

Benidorm Tierra Adentro: un nuevo producto turístico basado en las dinámicas de complementariedad territorial

Daniel Díez Santo
Universidad de Alicante

Resumen

Benidorm Tierra Adentro es una propuesta para el desarrollo de un nuevo producto turístico basado en las dinámicas de complementariedad territorial litoral-interior. La movilización de flujos turísticos establece relaciones simbióticas entre Benidorm y los municipios del interior provincial, aportando beneficios directos e indirectos para ambos. Entre ellos, destacan la dinamización de la oferta de alojamiento y del tejido empresarial adyacente (empresas de transporte, guías, restauración, comercios y artesanía). Este producto puede ser capaz de reactivar la industria turística de Benidorm e invertir las incipientes tendencias regresivas provocadas por los cambios producidos en la demanda y la aparición de “nuevos” destinos competidores.

Benidorm Tierra Adentro puede contribuir de un modo decisivo a reducir la estacionalidad, ampliar la estancia media, aumentar la satisfacción y la fidelidad de la demanda, incrementar el gasto turístico y posicionar Benidorm en el panorama internacional como un destino innovador, responsable, sostenible, singular e integrador.

Palabras clave

Benidorm, producto turístico, complementariedad territorial, movilidad de flujos turísticos, turismo de interior.

1. Introducción

Las nuevas tendencias del mercado y los nuevos competidores han hecho que los destinos clásicos de sol y playa estén encontrando límite a su crecimiento y evidenciando claras muestras de fatiga en sus tradicionales sistemas productivos. Las estructuras empresariales y territoriales creadas rápidamente en décadas anteriores para dar respuesta a una demanda estandarizada y creciente, dejan de ser las que tienen una mayor capacidad competitiva en un contexto en el que las necesidades y las expectativas de la demanda cambian radicalmente (Vera y Monfort, 1994) y (Perelli, 2002).

Las nuevas tendencias y comportamientos observados en la demanda turística, permiten considerar la introducción dentro del mercado turístico de espacios que hasta el momento han mantenido una posición marginal dentro del mismo. La mayor valoración del patrimonio cultural y ambiental, el deseo de practicar un ocio activo o el rechazo a las ofertas estereotipadas, producidas a partir del modelo estándar, otorgan a muchos espacios de interior el carácter de áreas con un extraordinario potencial turístico (Baños, 1998).

Benidorm, conocedor del panorama turístico actual y de la obligada necesidad de ir por delante de sus competidores, apuesta claramente por la innovación y la captación de ideas que preparen el destino ante un futuro cada vez más competitivo y global. Este afán es el germen que ha dado pie a la organización de un concurso de ideas originales que lancen propuestas para el futuro de Benidorm en materia de urbanismo, promoción turística, desarrollo de nuevos productos turísticos, nuevas fórmulas de gestión, iniciativas empresariales novedosas y cualquier otra propuesta que surja del espíritu de emprendedores e investigadores.

La propuesta de futuro lanzada en este proyecto de investigación queda inserta en la línea de ideas referidas al desarrollo de nuevos productos turísticos para Benidorm 2050. Sin embargo, antes de proponer cualquier estrategia es fundamental conocer la situación de partida y la evolución que ha dado pie a esa situación de cara a la identificación de tendencias. Con este fin se ha desarrollado un sistema de indicadores turísticos para la identificación de los problemas y tendencias negativas que evidencia

Benidorm. Asimismo, cada indicador se hace eco de la tendencia que se debería seguir para la pervivencia y buen funcionamiento del destino turístico.

Finalmente, el proyecto trata de demostrar como a partir de la creación de un nuevo producto turístico basado en las dinámicas de complementariedad territorial y la movilidad de los flujos turísticos entre Benidorm y los municipios interiores, se pueden conseguir toda una serie de sinergias para la consecución de los principales retos turísticos de Benidorm 2050.

Benidorm Tierra Adentro es un producto turístico pensado para satisfacer los nuevos requerimientos de la demanda turística actual y dar un impulso mediático al turismo de sol y playa de Benidorm. Este producto se apoya en el desarrollo sostenible, la integración territorial, la solidaridad económicamente rentable, la singularidad productiva, la innovación turística y la diversificación de la oferta.

Este nuevo producto turístico se puede convertir en una herramienta fundamental para posicionar Benidorm frente a los nuevos destinos “emergentes” que compiten vía costes y los destinos tipo resort que se alejan de la autenticidad territorial. Benidorm Tierra Adentro supone un paso definitivo hacia el turismo del futuro, que únicamente podrán desarrollar aquellos destinos consolidados con la suficiente experiencia y capacidad organizativa para asumir el reto. La mayoría de los destinos de sol y playa no podrán copiar este modelo, ya que se requiere no solamente de un destino turístico de primer orden, sino también de un interior turístico capacitado (atractivos turísticos, asociacionismo empresarial, calidad en la oferta e infraestructuras y servicios adecuados).

Cabe señalar que Benidorm Tierra Adentro es un producto que deberá estar en pleno funcionamiento en 2050, pero que debe empezar a fraguarse en la actualidad. Por esta razón el proyecto incluye un programa temporal y espacial que describe cuando y donde se deben ir acometiendo cada una de las diferentes fases de implantación del producto. Así, en una primera fase se deberá desarrollar una experiencia piloto en tres municipios interiores que afecten a diferentes ámbitos geográficos y con las suficientes aptitudes turísticas para materializar el éxito de la iniciativa. Los criterios tenidos en cuenta para la selección de los primeros municipios interiores y los sucesivos

responden básicamente a la disponibilidad de plazas de alojamiento (hotel y casa rural), la idoneidad de los recursos turísticos (singularidad, atractivo, resistencia al impacto, accesibilidad, estacionalidad, afluencia actual de público, disponibilidad de información, facilidad de explicación, pertinencia, seguridad y facilidad de instalación), grado de asociacionismo empresarial (hostelería, turismo y artesanía), voluntad política (existencia de patronatos de turismo y dinamismo de las concejalías de turismo) y posibilidad de atender al turista satisfactoriamente (Tourist Info y guías turísticos).

2. Sistema de indicadores para el análisis de la situación turística de Benidorm.

El empleo de un sistema de indicadores responde a la necesidad metodológica de crear una herramienta operativa con capacidad suficiente para generar un conocimiento riguroso, sistemático y exhaustivo de la situación actual de Benidorm como destino turístico.

Un indicador es un parámetro empírico, o estimación de un parámetro empírico, que proporciona información acerca de un fenómeno que no es directa o inmediatamente observable. Se denomina precisamente indicador porque “indica” o pone de relevancia aquellos aspectos relacionados con el fenómeno o la variable teórica que se quiere estudiar sin cubrirlos en su totalidad (Romero y Vera, 2008).

Los indicadores construidos en este proyecto son en su totalidad de tipo cuantitativo. Los indicadores cuantitativos presentan un mayor grado de versatilidad para el tratamiento estadístico de las variables (evolución, proporción, variación y proyección). Los indicadores turísticos son confeccionados para cubrir dos perspectivas básicas. Una perspectiva analítica encaminada hacia la detección de puntos críticos y otra de carácter propositivo que identifica las tendencias deseadas. En esta última perspectiva es en la que se incardina la propuesta Benidorm Tierra Adentro, como un producto capaz de conducir al destino hacia la consecución de la tendencia deseada.

Tabla 1. Indicadores de oferta y demanda turística

Indicadores
1. Pernoctaciones en hoteles y hostales.
2. Pernoctaciones de extranjeros.
3. Variación de las pernoctaciones de extranjeros.
4. Oferta de alojamiento en hoteles y apartamentos.
5. Grado de ocupación en hoteles y hostales.
6. Estacionalidad en hoteles y hostales.
7. Estancia media en hoteles.
8. Estancia media hotelera según origen de la demanda.
9. Fidelidad de la demanda: turistas que repiten visita.
10. Satisfacción de la demanda: turistas con intención de regresar.
11. Perfil de la demanda: distribución por edades de los turistas.
12. Perfil de la demanda: acompañantes en el viaje.

Las fuentes de información de las que se han extraído los datos cuantitativos para la creación de los indicadores turísticos son en su totalidad procedentes de organismos públicos tales como el Instituto Nacional de Estadística (Encuesta de Ocupación Hotelera), la Conselleria de Turisme (Encuesta Turística y Oferta Turística Comarcal y Municipal) y el Ayuntamiento de Benidorm (Benidorm en Cifras).

Cada ficha presenta un indicador turístico diferente y muestra el objetivo por el cual fue construido. Asimismo, cada ficha incorpora una tabla con los datos analizados y una representación gráfica de los mismos en función del tipo de análisis que se quiere realizar. No obstante, lo más valioso del indicador es el comentario que se realiza, que trata de sintetizar la situación actual e identificar los puntos o tendencias negativas de cada magnitud analizada. Finalmente, la ficha incorpora un apartado referido a la tendencia deseada que se encamina hacia dos generaciones de estrategias posibles. El mantenimiento de la tendencia en el caso de situaciones positivas y difícilmente mejorables o la ruptura de la tendencia actual en el caso de tendencias negativas, regresivas, peligrosas o de interés prioritario para el destino turístico.

Indicadores turísticos de Benidorm

Indicador	PERNOCTACIONES EN HOTELES Y HOSTALES.
Fuente	Encuesta turística. Conselleria de Turisme.
Objetivo	Conocer la evolución de las pernoctaciones en alojamientos reglados (hoteles y hostales) de residentes y no residentes durante los últimos diez años.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Españoles	Extranjeros
1997	3.926.486	6.041.852
2007	4.830.238	6.311.021

Evolución del número de pernoctaciones en hoteles y hostales de Benidorm según la procedencia de la demanda turística (1997-2007)



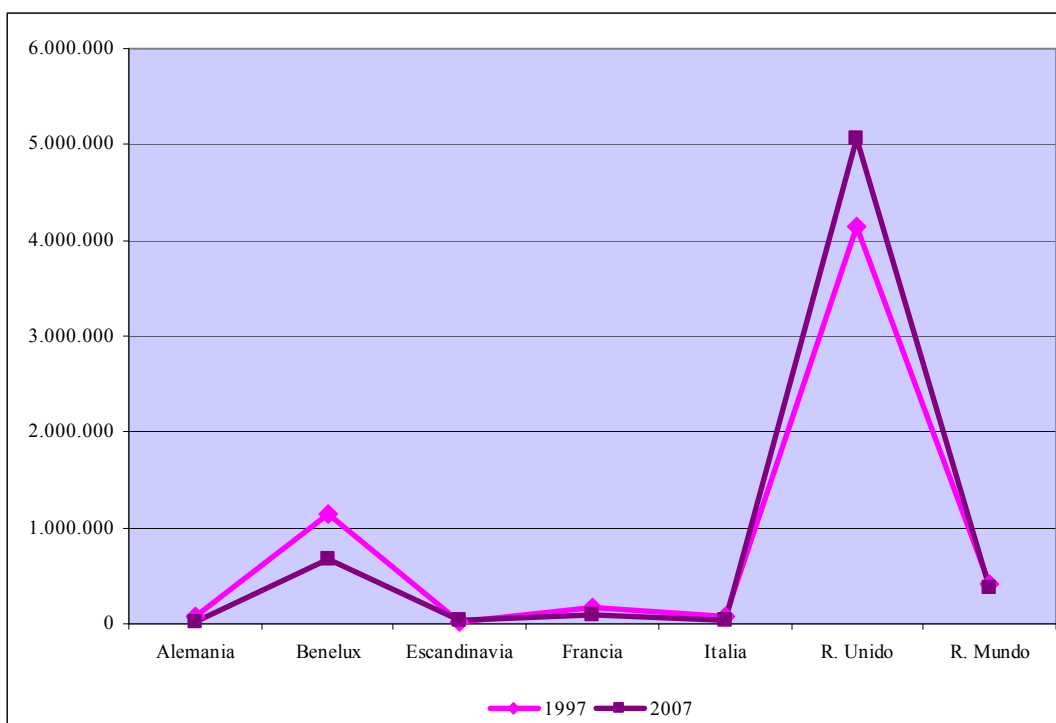
Comentario	De 1997 a 2007 Benidorm ha incrementado el número total de pernoctaciones en un 11,9%. Sobre todo ha resultado significativo el incremento de las pernoctaciones de los turistas nacionales (23%), que ha alcanzado en 2007 el valor de 4.830.238 pernoctaciones. A un ritmo inferior han crecido las pernoctaciones de los turistas no residentes (4,5%), aunque se ha llegado a la importante cifra de 6.311.021 pernoctaciones. En 2007 el 56,6% de las pernoctaciones realizadas en los hoteles y hostales de Benidorm fueron de turistas extranjeros.
Tendencia deseada	Incrementar las pernoctaciones de extranjeros para reducir la estacionalidad y mantener el ritmo de crecimiento en las pernoctaciones de nacionales.

Indicador	PERNOCTACIONES DE EXTRANJEROS.
Fuente	Encuesta turística. Conselleria de Turisme.
Objetivo	Determinar la evolución de las pernoctaciones de los extranjeros según nacionalidades para el periodo 1997-2007.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Alemania	Benelux	Escandinavia	Francia	Italia	R. Unido	R. Mundo
1997	70.357	1.146.636	10.486	176.473	79.759	4.137.504	411.638
2007	28.094	676.340	32.422	96.732	31.739	5.068.021	377.292

Comparativa sobre pernoctaciones de extranjeros en Benidorm según origen (1997-2007)



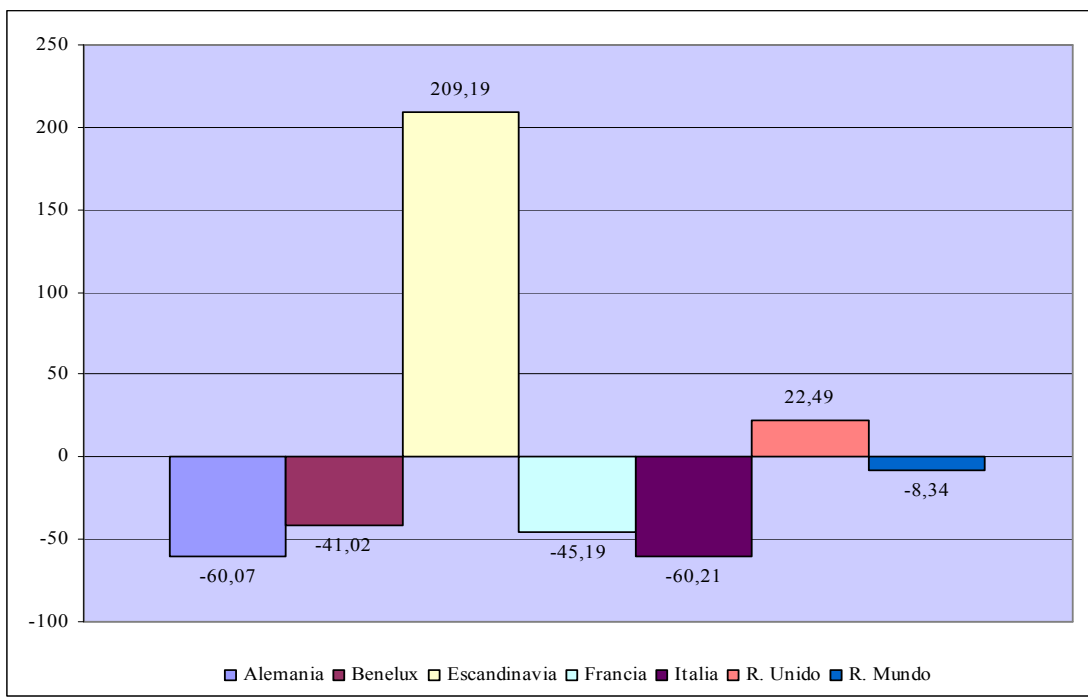
Comentario	El segmento de demanda internacional más importante para Benidorm es el procedente del Reino Unido (80,3% del total de pernoctaciones). A gran distancia aparece el segundo mercado internacional con mayor relevancia. Los turistas procedentes del Benelux (Bélgica, Holanda y Luxemburgo) representan el 10,7% del total de pernoctaciones. El resto de países emisores no superan la cifra de las 100.000 pernoctaciones anuales. Los principales mercados emisores que quedan englobados bajo la denominación resto del mundo son Rusia, Portugal, América y República Checa.
Tendencia deseada	Mantener el volumen de pernoctaciones de los turistas británicos y tratar de incrementar la presencia de turistas de otros países.

Indicador	VARIACIÓN DE LAS PERNOCTACIONES DE EXTRANJEROS.
Fuente	Encuesta turística. Conselleria de Turisme.
Objetivo	Analizar la variación de las pernoctaciones de extranjeros según procedencia de la demanda para el periodo 1997-2007.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Alemania	Benelux	Escandinavia	Francia	Italia	Reino Unido	Resto Mundo
Tasa de Variación (1997-2007)	-60,07	-41,02	209,19	-45,19	-60,21	22,49	-8,34

Variación de las pernoctaciones de los no residentes según origen de la demanda (1997-2007)



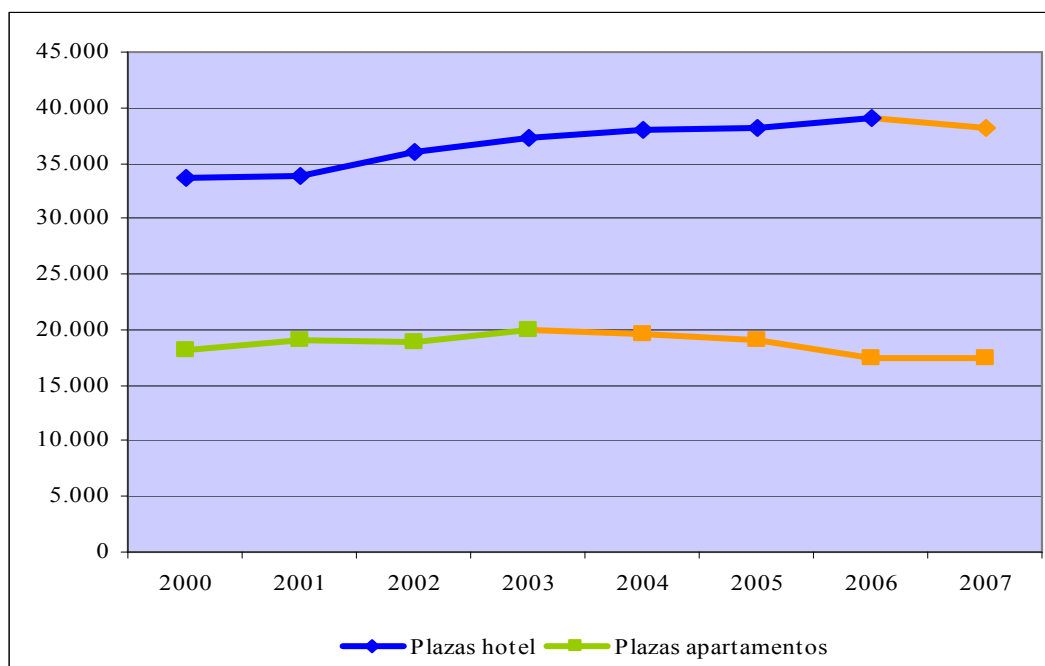
Comentario	Durante los últimos diez años Benidorm ha acentuado peligrosamente su especialización en el mercado británico, aumentando las pernoctaciones de los ingleses en un 22,5%. Muy significativo ha resultado también el incremento relativo de turistas escandinavos (209,2%). Sin embargo, Benidorm ha perdido mercados que han sido tradicionalmente muy importantes para el destino como Italia (-60,2%), Alemania (-60,1%), Francia (-45,2%), Benelux (-41%) y resto del mundo (-8,3%).
Tendencia deseada	Mantener el volumen de turistas ingleses, apostar por el mercado escandinavo y tratar de recuperar otros países emisores.

Indicador	OFERTA DE ALOJAMIENTO EN HOTELES Y APARTAMENTOS.
Fuente	Oferta turística municipal y comarcal. Conselleria de Turisme.
Objetivo	Determinar la evolución del número de plazas regladas en hoteles y apartamentos durante el periodo 2000-2007.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Plazas en hoteles de Benidorm	Plazas en apartamentos de Benidorm
2000	1.150	469
2001	1.219	633
2002	1.270	817
2003	1.452	984
2004	1.710	1.160
2005	2.056	1.336
2006	2.159	1.377
2007	2.263	1.589

Evolución del número de plazas en alojamiento reglado: hoteles y apartamentos (2000-2007)



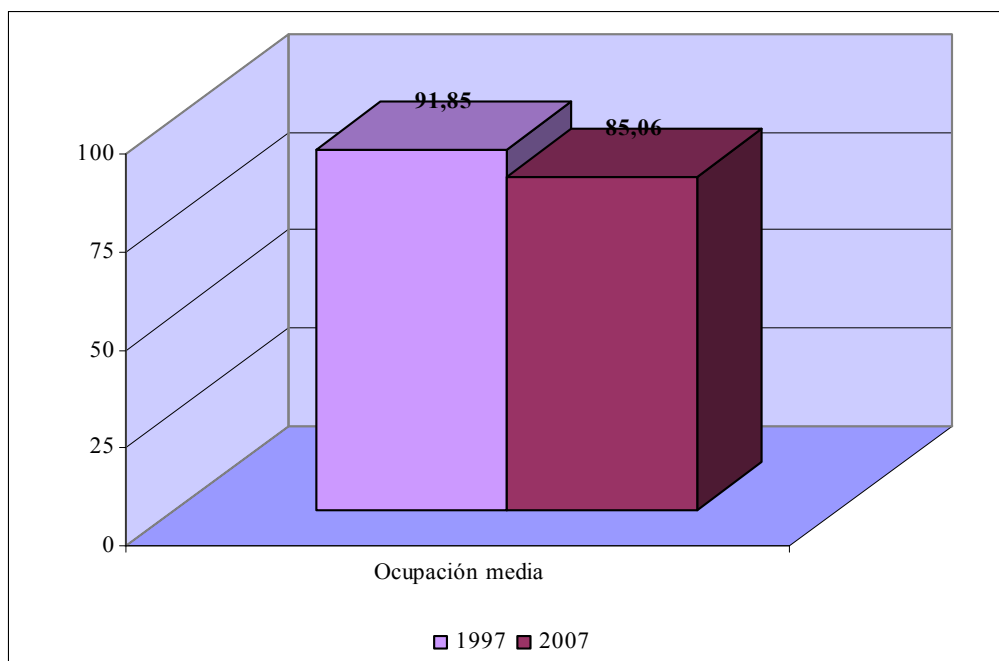
Comentario	Benidorm durante el periodo 2000-2007 ha incrementado sus plazas hoteleras en un 13,3%. Sin embargo, durante el último año ha experimentado una reducción del -2,3%. Por su parte, el número de plazas en apartamento ha caído un -4,1%. Esta tasa de variación llega al 12,7%, si se tiene en consideración únicamente el periodo 2003-2007.
Tendencia deseada	Mantener el número de plazas hoteleras existentes y legalizar los apartamentos no reglados.

Indicador	GRADO DE OCUPACIÓN EN HOTELES Y HOSTALES.
Fuente	Encuesta turística. Conselleria de Turisme.
Objetivo	Comparar los niveles de ocupación media en hoteles y hostales de 1997 y 2007.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Benidorm 1997	Benidorm 2007
Ocupación media	91,85 %	85,06 %

Evolución de la ocupación media en Benidorm (1997-2007)



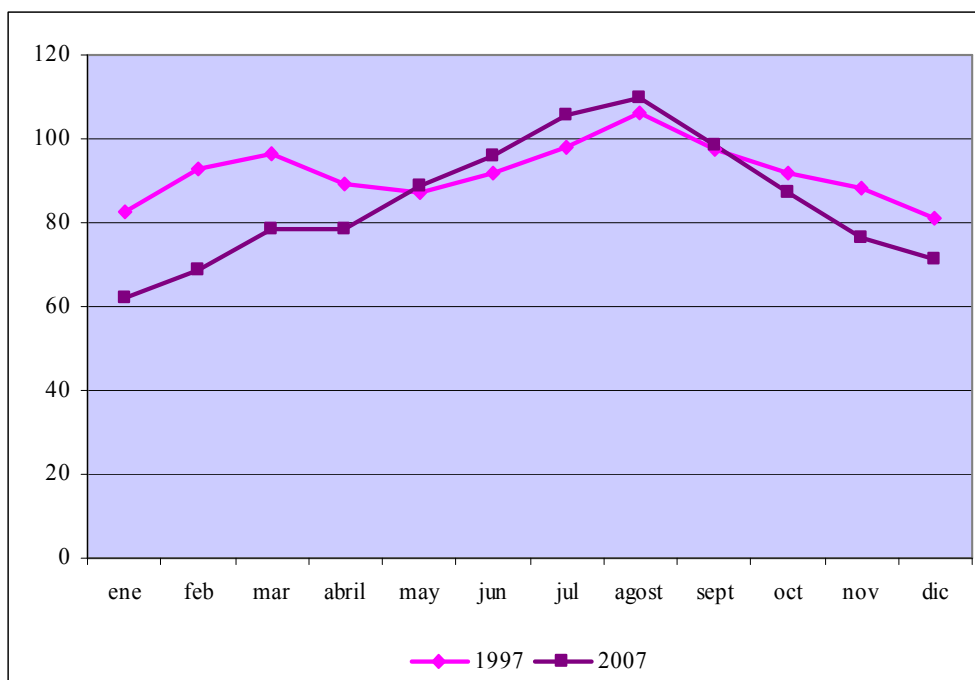
Comentario	El grado de ocupación media anual de los hoteles y hostales de Benidorm durante el periodo 1997-2007 ha sufrido un descenso del -6,8%. A pesar de esta reducción, la ocupación media de Benidorm en el año 2007 todavía ha sido un 43,9% superior a la media de ocupación de los hoteles y hostales del litoral alicantino y un 22,6% superior a la media de ocupación de los hoteles y hostales de la Comunidad Valenciana, incluidos en este cómputo los establecimientos tanto litorales como interiores.
Tendencia deseada	Volver a conseguir niveles de ocupación media anual en hoteles y hostales superiores al 90%.

Indicador	ESTACIONALIDAD EN HOTELES Y HOSTALES.
Fuente	Encuesta turística. Conselleria de Turisme.
Objetivo	Comparar los niveles de estacionalidad de 1997 y 2007.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Benidorm 1997	Benidorm 2007
enero	82,53	61,86
febrero	92,58	68,87
marzo	96,25	78,52
abril	89,39	78,38
mayo	87,37	88,78
junio	91,68	95,68
julio	97,79	105,51
agosto	106,14	109,75
septiembre	97,67	98,42
octubre	91,70	87,29
noviembre	88,22	76,55
diciembre	80,84	71,13

Evolución de la estacionalidad en Benidorm 1997 vs. 2007



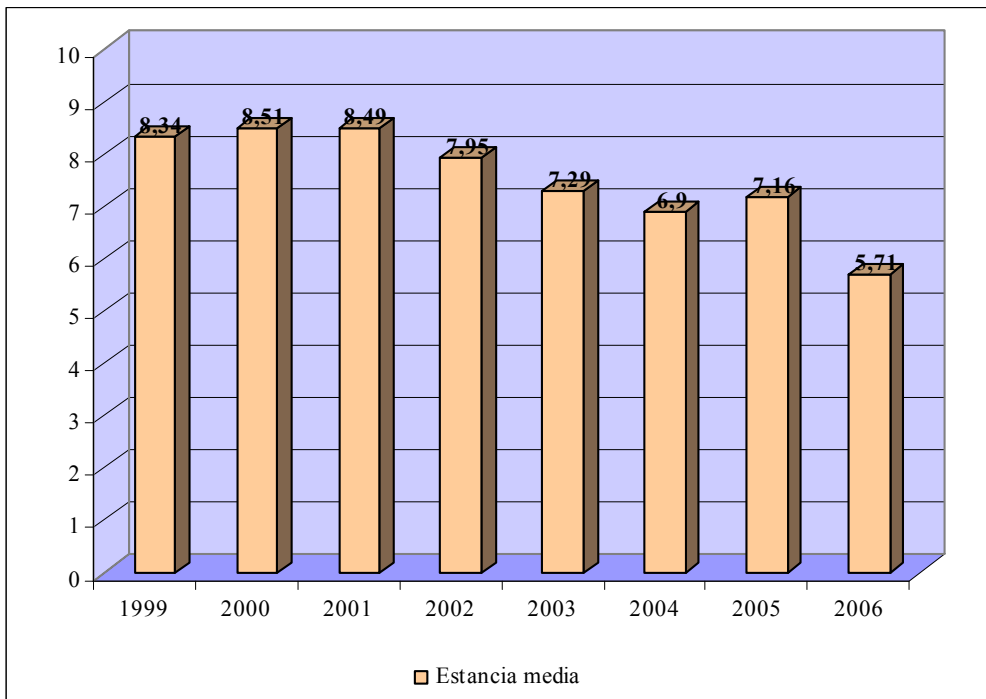
Comentario	La ocupación mensual de 2007 ha evolucionado hacia un modelo mucho más estacional. Tan sólo se ha superado escuetamente los valores de 1997 en mayo, junio, julio y agosto. El resto del año se han mantenido porcentajes de ocupación notablemente inferiores a los valores de 1997.
Tendencia deseada	Incrementar la ocupación un 15% en los meses no estivales, sobre todo en enero, febrero y marzo.

Indicador	ESTANCIA MEDIA EN HOTELES.
Fuente	Encuesta Ocupación Hotelera. INE
Objetivo	Identificar la tendencia de la estancia media de los hoteles de Benidorm durante el periodo 1999-2006.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Estancia media	8,34	8,51	8,49	7,95	7,29	6,9	7,16	5,71

Evolución de la estancia media hotelera en Benidorm (1999-2006)



Comentario De 1999 a 2006 la estancia media en los hoteles de Benidorm se ha reducido en 2,63 días. Especialmente negativos han sido los años 2004 y 2006 donde la estancia media en hoteles ha estado por debajo de la barrera psicológica de una semana.

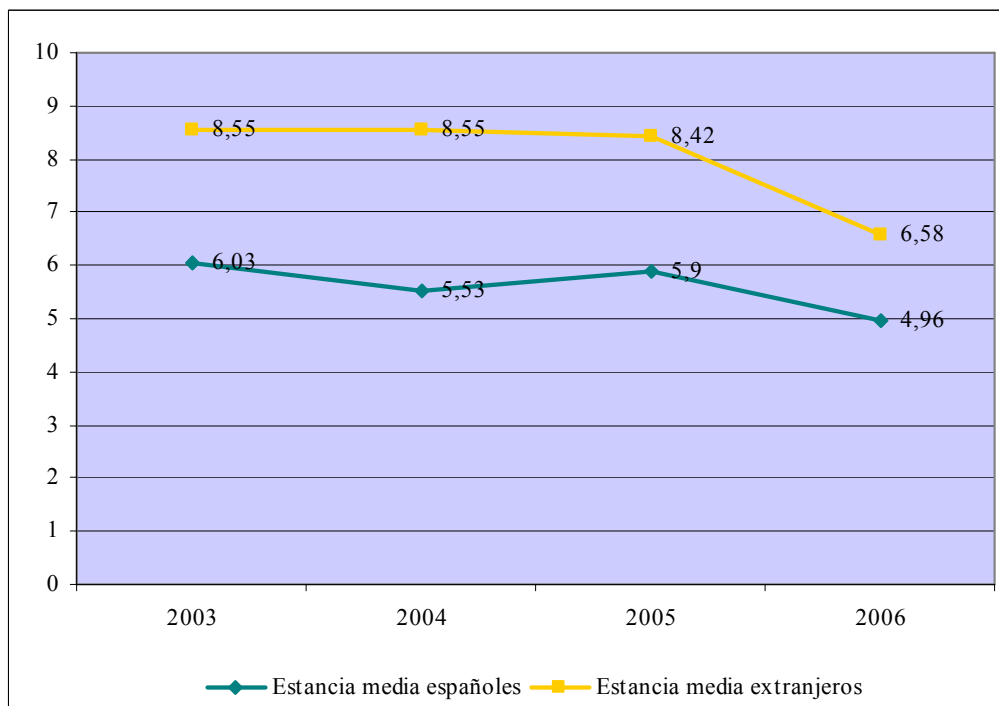
Tendencia deseada Mantener niveles de estancia media superiores a los siete días para garantizar la ocupación de los hoteles los días de entre semana.

Indicador	ESTANCIA MEDIA HOTELERA SEGÚN ORIGEN DE LA DEMANDA.
Fuente	Encuesta de Ocupación Hotelera. INE.
Objetivo	Comparar la evolución de la estancia media nacional e internacional durante el periodo 2003-2006.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	2003	2004	2005	2006
Estancia media españoles	6,03	5,53	5,9	4,96
Estancia media extranjeros	8,55	8,55	8,42	6,58

Evolución de la estancia media de turistas nacionales vs. turistas extranjeros (2003-2006)



Comentario A razón de la distancia que tienen que recorrer los turistas procedentes del extranjero, la estancia media de éstos siempre aparece por encima de la estancia media de los turistas nacionales (1,62 días más en 2006). Sin embargo, en ambos tipos de demanda se ha experimentado una acusada reducción de la estancia media hotelera de Benidorm durante el periodo 2003-2006. Los turistas no residentes han reducido su estancia en 1,97 días, mientras que los turistas residentes lo han hecho en 1,07 días.

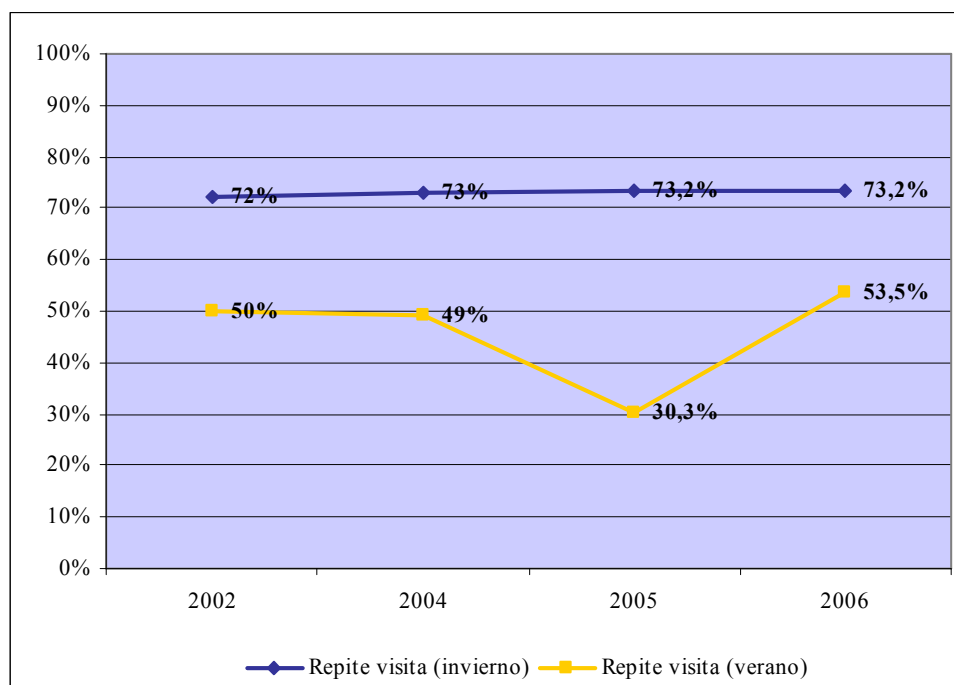
Tendencia deseada Mantener la estancia media de los extranjeros por encima de los 7 días y tratar de aumentar la estancia de los turistas nacionales.

Indicador	FIDELIDAD DE LA DEMANDA: TURISTAS QUE REPITEN VISITA.
Fuente	Ayuntamiento de Benidorm.
Objetivo	Analizar como ha evolucionado la fidelidad de los turistas que visitan Benidorm según la estación del año.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	2002	2004	2005	2006
Repite visita (invierno)	72%	73%	73,2%	73,2%
Repite visita (verano)	50%	49%	30,3%	53,5%

Evolución del porcentaje de turistas que repiten visita a Benidorm (2002-2006)



Comentario El grado de fidelidad del turista que visita Benidorm es muy elevado (el 63,3% repetía visita en el año 2006). No obstante, el turista que realiza su estancia durante el invierno es más fiel al destino que el que lo hace durante el verano (un 19,7% más fiel). Por otro lado, la tendencia general de la fidelidad de los turistas de Benidorm ha evolucionado de forma positiva durante el periodo analizado. La excepción que confirma la regla fue el año 2005, ya que los turistas que acudieron a Benidorm durante ese verano no repetían visita (69,7% del total).

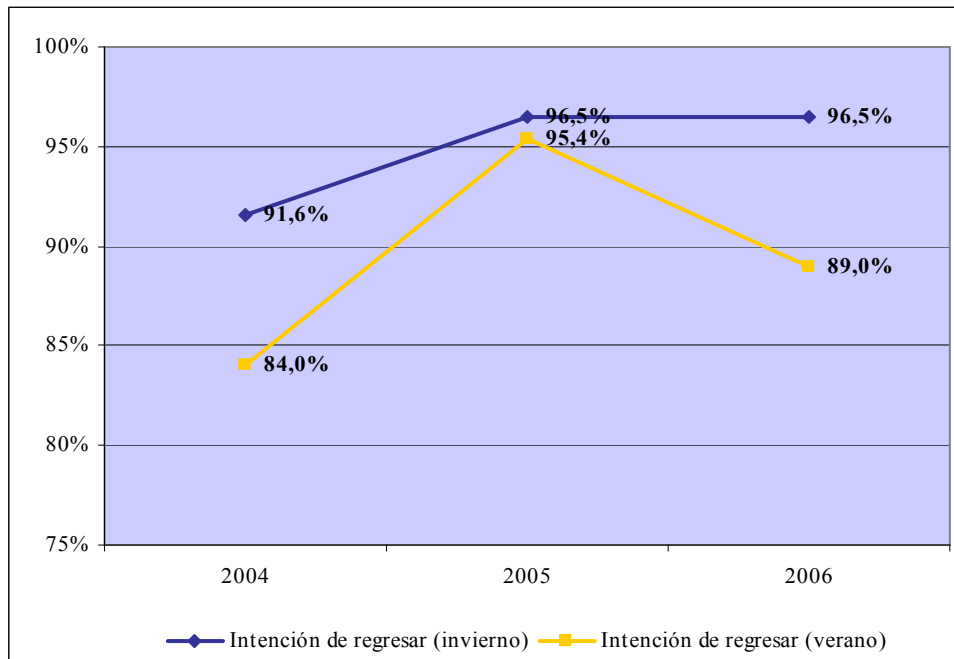
Tendencia deseada Aumentar la fidelidad de los turistas que visitan Benidorm durante el verano.

Indicador	SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA: TURISTAS CON INTENCIÓN DE REGRESAR.
Fuente	Ayuntamiento de Benidorm.
Objetivo	Analizar como ha evolucionado la satisfacción de los turistas que visitan Benidorm según la estación del año.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	2004	2005	2006
Intención de regresar (invierno)	91,6%	96,5%	96,5%
Intención de regresar (verano)	84,0%	95,4%	89,0%

Evolución del porcentaje de turistas con intención de regresar a Benidorm (2004-2006)



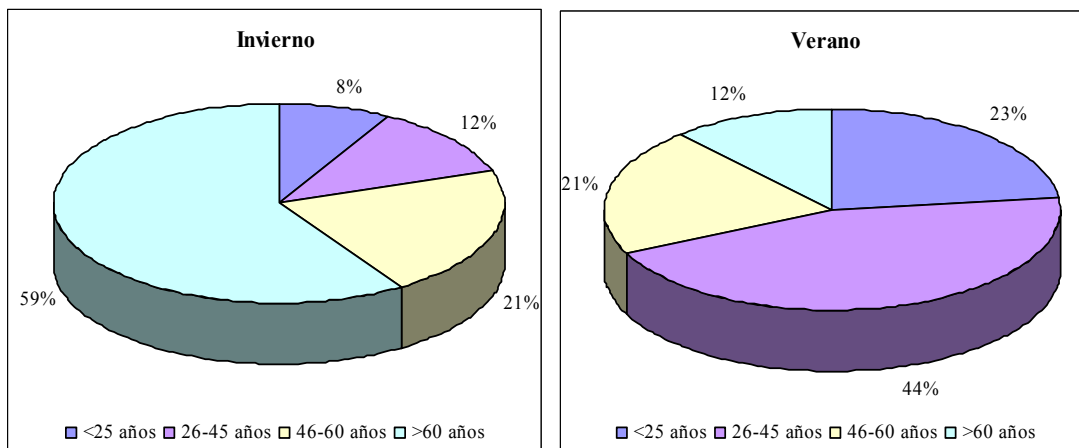
Comentario	Los turistas que visitan Benidorm muestran altos niveles de satisfacción con el destino. Esta afirmación se corrobora con los elevados porcentajes de turistas que tienen intención de regresar a Benidorm. Siempre se observa una mayor satisfacción en los turistas que visitan Benidorm durante el invierno. La explicación a este hecho se encuentra en el menor grado de saturación del destino y la benignidad climática de Benidorm frente a los lugares de procedencia de los turistas. Por otro lado, el alto porcentaje de turistas dispuestos a regresar en el verano de 2005, responde a que en ese año la mayor parte de los turistas visitaban el destino por primera vez.
Tendencia deseada	Aumentar la satisfacción de los turistas que visitan Benidorm durante el verano y mantener la satisfacción de aquellos que lo hacen en invierno.

Indicador	PERFIL DE LA DEMANDA: DISTRIBUCIÓN POR EDADES DE LOS TURISTAS.
Fuente	Ayuntamiento de Benidorm.
Objetivo	Determinar las características de los turistas que visitan Benidorm según la estación del año.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	<25 años	26-45 años	46-60 años	>60 años
Turista (invierno)	8,00%	11,60%	21,20%	59,20%
Turista (verano)	23,10%	44,60%	20,60%	11,70%

Porcentaje de turistas según grupos de edad (2004)



Comentario Durante los meses invernales predominan los turistas de la tercera edad (59% del total), favorecidos sobre todo por los programas del INSERSO. Los turistas de la tercera edad encuentran durante el invierno precios más económicos y una mayor tranquilidad. Sin embargo, en los meses estivales predominan los turistas más jóvenes (23% turistas de menos de 25 años y 44% turistas de entre 26 y 45 años). Estos turistas buscan bullicio, sol y playa, actividades y ocio nocturno. Por último, el porcentaje de turistas de entre 45 y 60 años se mantiene inalterado durante todas las estaciones del año (21% del total).

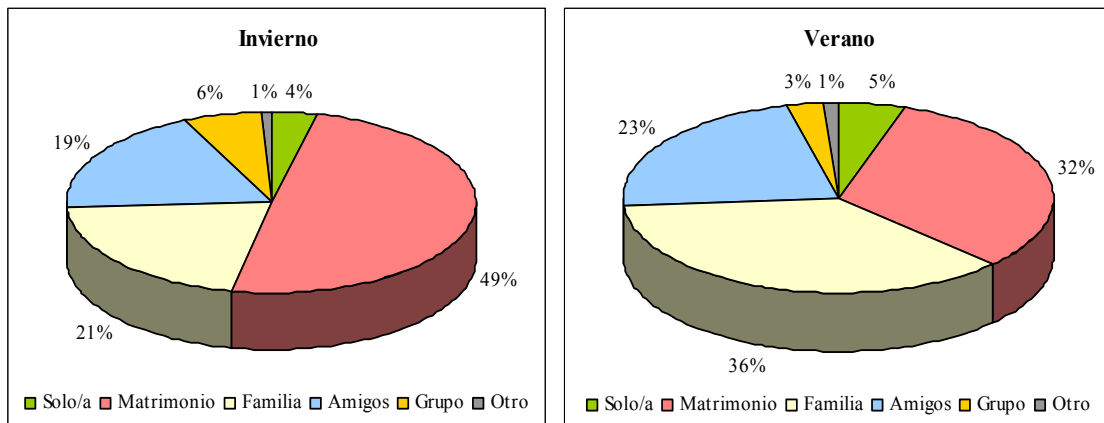
Tendencia deseada Incrementar el número de turistas jóvenes y de mediana edad durante los meses invernales (mayor movilidad y nivel de gasto).

Indicador	PERFIL DE LA DEMANDA: ACOMPAÑANTES EN EL VIAJE.
Fuente	Ayuntamiento de Benidorm.
Objetivo	Determinar con quien viaja el turista que visita Benidorm según la estación del año.

Tabla y gráfico con los resultados obtenidos

	Solo/a	Matrimonio	Familia	Amigos	Grupo	Otro
Invierno	3,50%	49,60%	21,10%	18,90%	6,10%	0,80%
Verano	5%	32,30%	36,20%	22,70%	2,70%	1,1%

Acompañantes de los turistas según época del año (2006)



Comentario

La mayoría de los turistas que pasan sus vacaciones en Benidorm viajan con sus parejas o con sus familias (pareja e hijos). En invierno predominan los turistas que viajan con su pareja (49%), sobre todo parejas que viajan solas porque sus hijos ya son mayores. En cambio, durante el verano predominan los turistas que viajan con sus familias (36%), que van en busca del sol, la playa y los parques temáticos. Los turistas que viajan solos o con amigos son más numerosos durante el verano (5% y 23% respectivamente). Estos dos segmentos suelen ser turistas jóvenes que van en busca de diversión tanto diurna como nocturna. Por último, los turistas que viajan en grupo son más frecuentes en invierno (6%), ya que durante la temporada baja existen más ofertas para grupos, sobre todo de jubilados, amas de casa, asociaciones, enamorados en San Valentín y un largo etcétera.

Tendencia deseada

Incrementar el número de turistas que viajan con sus familias o con amigos durante el invierno (mayor movilidad y nivel de gasto).

3. El producto turístico Benidorm Tierra Adentro

3.1. Descripción y justificación

Benidorm Tierra Adentro es un producto turístico que establece una relación simbiótica entre Benidorm y el interior de la provincia de Alicante. La propuesta se apoya en la complementariedad territorial a partir de la movilización de los flujos turísticos litorales. La idea de partida es muy simple, la unión siempre hace la fuerza y la cooperación siempre suma en un contexto de mercado cada vez más competitivo, y donde los valores añadidos suponen la diferencia y condicionan en última instancia las decisiones de una demanda que dispone de todas las herramientas para poder comparar.

Tradicionalmente, Benidorm se ha servido inteligentemente de las singularidades del interior inmediato para diversificar su abanico de oferta complementaria. De este modo, los turistas que pasaban sus estancias vacacionales en Benidorm podían enriquecer su experiencia vacacional realizando excursiones hacia Castell de Guadalest, Callosa d'En Sarriá (Fuentes de l'Algar), Busot (Cuevas de Canelobre), Benidoleig (Cuevas de Benidoleig) y en menor medida Penàguila (Safari Aitana). A priori puede parecer una oferta muy diversa que se suma al gran escaparate de ofertas complementarias disponibles en el propio municipio de Benidorm, pero si se tiene en cuenta que la demanda que pernocta en Benidorm es tremendamente fiel y cada vez más exigente, que se ofrecen siempre las mismas excursiones desde los años 70 y que estos municipios inmediatos al litoral durante el verano se encuentran tan masificados como las playas, se hace necesario un nuevo replanteamiento para enriquecer la experiencia vacacional de los turistas que acuden a Benidorm.

La demanda aunque sigue siendo fiel a Benidorm, busca nuevas experiencias cargadas de autenticidad. Prueba de ello son las señales de aviso que marcan los indicadores analizados anteriormente. Descenso del número de turistas procedentes de Italia, Alemania, Francia y Benelux, pérdida de plazas hoteleras y de apartamento, caída de la ocupación media anual en hoteles y hostales, aumento de la estacionalidad y reducción de la estancia media.

Tabla 2. Retos para el futuro vs. aportación del producto turístico

Benidorm Tierra Adentro

Retos para el futuro de Benidorm	Aportación del producto BENIDORM TIERRA ADENTRO
Incrementar las pernoctaciones de extranjeros para reducir la estacionalidad y mantener el ritmo de crecimiento en las pernoctaciones de nacionales.	El carácter innovador de este producto puede atraer nuevos segmentos de mercado interesados en el medio ambiente y el turismo responsable.
Mantener el volumen de pernoctaciones de los turistas británicos y tratar de incrementar la presencia de turistas de otros países.	Nuevo aliciente para los turistas fieles a Benidorm que podrán incrementar sus pernoctaciones. Captación de turistas extranjeros más exigentes a partir de un producto innovador, singular, sostenible, responsable e integrador.
Mantener el volumen de turistas ingleses, apostar por el mercado escandinavo y tratar de recuperar otros países emisores.	Nuevas experiencias vacacionales para el segmento británico y un motivo para volver a Benidorm para los turistas alemanes, holandeses, italianos y franceses.
Mantener el número de plazas hoteleras existentes y legalizar los apartamentos no reglados.	Beneficios para los hoteleros que hagan acuerdos con el interior (comisiones sin gastos) e incremento de la demanda (promoción producto singular).
Volver a conseguir niveles de ocupación media anual en hoteles y hostales superiores al 90%.	Incremento de la estancia media durante todo el año.
Incrementar la ocupación un 15% en los meses no estivales, sobre todo en enero, febrero y marzo.	Producto apto para ser consumido sin necesidad de altas temperaturas, a diferencia de la playa.
Mantener niveles de estancia media superiores a los siete días para garantizar la ocupación de los hoteles los días de entre semana.	Producto ofrecido únicamente a turistas que realicen estancias iguales o superiores a 7 días (motivación para incrementar la estancia).
Mantener la estancia media de los extranjeros por encima de los 7 días y tratar de aumentar la estancia de los turistas nacionales.	Reclamo publicitario para incrementar las estancias en Benidorm y sobre todo para evitar que siga reduciéndose la estancia media.
Aumentar la fidelidad de los turistas que visitan Benidorm durante el verano.	Diversidad inagotable de ofertas para los turistas, cada año se puede ir a un municipio del interior diferente y seguir disfrutando de Benidorm.
Aumentar la satisfacción de los turistas que visitan Benidorm durante el verano y mantener la satisfacción de aquellos que lo hacen en invierno.	Enriquecimiento de la experiencia vacacional para los turistas que consuman el nuevo producto y descongestión de las playas para los que se queden en Benidorm durante todas las vacaciones.
Incrementar el número de turistas jóvenes y de mediana edad durante los meses invernales (mayor movilidad y nivel de gasto).	Nuevas posibilidades para los turistas más jóvenes ligadas a la práctica de actividades en el medio natural (deportes de aventura).
Incrementar el número de turistas que viajan con sus familias o con amigos durante el invierno (mayor movilidad y nivel de gasto).	Nuevas posibilidades para grupos y turismo familiar ligadas a la cultura y al turismo enogastronómico (artesanía, museos, BICs, etc.).

Fuente: Elaboración propia

Benidorm Tierra Adentro surge como una iniciativa para tratar de paliar las tendencias negativas que se están manifestando en Benidorm. El objetivo fundamental de este nuevo producto es diversificar la oferta y aportar nuevos valores añadidos. Se debe tener en cuenta que el fenómeno Benidorm ha cobrado tanta magnitud y tanto peso turístico, que ya no puede seguir creciendo dentro de un simple término municipal. Benidorm encuentra su límite al crecimiento en la capacidad de carga de sus extraordinarias playas orientadas al sur y en la diversidad de sus recursos turísticos. Para que el fenómeno Benidorm no se vaya apagando paulatinamente es necesario involucrar el traspais provincial como una nueva fuente de recursos que reactive y catalice la actividad turística del destino principal.

El interior provincial puede aportar valores cada vez más demandados por los turistas como un abundante y rico patrimonio histórico, cultura rural, folklore singular, naturaleza y deportes de aventura, gastronomía típica y artesanía auténtica. Todo ello sin lugar a dudas contribuiría a una experiencia vacacional más intensa, una mayor satisfacción y fidelidad de la demanda, la captación de nuevos segmentos de mercado y un alargamiento de la estancia media.

Sin embargo, para que sean factibles y operativas las dinámicas de complementariedad territorial es imprescindible desplazar a los turistas más allá de la isócrona de 60 minutos, justo donde residen los municipios interiores de mayor potencial turístico. Por este motivo, el producto Benidorm Tierra Adentro hace imprescindible la pernoctación de una noche en los municipios de interior. Para que esta pernoctación no represente una merma en la estancia media de Benidorm, este producto deberá quedar inserto en un paquete turístico de 7 o más días. En el peor de los casos el turista estaría 6 noches en Benidorm y 1 noche en un municipio del interior, y en cualquier caso la estancia media de Benidorm se mantendría por encima de la estancia media registrada durante 2006 (5,71 días). Asimismo, se deberían pactar toda una serie de comisiones que tendrían que hacer efectivas los hoteleros del interior a los hoteleros de Benidorm por cada turista movilizado.

El producto funcionaría conforme a un sistema rotatorio en el que se ofertaría una estancia superior o igual a una semana. El inicio cada vez tendría lugar un día diferente de la semana para mantener un flujo constante de turistas hacia el interior.

Preferentemente, la pernoctación en el interior se deberá ofrecer el último día de la estancia vacacional para evitar sobreesfuerzos a las recepciones de los hoteles y problemas derivados del cambio de habitación (gastos debidos a la preparación de una habitación nueva). Una vez finalizada la estancia en el interior, el turista sería trasladado de nuevo a Benidorm para poder despedirse de este destino emblemático, hacer las últimas compras y emprender el regreso a su lugar de origen con unos niveles de satisfacción óptimos.

Por otro lado, la puesta en marcha de Benidorm Tierra Adentro supondría toda una serie de ventajas y beneficios indirectos para Benidorm, los municipios interiores y otros sectores de actividad. Con la implantación de este nuevo producto Benidorm conseguiría una magnífica promoción y se posesionaría como un destino de referencia internacional ejemplo de turismo responsable, solidario, integrador e innovador. Para los municipios del interior la llegada de turistas supondría un valioso elemento de desarrollo local que generaría pernoctaciones los días de entre semana, reactivaría las actividades artesanales, incentivaría la creación de nuevos alojamientos y estimularía la hostelería. Por último, la movilización de turistas procedentes de Benidorm incrementaría el trabajo para las empresas de transporte, daría trabajo a un gran número de guías turísticos y en cualquier caso, siempre aumentaría el gasto turístico general de la demanda.

3.2. Fases de implantación del producto Benidorm Tierra Adentro

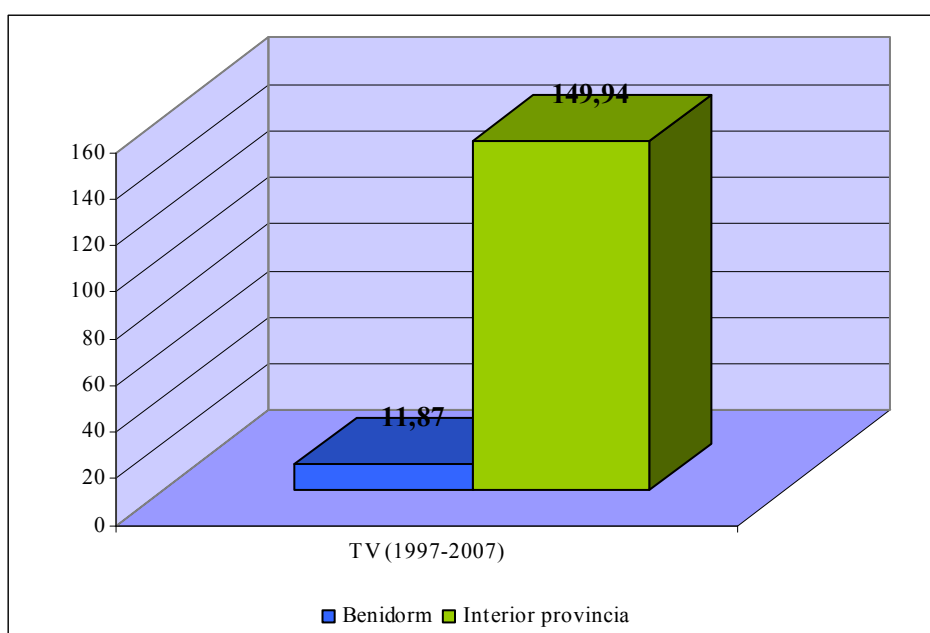
Para la correcta puesta en funcionamiento del producto se hace necesario el acuerdo entre los empresarios de Benidorm y los empresarios de los municipios interiores, la articulación de un sistema adecuado de transportes y la selección de los municipios interiores más aptos para la recepción de turistas de sol y playa.

Antes de nada, se debe dejar claro que este producto no se puede poner inmediatamente en pleno funcionamiento, ya que los municipios interiores no disponen todavía de una oferta de alojamiento suficiente para absorber los flujos turísticos de Benidorm. Sin embargo, la oferta interior está creciendo a un ritmo extraordinario¹ (vid.

¹ Durante el periodo 2000-2007 las plazas hoteleras del interior crecieron un 238,8% y las plazas en casa rural un 96,8%.

Gráficos 13 y 14) y se prevé que siga creciendo progresivamente. El crecimiento de esta oferta puede ser muy superior si el producto Benidorm Tierra Adentro se va implantando de un modo progresivo y continuo, ya que el principal problema de los alojamientos rurales es la falta de rentabilidad derivada del insuficiente número de pernoctaciones durante los días de entre semana.

**Gráfico 13. Incremento del número de pernoctaciones
Benidorm vs. interior provincial (1997-2007)**

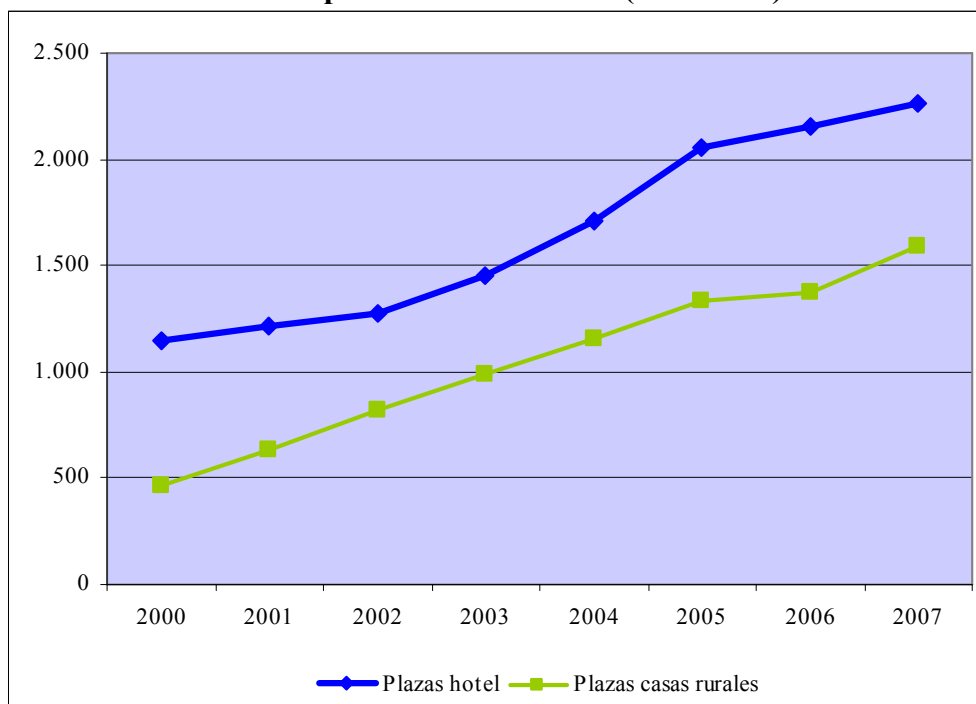


Fuente: Encuesta Turística. Conselleria de Turisme. Elaboración propia

Asimismo, resulta fundamental la involucración de las diferentes administraciones públicas por cuanto puede representar este producto para el principal destino turístico de la Comunidad Valenciana y para el desarrollo rural de los municipios del interior de la provincia de Alicante. De este modo, la Conselleria de Turisme de la mano de la Dirección General de Turismo de Interior, la Diputación de Alicante de la mano del Patronato Provincial Costa Blanca y los diferentes Ayuntamientos involucrados deberán realizar un gran esfuerzo logístico y económico para llevar esta iniciativa a buen puerto. En materia económica las administraciones deben contribuir a la promoción internacional de este producto (*ferias y fam trips*) y a la subvención del transporte colectivo de los turistas desde Benidorm a los municipios interiores. En materia logística las administraciones públicas de la mano de la

Universidad de Alicante y su Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas deberán sentar a las diferentes asociaciones empresariales y Cámaras de Comercio para articular los acuerdos de colaboración.

Gráfico 14. Evolución del número de plazas hoteleras y en casa rural en el interior de la provincia de Alicante (2000-2007)



Fuente: Oferta Turística municipal y comarcal. Conselleria de Turisme. Elaboración propia

FASE 1: EXPERIENCIAS PILOTO (2008-2015)

En una fase inicial, la implantación del nuevo producto se desarrollará sobre tres municipios interiores que actuarán como laboratorio antes de implementar el producto a gran escala. Los tres municipios seleccionados para la experimentación son Castell de Castells (Comarca de la Marina Alta), Cocentaina (Comarca de El Comptat) y Biar (Comarca de L'Alt Vinalopó). Los tres municipios mantienen una cierta equidistancia geográfica entre ellos y con respecto a Benidorm (tiempo aproximado a invertir en el desplazamiento superior a los 60 minutos).

Los tres municipios seleccionados presentan una magnífica vocación turística y emprendedora, disponen de oferta hotelera, capacidad organizativa para gestionar la

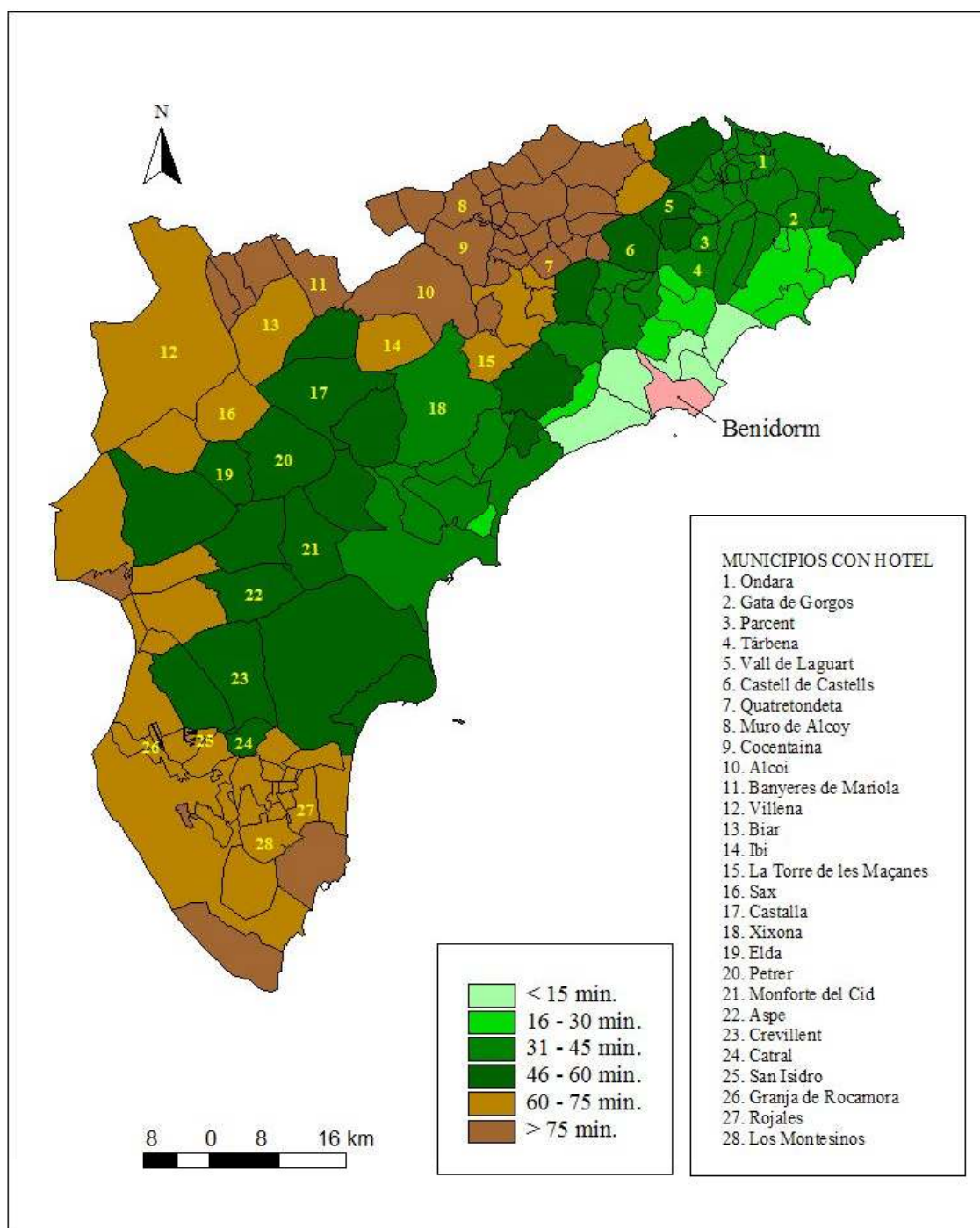
visita de turistas, voluntad e interés político por el desarrollo del turismo y unos recursos turísticos lo suficientemente aptos para el consumo turístico.

Castell de Castells dispone de una gran belleza natural en la Sierra de la Serrella para la práctica del senderismo, un casco antiguo bien conservado, las pinturas rupestres del Pla de Petracos, la Iglesia Parroquial de Santa Ana, un castillo árabe, un Museo de Arte Rupestre y un Museo Etnográfico.

Cocentaina presenta una gran riqueza natural y senderos por la Sierra de Mariola, pero sobre todo destaca por su gran patrimonio histórico repartido por su amplio centro histórico (Ermita de Santa Bárbara del s. XIII, Convento de Franciscanos del s. XVI, Iglesia del Salvador del s. XVI, Palacio de los Condes del s. XIV, Convento de la Virgen el Milagro del s. XVII, Ayuntamiento del s. XVIII, Iglesia de Santa Maria del s. XVIII, Ermita de San Cristóbal del s. XVI, Castillo del s. XIII y torres de la muralla) y por su oferta museográfica (Museo Arqueológico y Etnológico de El Comtat y Museo de Fiestas de Moros y Cristianos).

Biar destaca por su belleza paisajística rodeado por la Sierra del Frare y la Sierra del Reconco. Así como también por uno de los centros históricos mejor conservados de la Comunidad Valenciana con calles empedradas y abundantes fuentes. Entre la amplia gama de recursos patrimoniales que presenta esta localidad destaca su castillo fortaleza del s. XII declarado monumento nacional, la Iglesia de la Asunción del s. XV, las puertas y torres de las murallas, el Santuario de la Virgen de Gracia del s. XVIII, el acueducto ojival del s. XVII, el antiguo Convento de los Capuchinos Descalzos del s. XVIII, el pozo de nieve del s. XVIII, el Ayuntamiento del s. XVIII y las Ermitas góticas de los Santos de la Piedra, Loreto, Santa Lucía, San Roque y San Ramón. Además, este pequeño municipio dispone de un Museo Etnográfico y una Taller de Cerámica Artística.

Figura 1. Mapa de isócronas con origen en Benidorm



Fuente: Oferta Turística municipal y comarcal, 2007. Conselleria de Turisme. Elaboración propia

FASE 2. INCORPORACIÓN DE MUNICIPIOS CIRCUNDANTES (2015-2020)

En esta fase, una vez comprobado el buen funcionamiento y el rendimiento del producto en los municipios piloto, la iniciativa estará en condiciones de implantarse en otros municipios circundantes. Así, en cada zona se incluirán cuatro nuevos municipios con potencial turístico y oferta hotelera. El Área Piloto Castell de Castells se ampliará con los municipios de Vall de Laguart, Tárben, Gata de Gorgos y Quatretondeta. El Área Piloto Cocentaina se dilatará con los municipios de Muro de Alcoi, Alcoi, Ibi y Torre de les Maçanes. Por último, el Área Piloto Biar se agrandará con los municipios de Banyeres de Mariola, Castalla, Villena y Sax.

FASE 3. COOPERACIÓN APARTAMENTOS DE BENIDORM Y CASAS RURALES DEL INTERIOR (2020-2025).

En esta fase habría que potenciar las colaboraciones entre los empresarios que disponen de apartamentos en Benidorm y los propietarios de casas rurales en los 15 municipios donde se está desarrollando el producto Benidorm Tierra Adentro. Del mismo modo que los turistas alojados en los hoteles del litoral pernoctan en los hoteles del interior, las familias y los grupos de amigos que pasan sus vacaciones en apartamentos de Benidorm podrían pasar una noche en las casas rurales de los municipios del interior a cambio de una comisión económica.

FASE 4. PLENO DESARROLLO DEL PRODUCTO BENIDORM TIERRA ADENTRO (2025-2050)

Una vez consolidado el producto en los 15 municipios seleccionados con anterioridad, el modelo se propagaría hacia el resto de municipios del interior provincial, afectando incluso nuevas zonas más meridionales como las comarcas del Vinalopó Mitjà, Baix Vinalopó y el Baix Segura. Asimismo, es previsible que en el año 2050 el avance de la tecnología haya mejorado notablemente las vías de comunicación y los medios de transporte colectivo que deberán circular a 140 km/h y con motores de hidrógeno que no generen emisiones contaminantes.

4. Bibliografía

ANTÓN CLAVÉ, S. (2004): «De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral», *PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA*, (102), pp.316-332.

BAÑOS CASTIÑEIRA, C. J. (1998): «La oferta turística complementaria en los destinos turísticos alicantinos: implicaciones territoriales y opciones de diversificación», *INVESTIGACIONES GEOGRÁFICAS*, (19), pp. 85-103.

BAÑOS CASTIÑEIRA, C. J. (1999): «Modelos turísticos locales. Análisis comparado de dos destinos de la Costa Blanca», *INVESTIGACIONES GEOGRÁFICAS*, (21), pp.35-57.

DÍEZ SANTO, D. (2005): «Diferenciación y delimitación municipal de los modelos turísticos en la provincia de Alicante», *INVESTIGACIONES GEOGRÁFICAS*, (38), pp.163-181.

DÍEZ SANTO, D. (2006): «Flujos turísticos y dinámicas de complementariedad territorial: la promoción en los destinos litorales de Alicante», *PAPERS DE TURISME*, (40), pp. 67-92.

DONAIRE, J. A. y MUNDET, L. (2001): «Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes», *PAPERS DE TURISME*, (29), pp. 51-65.

PERELLI, O. (2002): «Ordenación Territorial y Turismo», *ECONOMISTAS*, (92), pp.55-66.

ROMERO GONZÁLEZ, J. y VERA REBOLLO, J. F. (2008): Diagnóstico técnico sobre las funciones urbanas y desarrollo territorial en Dénia: Aplicación de un sistema de indicadores. Universitat de València. 303 pp.

VERA REBOLLO, J. F. y MONFORT, V. M. (1994): «Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la comunidad valenciana», *ESTUDIOS TURÍSTICOS*, (123), pp.17-45.

VERA REBOLLO, J. F. y MARCHENA GÓMEZ, M (1998): «Efectos del turismo en las estructuras regionales periféricas: una aproximación analítica», *REV. MILLARS*, XXI. Dossier Turismo y Desarrollo. Departamento de Historia, Geografía y Arte. Universidad Jaime I. Castellón. pp. 109-144.