

Benicàssim

Turismo



En este número

- Benicàssim y el turismo
- Benicàssim Lab. Las empresas turísticas de Benicàssim analizan la estacionalidad del destino



Benicàssim y el turismo.

La historia de Benicàssim, desde el final del siglo XIX está estrechamente vinculada al turismo, con la construcción de la primera de las Villas, por D. Joaquín Coloma, ingeniero de la Compañía de Ferrocarriles del Norte de España que estaba al frente de la construcción de la línea férrea entre Castellón y Tarragona; Villa Pilar, la llamó en honor de su esposa.

Entre los últimos años del siglo XIX y las dos primeras décadas del siglo XX se fueron construyendo villas, a lo largo de la línea de costa, produciéndose desde muy pronto una diferenciación en dos zonas: la situada más al norte, desde el actual hotel Voramar hasta la Almadraba, a la que se le dio el nombre del “*infierno*”, debido a las fiestas que se organizaban en esta zona; y en contraposición, la parte más moderna, al sur del barranquet y hasta la Torre de San Vicente se le dio el nombre de “*corte celestial*”, debido a la mayor tranquilidad de sus habitantes y a los nombres de sus villas, muchos de ellos alusivos al santoral. Estas construcciones pertenecían a las clases acomodadas de Valencia y Castellón, y en 1906 había 34 villas construidas, que en 1910 pasaron a ser 53.

El gran auge que tomó Benicàssim a principios del siglo XX, le valió posteriormente el calificativo del “*Biarritz de Levante*”, y es que en aquellos años la burguesía castellonense y valenciana, atraída por las bondades de su clima y su paisaje marítimo eligió este municipio como destino perfecto para pasar sus vacaciones.

Es en la época del “desarrollismo”, a mediados de la década de los 60 y hasta la década de los 70, cuando Benicàssim va a experimentar una verdadera transformación urbana, fruto del crecimiento que llevó a la construcción de apartamentos a lo largo de su litoral, algunos de ellos en espacios antes ocupados por las antiguas villas, y que constituyeron la base sobre la que desarrolló el “turismo residencial” que ha determinado el posterior desarrollo del turismo en el municipio.

Junto a este modelo se ha ido consolidando una oferta turística que en la actualidad, suma casi unas 8.000 plazas, entre establecimientos hoteleros (hoteles y hostales), campings, y apartamentos turísticos, que alojan al año en torno a unos 110.000 turistas, de los que aproximadamente un 70% son turistas nacionales, y el 30% restante son turistas extranjeros.



Frente litoral de Benicàssim

Benicàssim Lab. Las empresas turísticas de Benicassím analizan la estacionalidad del destino

En el marco del proyecto Benicàssim Lab (Laboratorio de Innovación Turística de Benicàssim), acción encuadrada en el Plan Director de Benicàssim Destino Turístico Inteligente, y dando continuidad al taller celebrado en el mes de mayo, en el que se trabajó en la identificación y análisis de los principales desafíos y oportunidades para el desarrollo turístico de Benicàssim, se convocó un nuevo taller formativo y de trabajo en el mes de octubre, con el objetivo principal de debatir y determinar soluciones para afrontar los retos que Benicàssim tiene para avanzar en el desarrollo sostenible de la actividad turística dentro del modelo de Destino Turístico Inteligente.

Las convocatoria se hizo a las empresas y entidades adheridas al SICTED, y que constituyen el grupo motor de Benicàssim Lab, así como también a otras empresas y entidades y conforman el ecosistema de innovación de Benicàssim, y que ya participaron en el taller anterior.

El análisis de los gráficos que se exponen a continuación, pone de manifiesto la diferencia del comportamiento de la demanda según la tipología de los establecimientos turísticos. En los hoteles, los flujos de la demanda turística que elige Benicàssim como destino turístico; se concentra en en los meses estivales, especialmente julio y agosto, y el mes en el que se celebra la Semana Santa (marzo o abril).

(viene de la pg. 1)

Ahora bien, estas cifras no son más que la punta del iceberg, ya que el municipio de Benicàssim, según el Censo de Población y Vivienda de 2011, cuenta con 13.090 viviendas de carácter secundario, es decir aquellas que son destinadas para residir en vacaciones, fines de semana, u otros períodos análogos. Las personas que utilizan estas viviendas en estos períodos son también turistas (siguiendo la definición de la OMT), lo que aumenta considerablemente el total de personas, nacionales o extranjeras, que eligen Benicàssim para pasar sus períodos de ocio y vacaciones.

En conjunto, y a la vista de los datos, el turismo ha contribuido de manera muy significativa al progreso económico y social de Benicàssim, y es ahora cuando hay que sentar las bases de un desarrollo orientado hacia la sostenibilidad, conjugando la rentabilidad con la salvaguarda



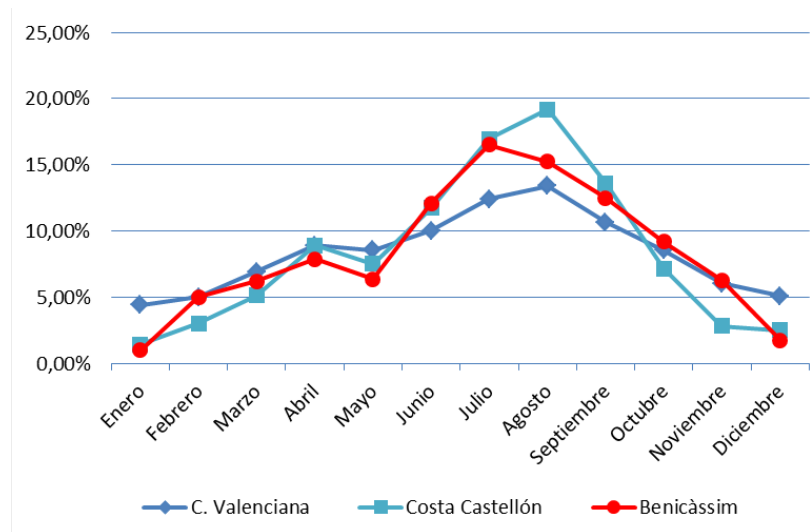
(viene de la pg. 2)

Esta situación tan dispar entre la oferta hotelera y la oferta de campings, al margen de que en el caso de la oferta de campings se hace referencia a un solo establecimiento, se explica, en gran medida, por la estrategia de segmentación puesta en práctica por la oferta de campings, con una proporción mayor de turistas residentes en España, que viajan principalmente en las temporadas en las que no lo hacen los turistas residentes en España. Lo cual, evidencia que si bien la estacionalidad de la demanda puede tener su efecto sobre la oferta, las empresas turísticas pueden poner en práctica estrategias que minimicen este impacto, reduciendo considerablemente el impacto de la estacionalidad.

Partiendo de esta reflexión, se han identificado los principales factores de la estacionalidad turística de Benicàssim, con el objetivo de definir soluciones que actúen sobre estos factores:

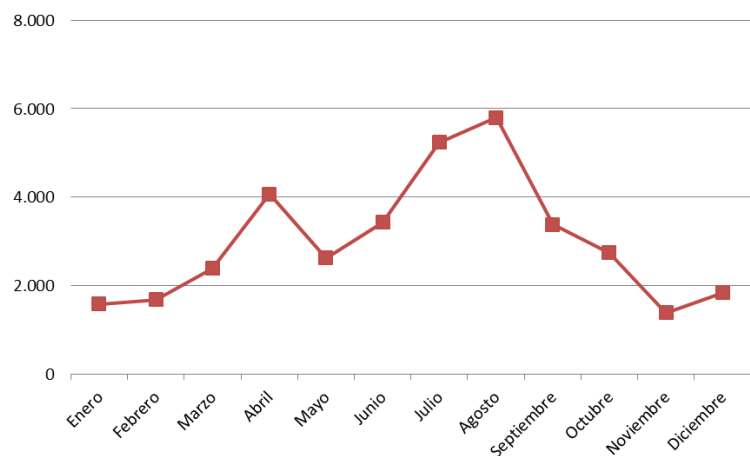
1. El Clima. Benicàssim es un destino tradicionalmente de Sol y Playa, su disfrute está principalmente asociado a la época estival, período en el que se registran los mayores flujos de demanda turística. Sin embargo, el clima de Benicàssim permite su disfrute turístico durante todo el año, con temperaturas que oscilan entre los 29°C. en el mes de Julio a los 15°C en el mes de Enero.
2. La localización geográfica: municipio de litoral. El carácter litoral de Benicàssim constituye, según los participantes, es otro de los factores de estacionalidad turística. Este factor provoca en gran medida su asociación como destino de Sol y Playa.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Benicàssim, Comunitat Valenciana, y Costa de Castellón, por meses (2019)



Fuente: INE y Oficina de Turismo de Benicàssim. Elaboración propia.

Pernoctaciones en Campings de Benicàssim, por meses. (2019).



Fuente: INE y Oficina de Turismo de Benicàssim. Elaboración propia.

3. La conectividad. En relación con este punto el municipio de Benicàssim cuenta durante el período estival con medios de transporte que facilitan la llegada de turistas en este período (RENFE y Autobús).
4. Falta de oferta relacionada con diferentes aspectos del destino: alojamiento, cultural, actividades de ocio, eventos, etc.
5. Falta de promoción en los mercados internacionales. El peso de los turistas no residentes en España sobre el total de turistas que visitan el municipio es, en términos generales de un 25%, y el de los turistas residentes en España es el 75%.
6. Cultura empresarial / modelo de negocio de las empresas turísticas de Benicàssim. En este sentido, se consideró un factor de estacionalidad el modelo de negocio de una parte importante de las empresas turísticas del destino, que centra la actividad en los períodos vacacionales del año, especialmente en la época estival, y cierran el resto del año.

En síntesis, entre las soluciones comentadas con respecto a los diferentes factores de estacionalidad que han sido identificados en el taller, destacan:

- **Vincular a la imagen turística de Benicàssim la posibilidad de disfrute durante todo el año.**
- **Desarrollar productos turísticos relacionados con los atractivos y recursos turísticos de Benicàssim, con criterios de segmentación: Naturaleza, Cultura, Gastronomía, Reuniones y Convenciones, Eventos Deportivos, Festivales y eventos culturales, Salud y Bienestar, Familia, Senior.**
- **Promoción en mercados internacionales** (acción muy vinculada con el desarrollo de producto). La promoción ha de ir asociada a propuestas turísticas atractivas para los diferentes mercados.
- **Incremento del aprovechamiento de la conectividad aérea que ofrece el Aeropuerto de Castellón**, especialmente en relación con los mercados europeos.

