

el dato**TURISMO RURAL Y GASTRONOMÍA**

EL PATRONATO DE TURISMO PREVE HAZER MÁRKETING DE CALLE Y OTRAS ACCIONES

► Si el turista 'tipo' que acude a las casas rurales del interior castellanense procede en un 70% de la provincia de Valencia y, sobre todo, de su capital, ese es precisamente el nicho de clientes en el que el Patronato Provincial de Turismo de la Diputación Provincial centra su atención para mejorar la ocupación en este segmento.

► La gerente del Patronato, Virginia Ochoa, ha informado que para este año el eje de promoción del turismo rural es el de "todo lo relativo a la gastronomía" y la idea es "impulsarlo sobre todo para el visitante de proximidad, para que ciudadanos de la provincia de Castellón conozcan mejor la oferta desde este punto de vista y, combinado con la oferta en senderismo y otros elementos complementario, se fomenten las escapadas de unos días".

► Además, ha puesto de manifiesto Ochoa, está programada la realización de dos campañas en la ciudad de Valencia. Una de ellas, de carácter integral en la promoción del destino castellanense de interior y una segunda, de lo que se denomina 'street marketing', es decir, marketing de calle. En alojamiento rural, Castellón ha cerrado el 2012 con un descenso en el número de casas específicas, aunque la provincia continúa como líder dentro de la Comunitat.



► Imagen de una edición pasada del Concurso Nacional de Saltos de Obstáculos, que este año se ha pospuesto hasta el próximo mes de julio.

40.000 PERNOCACIONES EN UN AÑO EN LA CAPITAL

El turismo deportivo coge el relevo a los negocios en hoteles urbanos

► Una treintena de eventos mensuales logran que la oferta urbana no se resienta

► Ashotur destaca que se mantienen ratios de rentabilidad aceptables por ahora

MARIBEL AMORIZA
mamoriza@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Al menos 34 eventos deportivos en marzo, como la Copa de Europa de lanzamientos que se celebró el pasado fin de semana, o el Triangular Femenino de Golf previsto para el próximo, con un ritmo de programación que se prevé en la misma línea para todo el año en Castellón. En estas convocatorias que, según informó el alcalde, Alfonso Battaler, generaron 40.000 perno-

taciones en el 2012, está la clave para el sostén del 10% de la oferta hotelera provincial, situada en la capital, cuyo negocio bajó, no obstante, un 8,6%, según el último informe de Exceltur.

Se trata de un nicho de mercado que está materializando el relevo a la demanda de negocios, centrada en el sector cerámico, que tradicionalmente y hasta el comienzo de la crisis económica ha alimentado la oferta urbana.

El gerente de la patronal turística provincial, Carlos Gomis, explica en este sentido que "en



CARLOS GOMIS
Gerente de Ashotur

"Hay acontecimientos deportivos convocados todos los meses en la ciudad de Castellón y la gente responde"

estos momentos hay acontecimientos deportivos convocados todos los meses y la gente responde, de manera que se van sosteniendo índices de rentabilidad aceptables". Esto es así, a pesar de que las plantillas se están ajustando en los hoteles de la capital, igual que "ocurre en todo el sector turístico". De hecho, según el

informe de Exceltur, el empleo ha bajado en este subsector de la capital de la Plana un 25% en el último año y ocupa al cierre de ese ejercicio económico a 1.871 personas en total.

La oferta de eventos deportivos es una de las áreas en las que la Diputación está realizando un especial hincapié. La gerente del Patronato Provincial, Virginia Ochoa, recuerda que "hasta el año 2007, los hoteles urbanos vivían del turismo de negocios que propiciaba en buena parte la industria azulejera y, desde entonces, se ha producido una transformación importante, de manera que el turismo deportivo ocupa su lugar, con múltiples eventos organizados, gracias al apoyo de la Diputación y del Ayuntamiento de Castellón".