próximos, hasta empresarios de la zona o técnicos de las oficinas de turismo de la comarca. Todos con un

objetivo en común: descubrir las claves para impulsar el turismo rural.

No en vano el escenario elegido para tal cometido ha sido el museo de arte rupestre de la Valltorta, uno de los centros museísticos que más visitas recibe de la provincia. Durante su intervención, la directora de las instalaciones, Pilar Vidal, hizo hincapié en «el valor añadido que una oferta turística complementaria y gratuita como ésta otorga a la provincia». No obstante, no todos los recursos patrimoniales, naturales o culturales que pueden resultar turísticamente atractivos se están explotando por parte de los municipios, o al menos no de la forma adecuada.

«Adecuar un recurso no es suficiente para convertirlo en producto turístico, hace falta trabajar a nivel de marca y a nivel supramunicipal, los municipios han de trabajar juntos



El Museu de la Valltorta es uno de los centros más visitados de Castellón. E.M.

y ser conscientes de que no solo el interior se beneficia de la costa, la costa también se beneficia de los recursos del interior», incidía Vidal tras el debate, en el que también participó Rosa Rodríguez, profesora de Comercialización e Investigación de Mercados en la UIJ; y Juan Bautista Ferreres, profesor de Análisis Geográfico Regional de la UIJ.

En su intervención, Rodríguez trató de concienciar a los presentes de la importancia del trabajo colaborativo a la hora de diseñar una estrategia y crear un destino. «Hay que preguntarse qué se quiere ser, decidir el turista que se va a recibir y ser conscientes de los recursos y la capacidad propia para convertirse en un

destino, como la oferta en alojamientos, restauración o servicios».

La profesora de la UIJ indicó que diseñar un producto o experiencia atractiva pasa por «buscar la singularidad y los recursos» de cada territorio aunque, en muchos casos, un municipio solo no cuenta con recursos suficientes, de forma que la mejor opción es crear un itinerario turístico que incluya varias experiencias a través de varios puntos cercanos.

En opinión de esta profesional del turismo la provincia cuenta con muchas ventajas para el turista que busca «tranquilidad, seguridad, buen clima y experiencias». En este último sentido Rodríguez apunta a un «turista participativo, al que le gusta in-

teractuar con el entorno».

El último consejo de la profesora de la universidad pública de Castellón para el público fue el de la importancia de «construir un relato» en torno al producto turístico que se quiera crear. «Hay que dar razones al turista potencial para que visite el territorio y comunicarlo bien. El turista se mueve por motivos que le impulsan a desplazarse a un lugar y no a otro. Ese argumento es clave para el éxito».

Una de las mayores dificultades que sufren los pequeños municipios del interior de la provincia a la hora de explotar sus posibles recursos turísticos, es la falta de recursos. «A nivel local el mayor problema es que los ayuntamientos no pueden afrontar el gasto de contratar profesionales que se dediquen a diseñar el producto y el destino».

Esta es la principal razón por la que las jornadas hicieron hincapié en la necesidad de la colaboración: «Una colaboración pública entre administraciones pero también público-privada, que incluya a los empresarios locales».

Por último, la profesora también lamentó que los Planes de Dinamización y Gobernanza de los Destinos Turísticos de la Comunidad Valenciana que impulsa la Generalitat, y destinados a crear estrategias conjuntas en un territorio, tan solo cuentan con una financiación económica de tres años, «lo que se traduce en que pasados esos tres años, en muchos casos el plan se queda ahí. Hay que salvar este obstáculo y concienciar a la administración de que siga financiando los planes».