

Castellón apuesta por el visitante 'millennial' para el turismo poscovid - Mediterráneo - 25/09/2021

JORNADA FINAL DE LA FERIA DESTACA EN RUTA

Castellón apuesta por el visitante 'millennial' para el turismo poscovid

Captar nuevos perfiles y fomentar la sostenibilidad serán claves en el futuro

Las medidas de seguridad creadas en la pandemia vienen para quedarse

B. ROIG
broigmartinez@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

La feria Destaca en Ruta, que en su tercera edición se desarrolló en la localidad de Orpesa, centró buena parte de su jornada final en el futuro del turismo tras la irrupción del coronavirus. Los expertos congregados hablaron de las recetas que necesita Castellón para reinventarse y para atraer nuevos modelos de visitantes. Uno de los que puso el foco en este aspecto fue Miguel Ángel Moliner, catedrático de la UJI y responsable del grupo de investigación dedicado a la investigación en marketing.

Durante su intervención hizo referencia a la capacidad de atraer nuevos modelos de visitantes, en función de sus necesidades. Detalló que la generación *boomer*, surgida en los años 70, «es muy potente, con personas bien formadas y una buena remuneración económica, pero hay que atender también a los *millennials*, que son diferentes y buscan unas experiencias turísticas diferentes», señaló. Algo que también llegará con la generación posterior, la de los *centennials*, «que son jóvenes muy digitalizados, y eso hay que ponerlo encima de la mesa» para promocionar la provincia.

La mesa, coordinada por Tere-

sa Prim, desde el área de Turismo de la Cámara de Comercio, supuso «una oportunidad de reflexión tras la crisis», a lo que añadió que los protocolos de seguridad aplicados con motivo del covid-19 «han venido para quedarse».

SOSTENIBILIDAD / Las aportaciones de la mesa redonda estuvieron precedidas por una conferencia de la investigadora en Turismo de la UJI María Rosa Rodríguez, que resumió en el concepto de «las cuatro eses (seguros, saludables, sostenibles y solidarios)» los planteamientos que han surgido con más fuerza en la desescalada del turismo. Un sector que, afirmó, «cerró un año 2019 con euforia por sus cifras de récord, y que ha sido de las industrias más afectadas» por la pandemia, «al cerrar las fronteras, cuando el turismo es fundamentalmente movilidad».

Rodríguez defendió que el modelo de negocio «no tenía problema, porque funcionaba bien, pero llegó la crisis». Desde entonces, los actores implicados se han encargado de «adaptarse al nuevo modelo de turista, ya que su escala de valores ha cambiado», a la hora de elegir espacios que les inspiren confianza, o bien en el cambio de preferencias para ir a lugares más cercanos y ubicados en el interior. Una de las intervinientes en la



Una de las mesas redondas de la feria estuvo dedicada a los cambios del sector turístico tras la irrupción del covid.

los cambios

1 RELEVO
La generación nacida en los 70 es el grupo más numeroso de turistas, pero hay que adaptarse a las necesidades de los nuevos grupos de edad.

2 NECESIDADES
Tras la desescalada hay un mayor interés en destinos poco masificados y que integren costa e interior, por lo que Castellón tiene una oportunidad.

3 SOSTENIBILIDAD
El respeto a los recursos naturales y evitar su sobreexplotación es uno de los desafíos a los que se enfrenta el sector en el futuro pospandemia.

'Robots sociales' para paliar la falta de personal en el sector

El turismo ya estuvo presente en la jornada del jueves de Destaca en Ruta, con un planteamiento referido a la falta de personal especializado en el sector, que implica a su vez una dificultad para encontrar perfiles cualificados en estas empresas. Ante esta realidad, Miguel Ángel Moliner, desde la UJI, adelantó que en estos momentos se trabaja en la creación de 'robots sociales', «que den en los hoteles información a los visitantes», y que podrían mantener el servicio al cliente en una situación de falta

de trabajadores. La medida debe pasar por una fase de análisis, con el fin de conocer el impacto que esta actuación pueda generar entre los turistas.

Las intervenciones de la alcaldesa de Orpesa, Araceli de Moya; y del director de la feria y de la Cátedra de Innovación Cerámica Ciutat de Vila-real de la UJI, Juan Bautista Carda, sirvieron para dar los agradecimientos y las conclusiones de esta cita itinerante dedicada a la transmisión del conocimiento.

La mesa redonda fue Alicia Puig, gerente de la Associació Pla de l'Arc, quien puso de manifiesto la oportunidad de generar nuevas experiencias mediante iniciativas como la creación de una red de vías verdes, con preferencia de paso

a vehículos sostenibles. Por otro lado, se expuso la necesidad de reforzar la colaboración entre el sector público y el privado para potenciar la oferta y promover la ansiada desestacionalización de las empresas turísticas de Castellón. ■