

La Costa de Azahar cotiza a la baja

El litoral provincial no atrae a nuevos visitantes y está a la cola de las zonas turísticas más destacadas del país

Los destinos de sol y playa de Castellón tuvieron el año pasado menos turistas que en 2009, al contrario que en otros territorios

■ AITOR TEZANOS

CASTELLÓN. La Costa de Azahar, sinónimo de sol, playas, buena comida y alternativas de ocio, ya no está de moda, y así lo reflejan un estudio llevado a cabo por Excelltur en base a los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y el Instituto Nacional de Estadística (INE). La conclusión es simple: el

litoral de la provincia de Castellón no es, en estos momentos, un destino turístico competitivo, al menos a nivel nacional.

A pesar de las graves dificultades que ha pasado el sector en España a raíz de la crisis económica, lo cierto es que en muchas zonas del país el turismo está resurgiendo de sus cenizas, aunque todavía no se ha alcanzado el nivel de años anteriores. El informe de Excelltur traza una comparativa entre las cifras de ocupación hotelera de 2010 y 2009 en las 21 principales zonas turísticas del país, de las que se extrae que en la mayoría de los destinos del litoral mediterráneo y de las islas Baleares y Canarias las pernoctaciones van al alza.

Sin embargo, en la Costa de Azahar el porcentaje de ocupación hotelera ha disminuido un dos por ciento de un año a otro y únicamente el litoral de Valencia tiene peores números (-4%). También bajan, aunque en menor medida que Castellón y Valencia, la Costa del Sol, la Isla de la Palma y la Costa de la Luz de Cádiz.

Por contra, entre las mejor situadas figuran la isla de Fuerteventura, donde el porcentaje de ocupación hotelera ha crecido un 23,7 por ciento en el último año; Ibiza y Formentera, con un 15,4 por ciento más y la Costa del Garraf de Barcelona, con un 13,3.

Pese a todo, la provincia no se rinde y busca hacer todo lo posible para recuperar los visitantes perdidos. De hecho, desde el Patronato de Turismo se llevan a cabo de forma continua multitud de iniciativas encaminadas a mejorar la competitividad de la Costa de Azahar y así hacer el territorio más atractivo para los visitantes. Una de ellas se ha puesto en marcha recientemente y consiste en la creación de siete comisiones de trabajo que tendrán como objetivo dar a conocer los atractivos de la región y fomentar el turismo de cruceros, el gastronómico, el de cruceros o el de

golf, un deporte que tradicionalmente ha generado la llegada de muchos visitantes pero que actualmente se encuentra en 'stand by' dada la paralización de la construcción de los campos proyectados.

Optimismo en Semana Santa

Cabe destacar que, pese a los negativos resultados del informe de Excelltur, el sector turístico castellonense se muestra «optimista» y confía en que la cada vez más próxima Semana Santa, que marca el inicio de la temporada alta, se salde con una importante llegada de turistas a nuestras costas. Así lo reconocía esta misma semana el presidente de la Federación de Turismo de Castellón (Feturcas), Eduardo Ferreres, quien explicaba que «por ahora los hoteles de la zona están en torno al 70 ó 80 por ciento de ocupación». Aún así, dijo, «habrá que esperar a última hora para conocer los datos exactos, pues cada vez son más los que apuran al máximo para contratar sus vacaciones», apuntó.

El hecho de que este año las fiestas hayan caído a finales de abril, decía Ferreres, «es un gran aliciente, pues el buen tiempo y el sol empujan a locales y foráneos a salir a la calle y hacer gasto», lo que sin duda aprovechará un sector que no pasa por su mejor momento.



La playa de Morro de Gos de Oropesa, llena de bañistas. ■ LP