

# BENIDORM 2050 propuestas de futuro



CONVOCATORIA CONCURSO DE IDEAS

## BENIDORM TIERRA ADENTRO

Daniel Díez Santo  
Universidad de Alicante

# BENIDORM TIERRA ADENTRO: un nuevo producto turístico basado en las dinámicas de complementariedad territorial



LITORAL



INTERIOR

## Estructura de la propuesta:

- Sistema de indicadores turísticos para la identificación de tendencias: negativas y deseadas.
- Descripción y justificación del nuevo producto turístico.
- Fases de implantación del producto turístico (2008-2050).

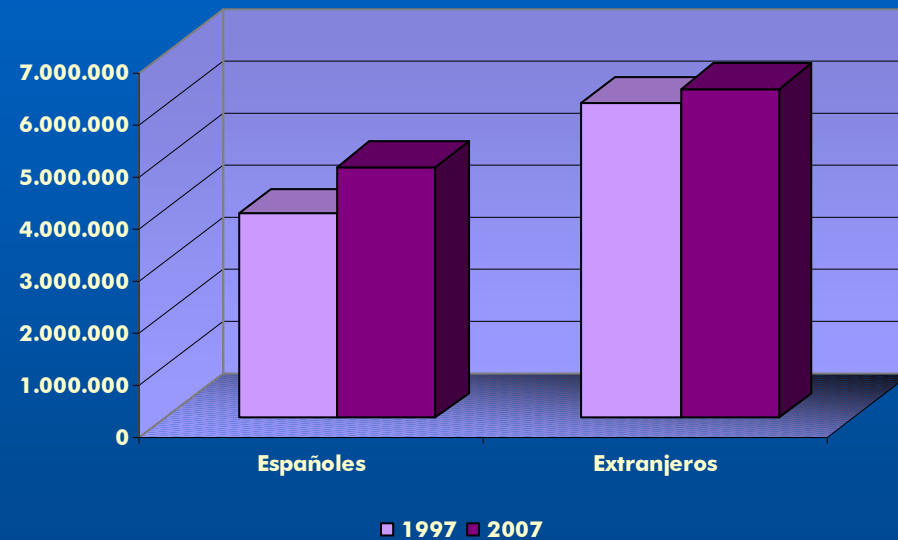


## Indicadores de oferta y demanda turística:

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.

## Indicador: (1) Pernoctaciones en hoteles y hostales

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



FUENTE:  
Encuesta turística. Conselleria de Turisme

### TENDENCIA DESEADA:

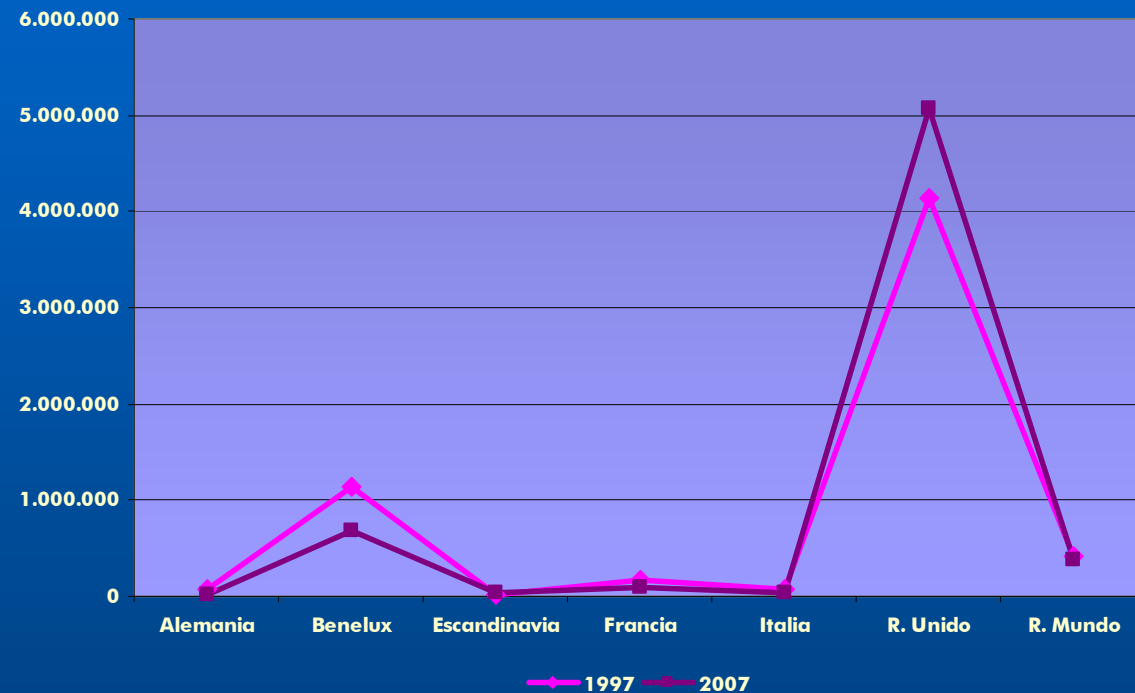
- Incrementar las pernoctaciones de extranjeros para reducir la estacionalidad y mantener el ritmo de crecimiento en las pernoctaciones de nacionales.

## Indicador: (2) Pernoctaciones de extranjeros

Comparativa sobre  
pernoctaciones de extranjeros  
según origen de la demanda  
(1997-2007)



FUENTE:  
Encuesta turística. Conselleria de Turisme



### TENDENCIA DESEADA:

- Mantener el volumen de pernoctaciones de los turistas británicos y tratar de incrementar la presencia de turistas de otros países.

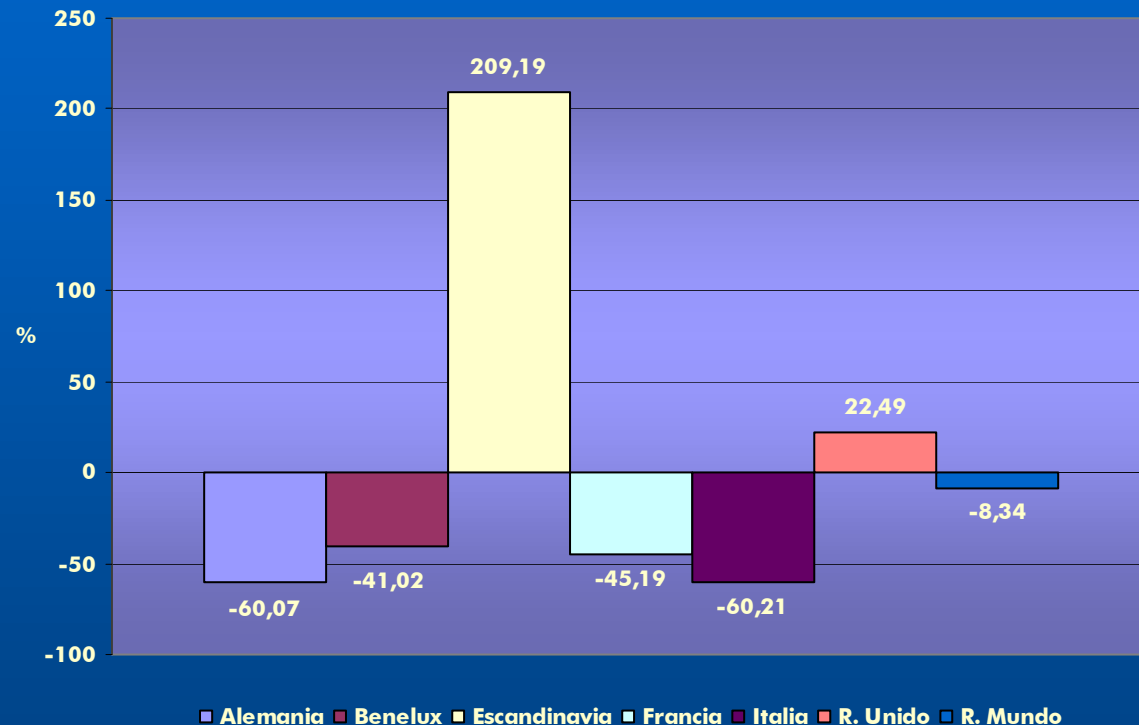
## Indicador:

### (3) Variación de las pernoctaciones de extranjeros

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



FUENTE:  
Encuesta turística. Conselleria de Turisme



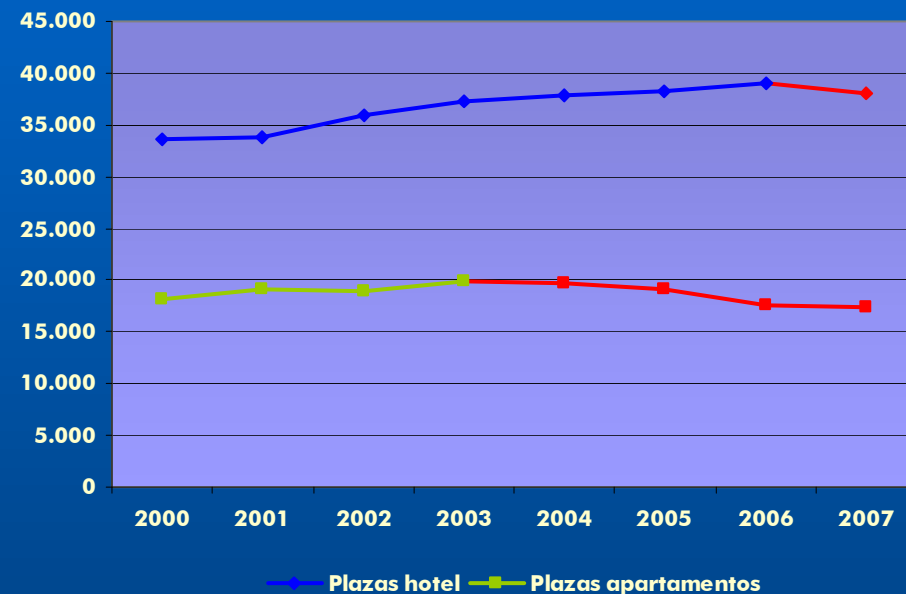
#### TENDENCIA DESEADA:

- Mantener el volumen de turistas ingleses, apostar por el mercado escandinavo y tratar de recuperar otros países emisores.

## Indicador:

# (4) Oferta de alojamiento en hoteles y apartamentos

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



FUENTE:

Oferta turística municipal y comarcal.  
 Conselleria de Turisme

### TENDENCIA DESEADA:

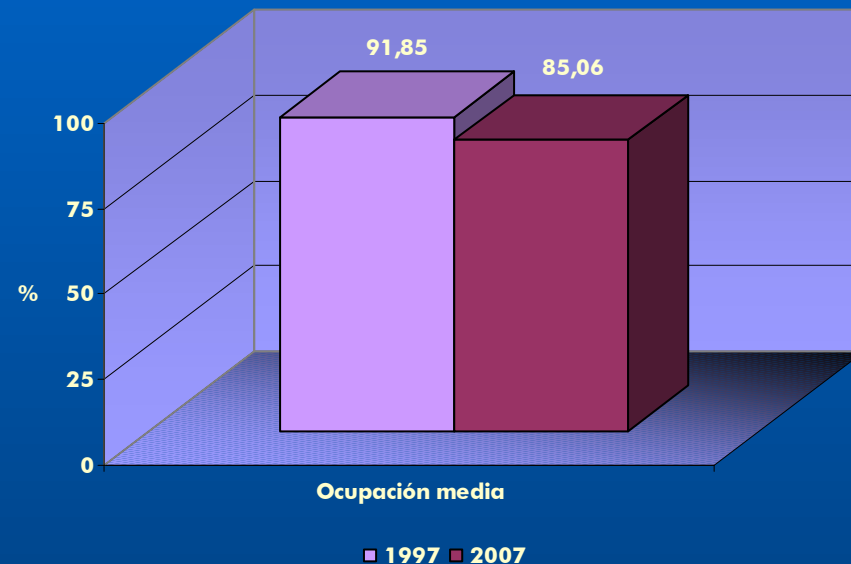
- Mantener el número de plazas hoteleras existentes y legalizar los apartamentos no reglados.



## Indicador:

### (5) Grado de ocupación en hoteles y hostales

Evolución de la ocupación media  
(1997-2007)




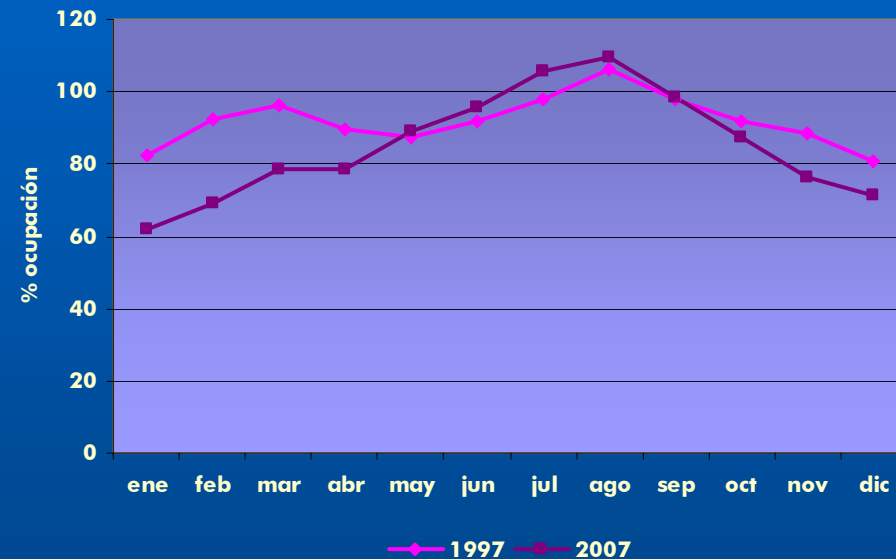
FUENTE:  
Encuesta turística. Conselleria de Turisme

#### TENDENCIA DESEADA:

- Volver a conseguir niveles de ocupación media anual en hoteles y hostales superiores al 90%.

## Indicador: (6) Estacionalidad en hoteles y hostales

Evolución de la estacionalidad  
 1997 vs. 2007

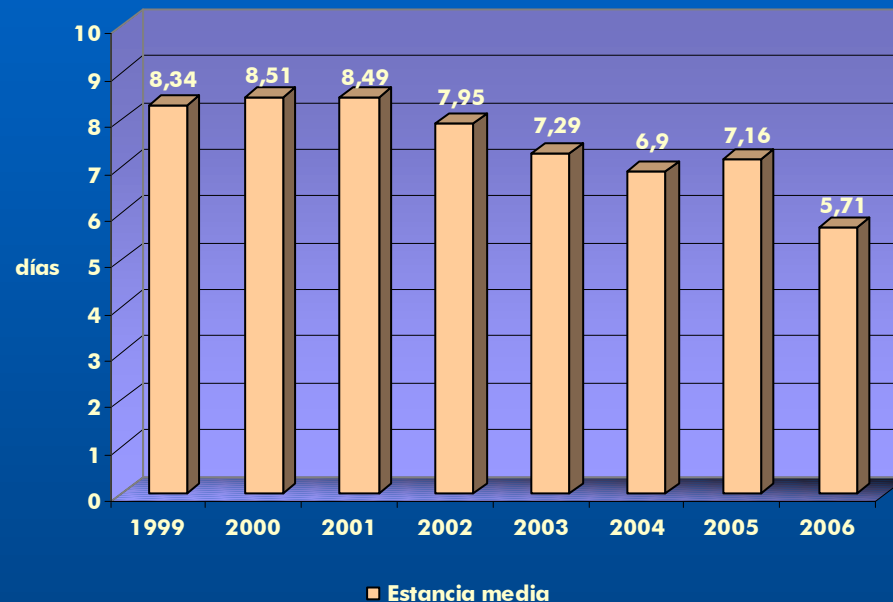
FUENTE:  
 Encuesta turística. Conselleria de Turisme

### TENDENCIA DESEADA:

- Incrementar la ocupación un 15% en los meses no estivales, sobre todo en enero, febrero y marzo.

## Indicador: (7) Estancia media en hoteles

Evolución de la estancia media  
hotelera (1999-2006)



FUENTE:  
Encuesta de Ocupación Hotelera. INE


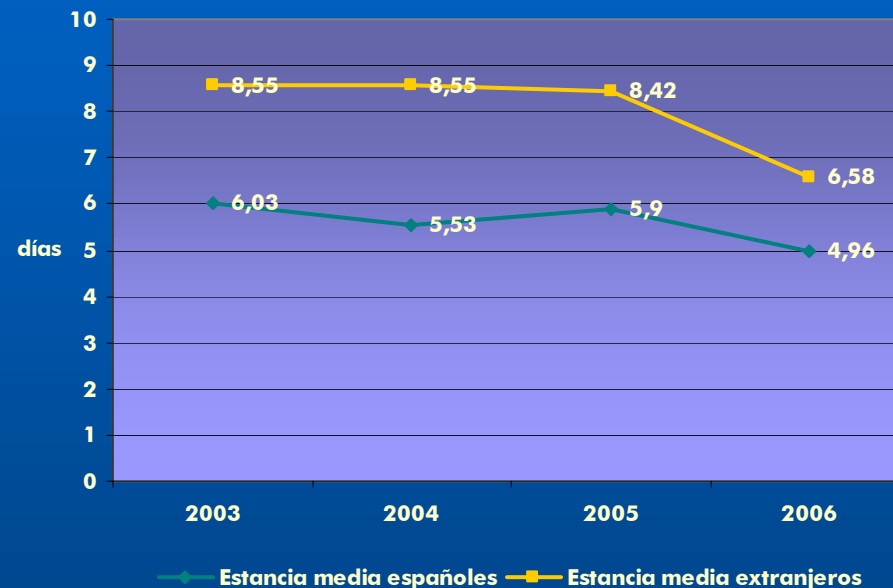
### TENDENCIA DESEADA:

- Mantener niveles de estancia media superiores a 7 días para garantizar la ocupación de los hoteles los días de entre semana.

## Indicador:

# (8) Estancia media hotelera según origen de la demanda

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

FUENTE:  
Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

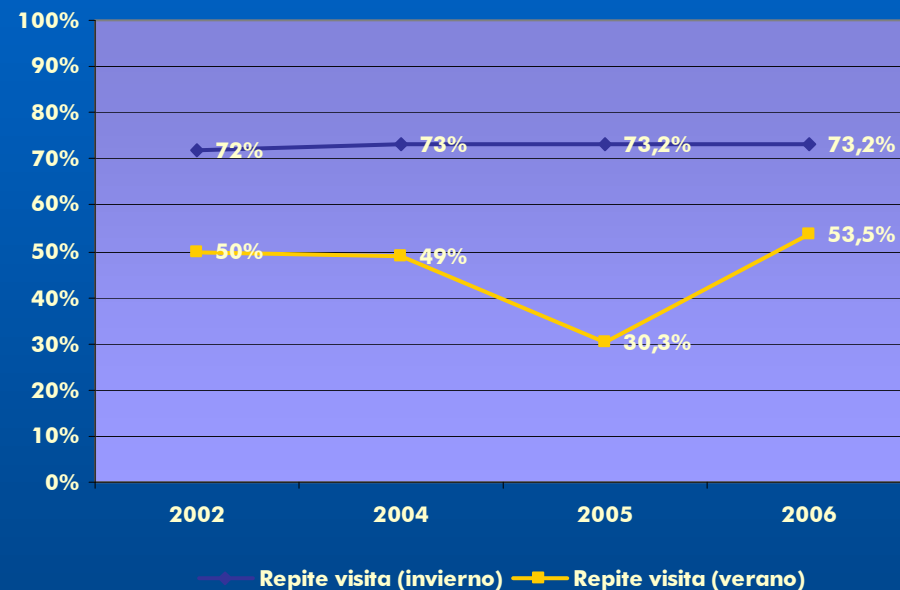
### TENDENCIA DESEADA:

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

## Indicador:

### (9) Fidelidad de la demanda (turistas que repiten visita)

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



FUENTE:  
Ayuntamiento de Benidorm


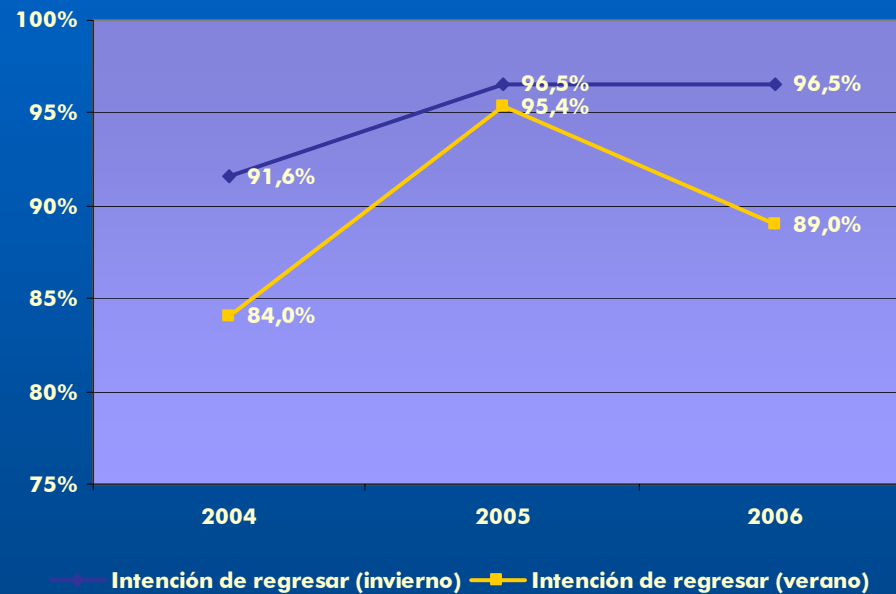
#### TENDENCIA DESEADA:

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

## Indicador:

# (10) Satisfacción de la demanda (turistas con intención de regresar)

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

FUENTE:  
Ayuntamiento de Benidorm

### TENDENCIA DESEADA:

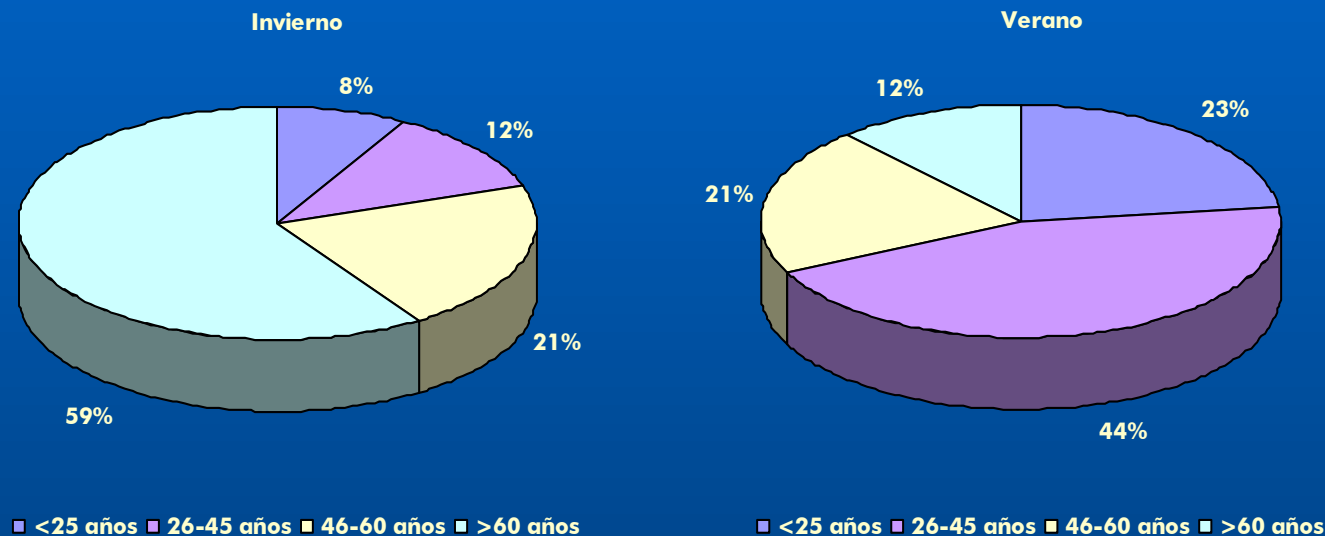
- Aumentar la satisfacción de los turistas que visitan Benidorm durante el verano y mantener la satisfacción de aquellos que lo hacen en invierno.



## Indicador:

# (11) Perfil de la demanda (distribución por edades de los turísticas)

Turistas según grupos de edad y época del año (2004)



FUENTE: Ayuntamiento de Benidorm

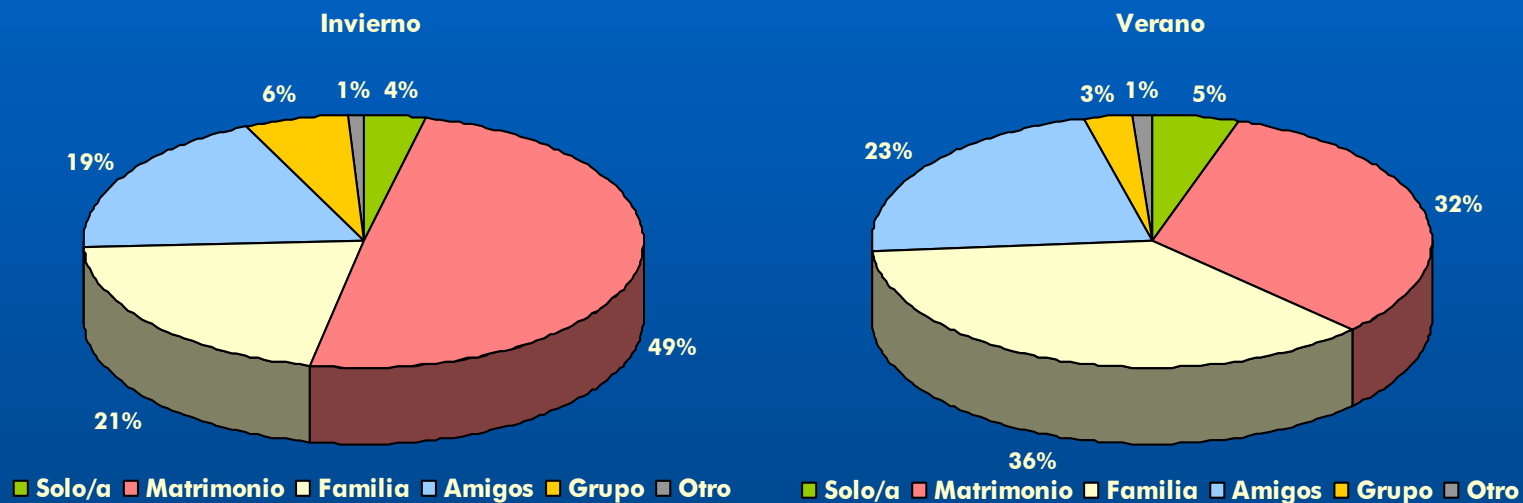
### TENDENCIA DESEADA:

- Incrementar el número de turísticas jóvenes y de mediana edad durante los meses invernales (mayor movilidad y nivel de gasto).

## Indicador:

# (12) Perfil de la demanda (acompañantes en el viaje)

Acompañantes de los turistas según época del año



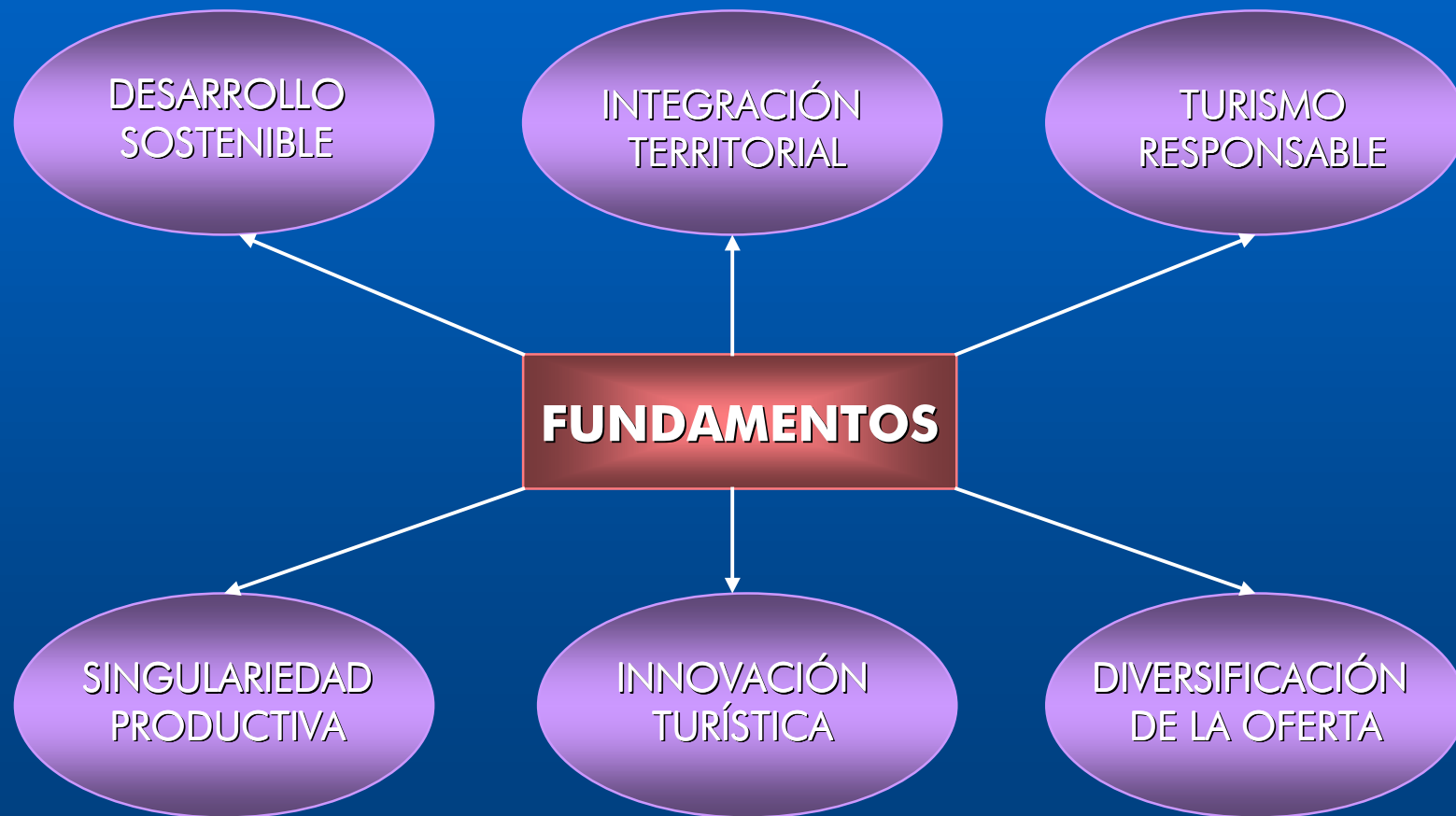
FUENTE: Ayuntamiento de Benidorm

### TENDENCIA DESEADA:

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



## DESCRIPCIÓN BENIDORM TIERRA ADENTRO





# JUSTIFICACIÓN BENIDORM TIERRA ADENTRO

## TENDENCIAS NEGATIVAS BENIDORM 2008

- 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.
- Reducción de la estancia media.
- Pérdida de satisfacción de los turistas que visitan el destino durante el verano.

## OPORTUNIDADES BENIDORM TIERRA ADENTRO 2008-2050

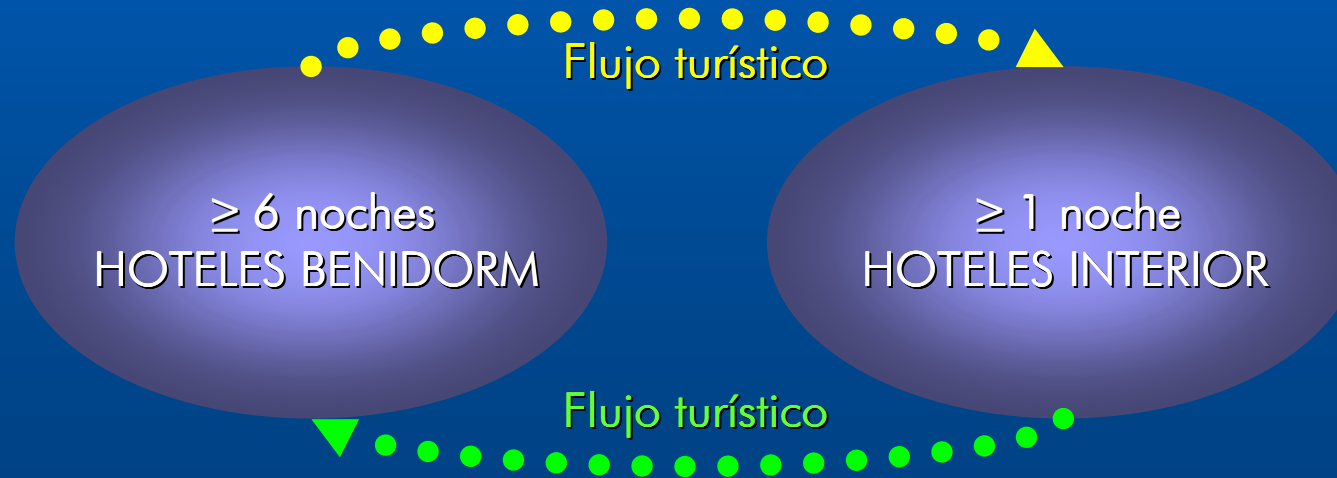
- Atracción de nuevos segmentos de mercado interesados por el medio ambiente y el turismo responsable.
- Aumento del número de pernociaciones en turistas fieles (británicos y nacionales).
- Nuevas experiencias vacacionales para recuperar a los turistas alemanes, holandeses, franceses e italianos.
- Aumento de la estancia media.
- Reducción de la estacionalidad (menor dependencia del sol).
- Aumento del gasto en los turistas.
- Reclamo publicitario y promocional.
- Diversidad inagotable de ofertas y recursos turísticos.
- Comisiones empresarios del interior.

# FASES DE IMPLANTACIÓN DEL PRODUCTO BENIDORM TIERRA ADENTRO



## FASE 1: Experiencias piloto (2008-2015)

Producto BENIDORM TIERRA ADENTRO comercializado en un paquete turístico  $\geq 7$  días





# FASE 1: Experiencias piloto (2008-2015)

Mapa de isócronas con origen en Benidorm.  
\*Municipios piloto isócrona > 60 min.  
(mayor potencial turístico)



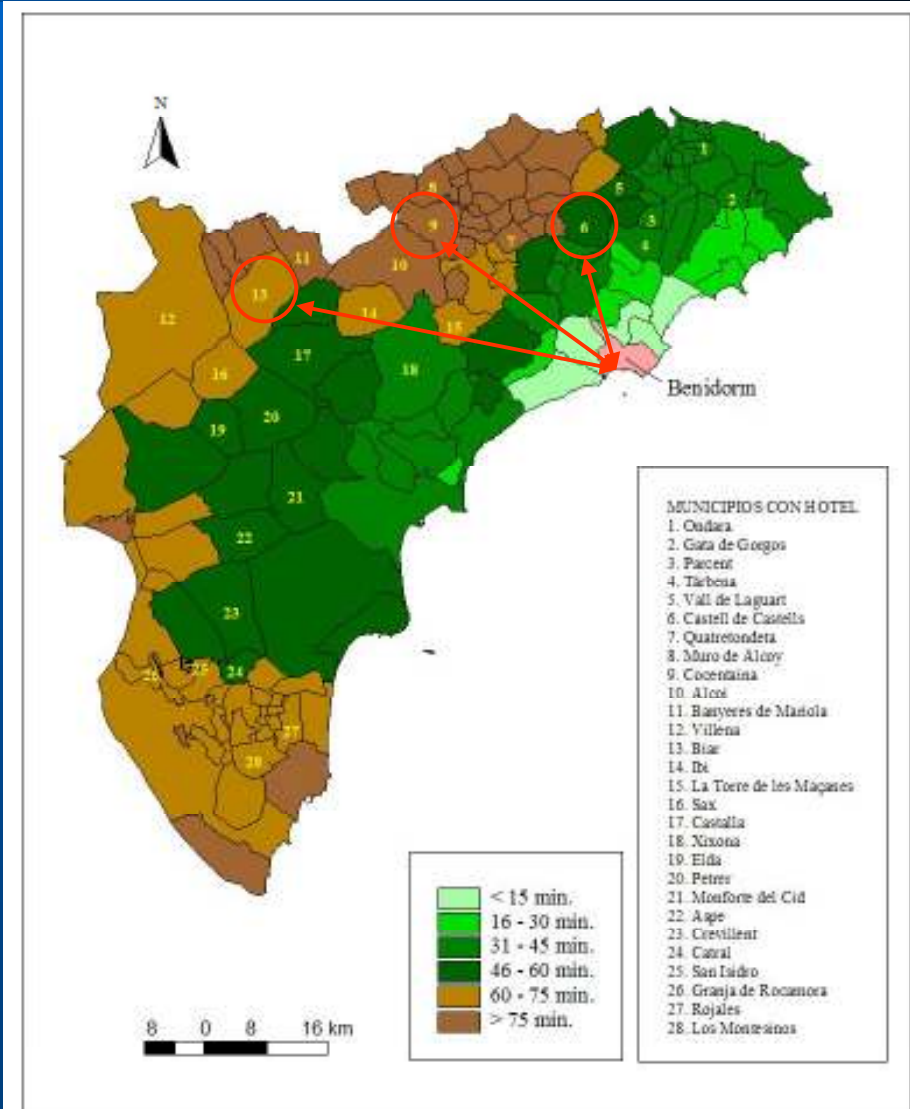
**Castell de Castells**  
(Marina Alta)



**Cocentaina**  
(El Comtat)



**Biar**  
(L'Alt Vinalopó)

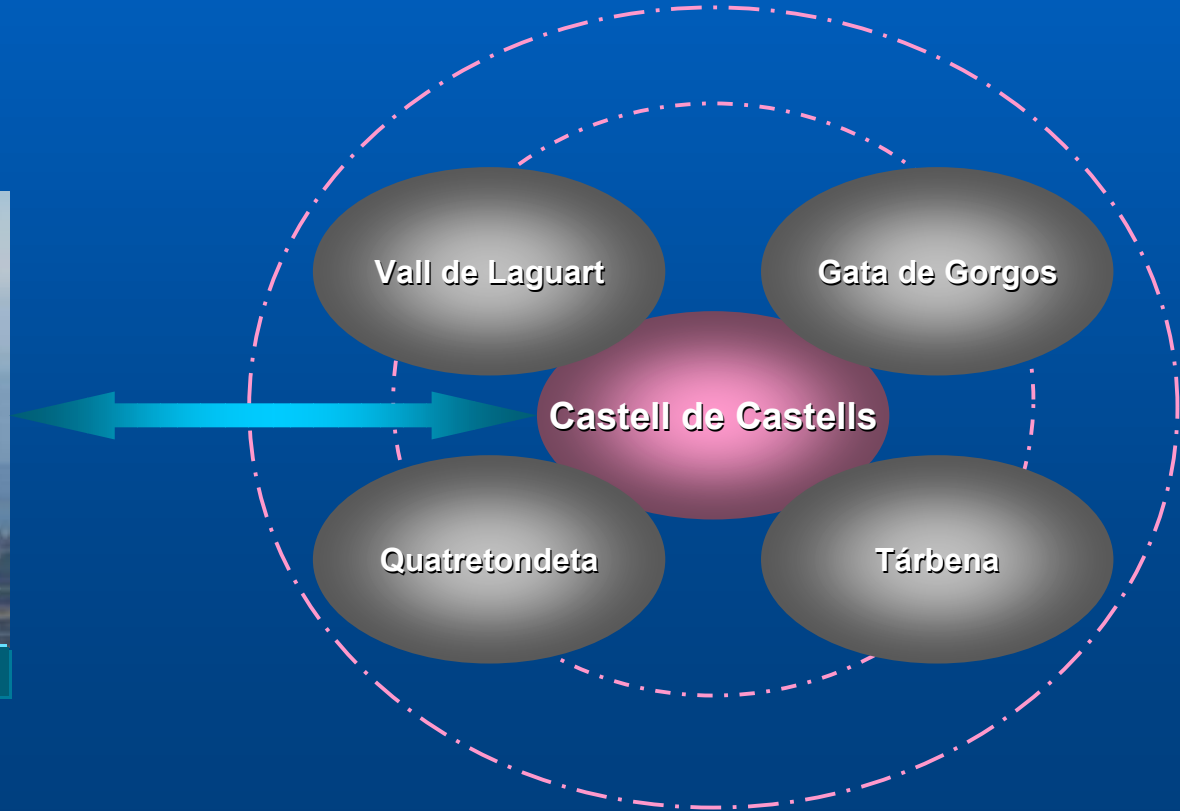


## FASE 2: Incorporación de municipios circundantes (2015-2020)

ÁREA PILOTO: CASTELL DE CASTELLS



BENIDORM

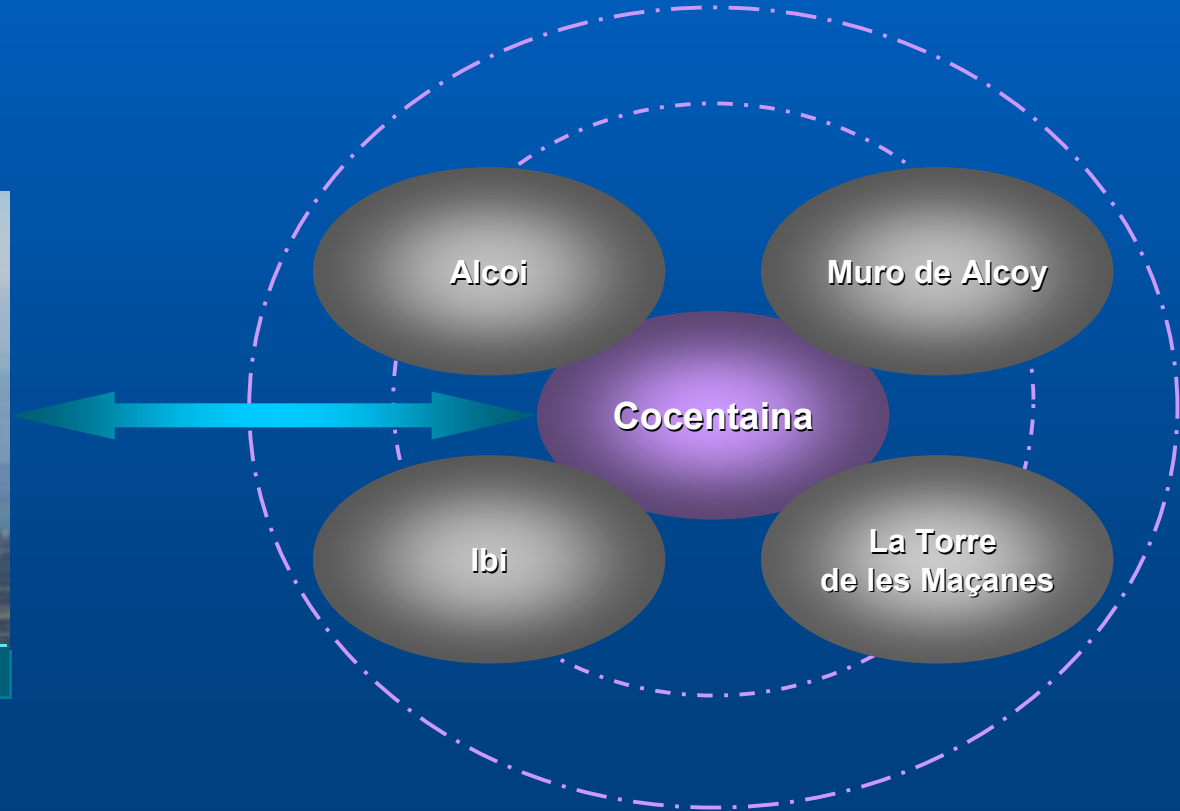


## FASE 2: Incorporación de municipios circundantes (2015-2020)

ÁREA PILOTO: COCENTAINA



BENIDORM

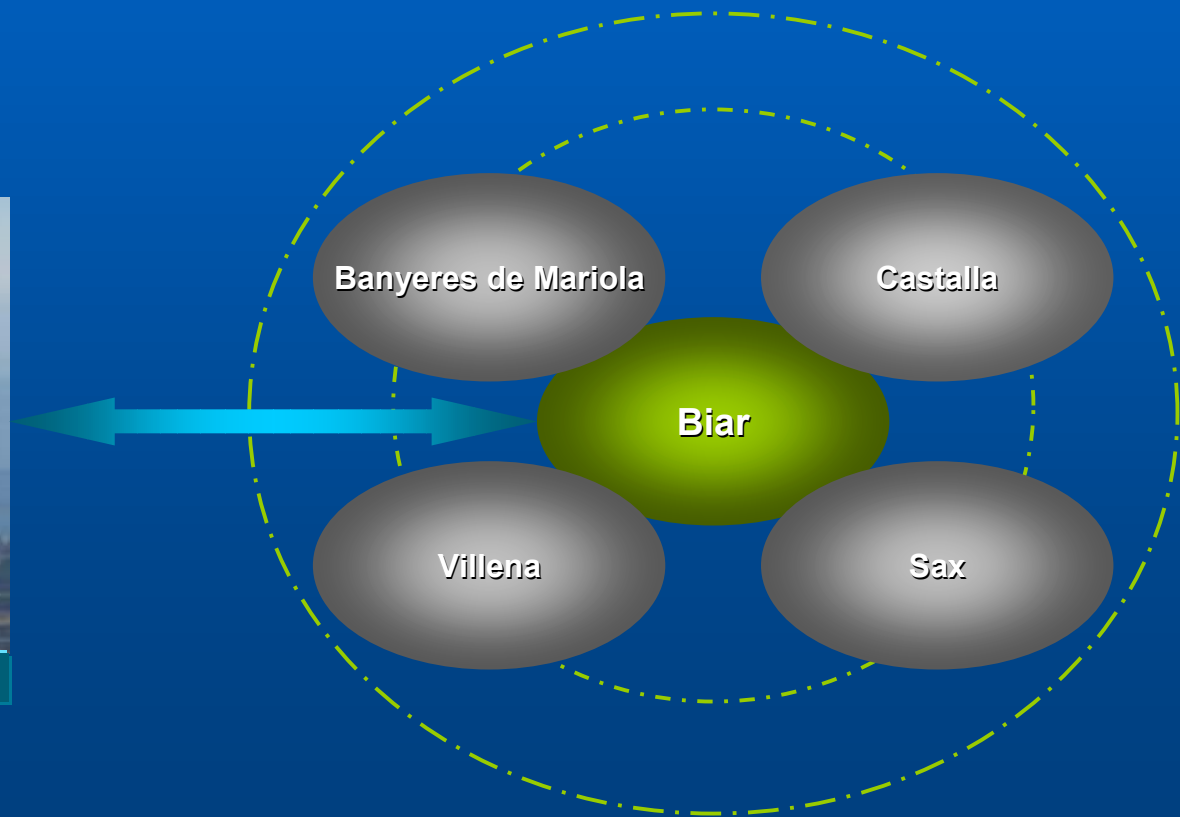


## FASE 2: Incorporación de municipios circundantes (2015-2020)

ÁREA PILOTO: BIAR



BENIDORM



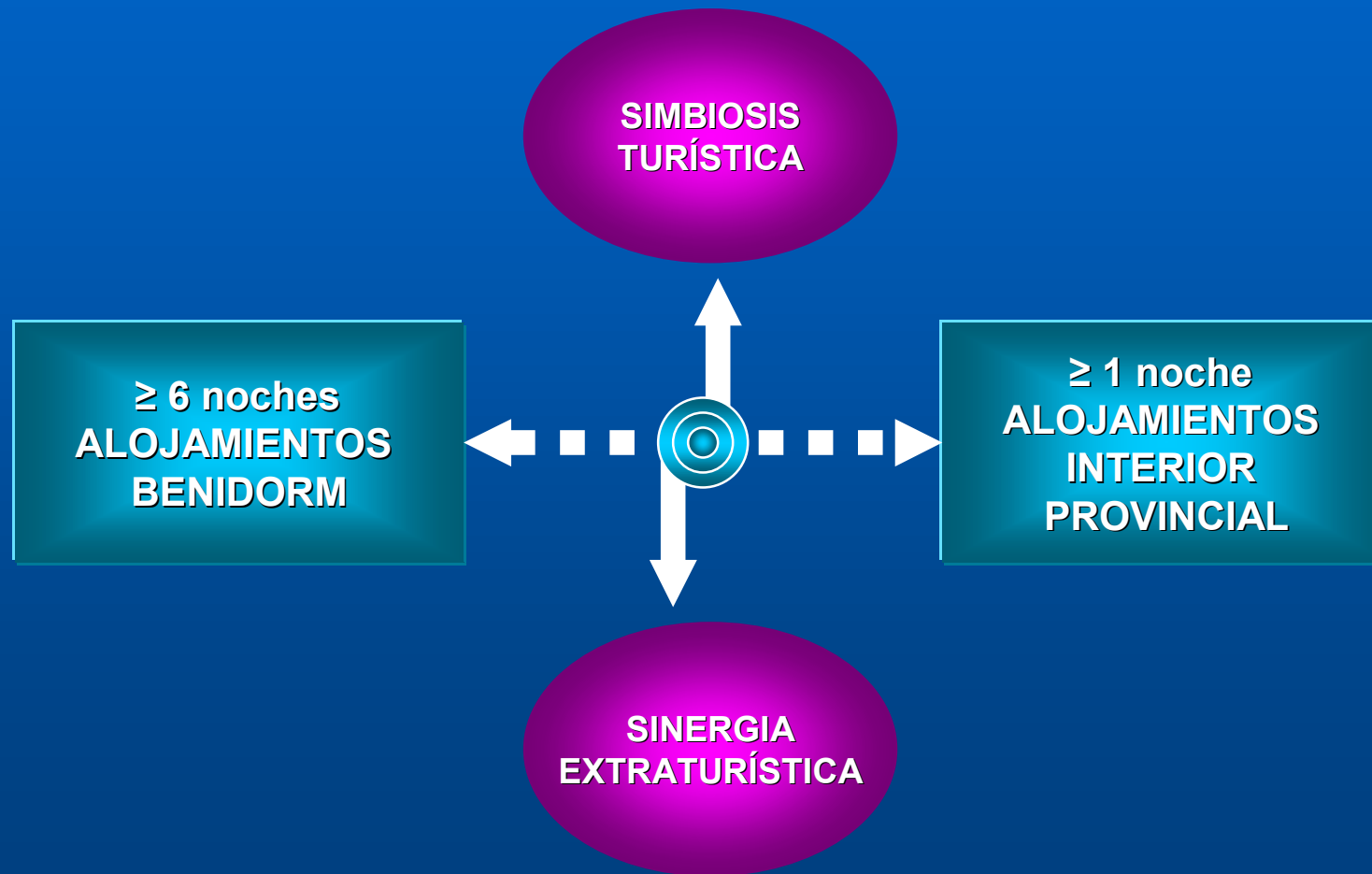


## FASE 3: Cooperación apartamentos de Benidorm y casas rurales del interior (2020-2025)

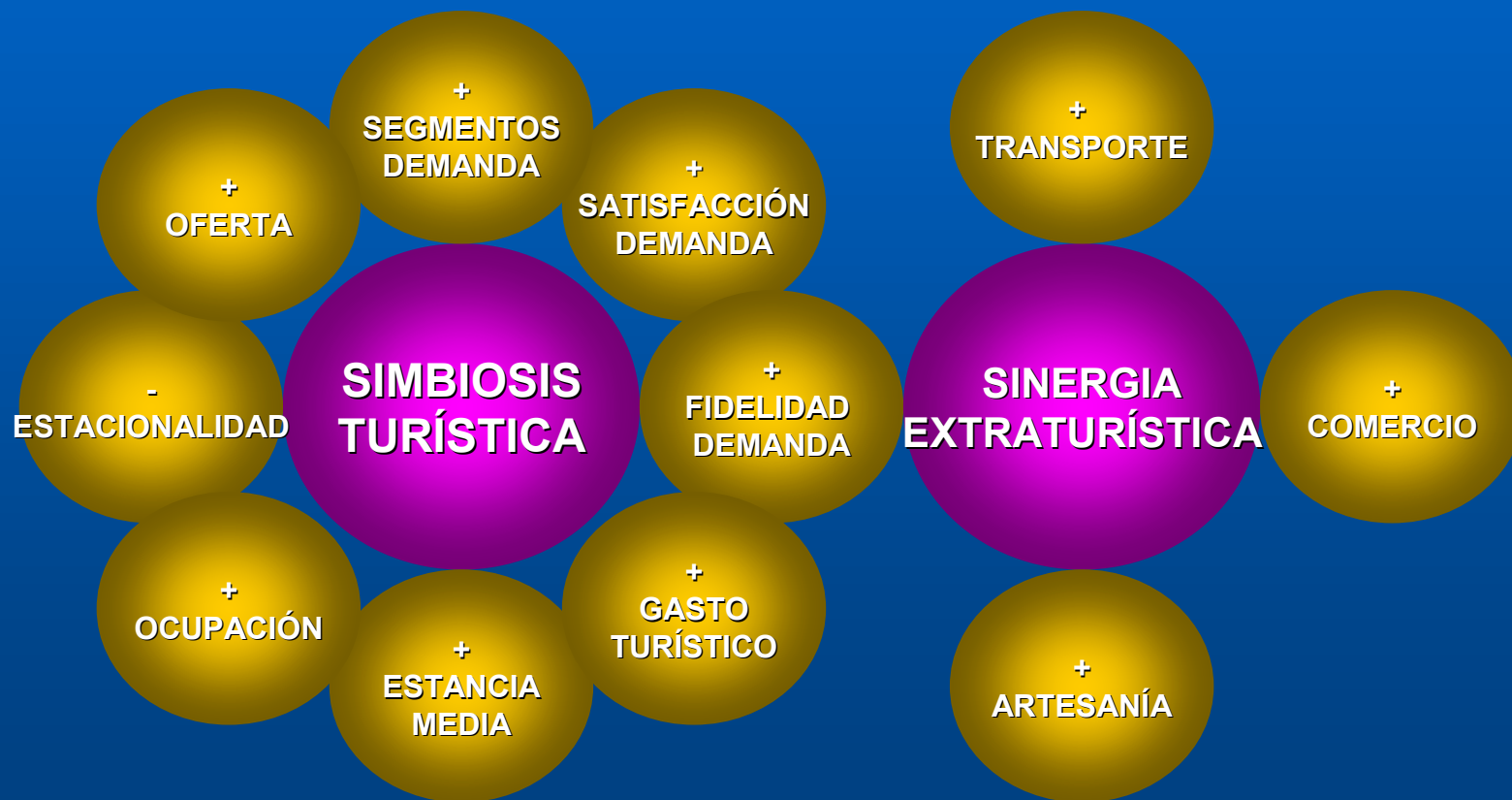
Producto BENIDORM TIERRA ADENTRO comercializado en un paquete turístico  $\geq 7$  días



## FASE 4: Pleno desarrollo del producto BENIDORM TIERRA ADENTRO (2025-2050)



## FASE 4: Pleno desarrollo del producto BENIDORM TIERRA ADENTRO (2025-2050)



# Benidorm Tierra Adentro

El futuro tiene muchos nombres.  
Para los débiles es lo inalcanzable.  
Para los temerosos, lo desconocido.  
Para los valientes es la oportunidad.

Victor Hugo