



**HACIA
BENIDORM 2050**

**PLAN DIRECTOR DE MARKETING TURÍSTICO
DE BENIDORM 2050**

PLAN DIRECTOR DE MARKETING TURÍSTICO DE BENIDORM 2050

CONTENIDO:

1. Antecedentes del proyecto
2. Retos de futuro
3. Hacia Benidorm 2050
4. Turismo de Biomedicina y Salud
5. Benidorm 2050



1. Antecedentes del proyecto



1. Antecedentes del Proyecto

BENIDORM 2008-2050

- Este año se ha celebrado el cincuentenario de la Revolución Turística que tuvo lugar en la Década de los sesenta impulsado por el fallecido recientemente Alcalde de Benidorm D. Pedro Zaragoza Orts
- Esta celebración coincide con la creación de nuevos desarrollos turísticos y la creación de un Centro de Innovación turística en Benidorm y que sirve de impulso y da una oportunidad para consolidar una nueva etapa en Benidorm
- Desde ahora es necesario orientar las actividades a largo plazo con la finalidad de impulsar un nuevo modelo turístico.
- Benidorm 2008 – 2050: Una visión del modelo turístico, que nos permitirá el debate y el análisis de generar entornos futuros más adecuados para los retos tecnológicos y medioambientales que se avecinan



- El agotamiento del modelo industrial generando una nueva organización del mapa económico mundial. Asistimos al nacimiento de un nuevo paradigma de desarrollo

Demografía	Economía	Ecología y Recursos Naturales	Tecnológicos	Financieros	Políticos
Reducción natalidad	Feminización de los mercados	Cambio climático	Nuevas Tecnologías Información Y comunicación	Cambio sistema financiero mundial	Cambio liderazgo mundial
Migración	Producción para mercados masivos	Agotamiento de suelos	Nanotecnología Y mega materiales	Condicionamiento Crediticios por Multinacionales	Criminalidad y Terrorismo Internacional
Expansión de Longevidad	Tercializacion de la economía	Reducción de la Biodiversidad	Predominio de la Biotecnología	Mega corporaciones financieras	Desregulación Global
Madurez población	Mega fusiones y Adquisiciones	Estrés hídrico	Mega-Transportación		Nuevas Formas de Exclusión
Países y Ciudades "Diseñadas"	Economía del Conocimiento	Escasez energética	Inocuidad Y trazabilidad		Evolución de Estilos de vida
	Estandarización del consumo				Nuevas Organizaciones Sociales
	Desocupación Y Subempleo				



1. Antecedentes del Proyecto

Agentes del cambio que definirán la economía de este Siglo XXI:

- Las mercado demográfico: migración mano de obra hacia países desarrollados para apaliar el envejecimiento de su población.
- Frenazo del modelo de desarrollo económico actual: cambio de paradigma y cultural de la sociedad
- Los dinamismos energéticas y medio-ambientales: Mayor respeto medio ambiental hacia “industrias limpias” y aumento del uso de energías alternativas.
- Consolidación de grandes firmas multinacionales y aumento de los oligopolios.
- Nuevo panorama mundial por la caída de la hegemonía Americana tomando importancia China y las economías Asiáticas
- Revolución científico-tecnología, base del nuevo paradigma económico, que moldeará las organizaciones y mercados del futuro .
- Necesidades de integración del desarrollo económico con desarrollo social. El aumento de las desigualdades entre naciones y entre individuos.
- El cambio más importante se producirá en los insumos: el insumo del desarrollo económico será el conocimiento



1. Antecedentes del Proyecto

Desarrollo Económico

En los próximos 15 años, se espera que mayor dinamismo del mundo se ubique en los países en desarrollo; donde los países asiáticos y especialmente India y China apuntarán al crecimiento mundial



1. Antecedentes del Proyecto

Movimientos Demográficos

- En los próximos 50 años habrán cerca de 9.200 millones de habitantes.
- Los Estados Unidos y Canadá, junto a países Occidentales seguirán siendo los receptores de emigrantes.
- Los países emisores de emigrantes, México, China, Filipinas, Bangla Desh, India y Pakistán, llegarán grandes remesas de financiación a sus países de origen.
- Envejecimiento de la población sobre todo en Europa, EEUU y Canadá
- Se alarga la edad media de vida a 90 años



1. Antecedentes del Proyecto

Incertidumbre Energética e hídrica

- Escasez de combustibles fósiles
- Salvo en Medio Oriente, el horizonte de producción es limitado para el desarrollo económico mundial
- Desarrollo de energías alternativas solares y eólicas y planteamiento de utilización de fusión nuclear.
- Concienciación mundial por el cambio climático y las políticas de sostenibilidad.
- Hacia 2050, más del 45% de la población mundial estará afectada por la escasez de agua



1. Antecedentes del Proyecto

- Economías de bajo crecimiento, por lo que habrá que pensar en una estrategia de inversiones a Medio y largo plazo que ayuden al sector turístico a realizar los cambios necesarios para adaptarse a los grandes cambios.
- Atender solo a la coyuntura puede anular el futuro del sector turístico en un contexto mundial donde la mayor parte de los países se están asomando al futuro con acciones agresivas para fomentar las inversiones
- Para que Benidorm escale en esta dinámica es preciso se adopten decisiones que le ayuden a desarrollar expectativas de largo plazo.
- Para eso debemos renovar la imagen futura que queremos de Benidorm y que se fundamenten el crecimiento del sector turístico y el desarrollo socioeconómico de la comarca.



2. Retos de futuro



2. Retos de Futuro

Considerando las futuras condiciones internacionales del mercado turístico y la fortaleza que ha demostrado, Benidorm como destino turístico puede lograr liderazgos debe dar un giro a su modelo actual apostando por al menos cinco campos de conocimiento, que le obligará a impulsar profundos cambios en su modelo de negocio actual

- Energía y Sostenibilidad
- Industrias del conocimiento
- Infraestructuras, transporte y logística
- Especialización en Turismo de Salud
- Cooperación internacional en materia de Biotecnología



2. Retos de Futuro

Escenarios evolución tecnológica :

- 2006-2010: juguetes emotivos, grupo pop de inteligencia artificial, Internet en el teatro, superordenador más rápido que cerebro humano, teléfonos transmiten emociones, pantallas flexibles...
- 2008-2012: medicamentos suministrados a través de fruta modificada genéticamente, vídeo tatuajes, tejidos sensibles que informan de la salud de una persona, clases mediante tele presencia, publicidad holográfica, aparato que traduce una conversación en tiempo real...
- 2011-2015: coche pilotado automáticamente, regeneración dental gracias a la terapia genética, desaparición del papel moneda, el 60% de la población mundial vive en ciudades, robots-insectos ayudan a la polinización, robots jardineros, control de velocidad automático en las calles, ordenadores que duermen...
- 2013-2017: maquillaje electrónico que cambia de color, robots que guían a los ciegos por las calles, el 50% de la población mundial accede a Internet, juguetes nanotecnológicos, vídeos holográficos, hoteles en órbita, el genoma individual forma parte del historial médico, reconocimiento internacional de la cibernacionalidad...
- 2016-2020: se protegen jurídicamente las formas de vida electrónicas, los espectadores se convierten en los actores de las películas, los objetos electrónicos permiten controlar las emociones, los androides representan al 10% de la población mundial, la policía se privatiza, las flores son caleidoscópicas...

Bibliografía: www.tendencias21.org



2. Retos de Futuro

Escenarios evolución tecnológica :

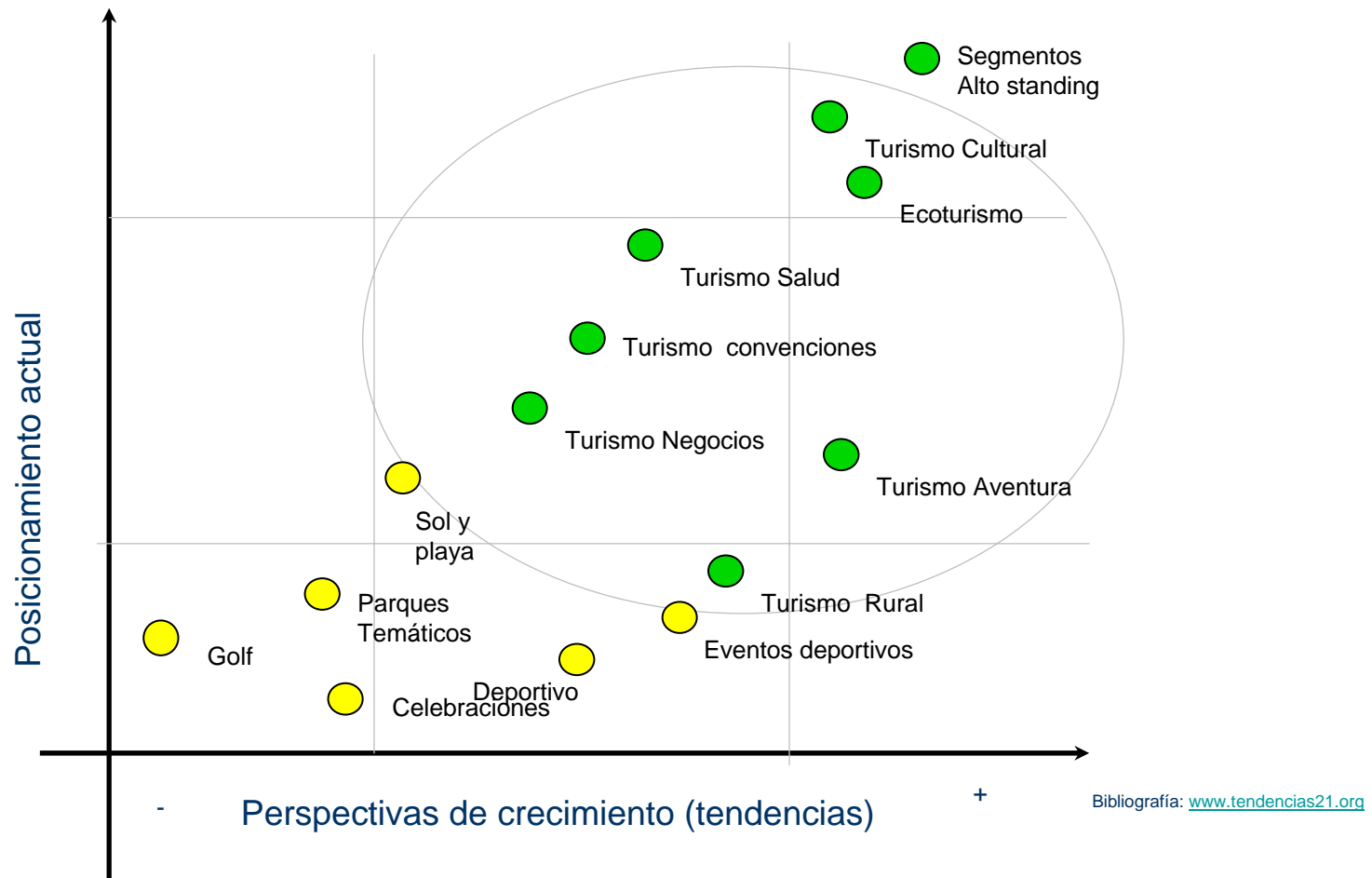
- 2021-2025: traducción inmediata automática, televisión en 3D, olimpiada biónica, almacenamiento bioquímico de la energía solar, primera misión a Marte, tecnología antirruídos ...
- 2026-2030: impresoras 3D en los hogares, primer e-bebé ensamblado genéticamente, plena conexión con el cerebro, circuitos hechos con bacterias, combates deportivos de androides, factorías espaciales para el comercio interestelar ...
- 2031-2035: posibilidad de ralentizar el metabolismo humano para permitir los viajes espaciales, ordenadores más inteligentes que las personas, animales domésticos diseñados a medida, juegos que usan la genética real, creación de "The Matrix"...
- 2036-2040: inauguración ascensor espacial, estaciones de energía solar, escaparates virtuales, primer kit mecano- fractal ...
- 2041-2045: primera ciudad lunar con servicio regular de trasbordador, la población mundial alcanza los 10.000 millones, la energía de las olas cubre ...
- 2046-2050: una pequeña colonia de científicos se establece en Marte en una ciudad autosuficiente, llega el cerebro artificial, se impone la energía nuclear de fusión, se extraen minerales de los asteroides.
- 2051 +: los pensamientos, sentimientos y recuerdos se transfieren a un ordenador, desaparece el agujero de la capa de ozono, la expectativa de vida llega a los 100 años, la comunicación telepática se generaliza, se consigue el viaje a través del tiempo, colapso financiero internacional, desplazamientos de personas en el ciberespacio ...

Bibliografía: www.tendencias21.org



2. Retos de Futuro

Tendencias turísticas



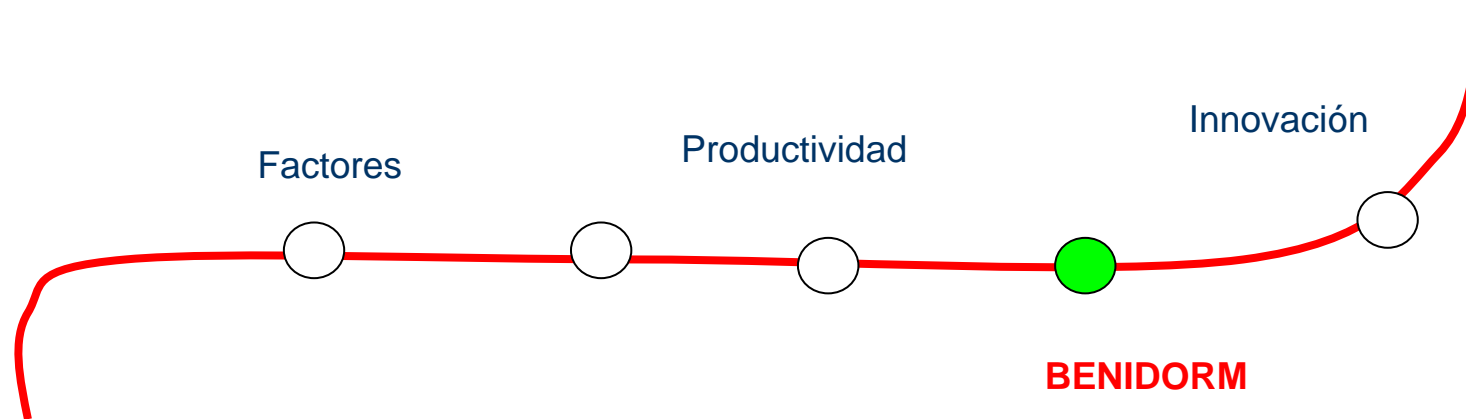
Fuente: Organización Mundial del Turismo

3. Hacia Benidorm 2050



3. Hacia Benidorm 2050

Benidorm esta ante una oportunidad única para alcanzar el próximo reto hacia el camino del desarrollo turístico del siglo XXI

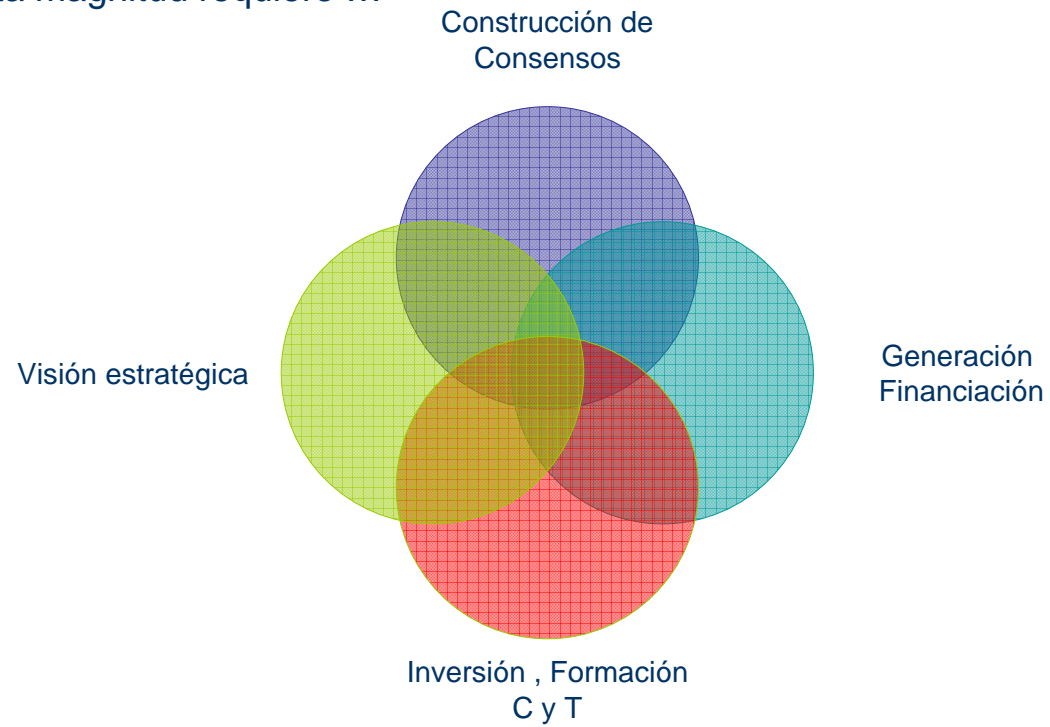


El tren está en marcha ... no podemos dejarlo pasar



3. Hacia Benidorm 2050

Un desafío de esta magnitud requiere ...



... en un entorno institucional catalizador de cambio.



3. Hacia Benidorm 2050

Innovación institucional para impulsar el salto cualitativo necesario mediante el ...

.. Desarrollo de la inversión nacional y extranjera directa

.. El apoyo al crecimiento y la internacionalización de las empresas.

... la contribución a la optimización de las condiciones para la inversión, la innovación y la competitividad



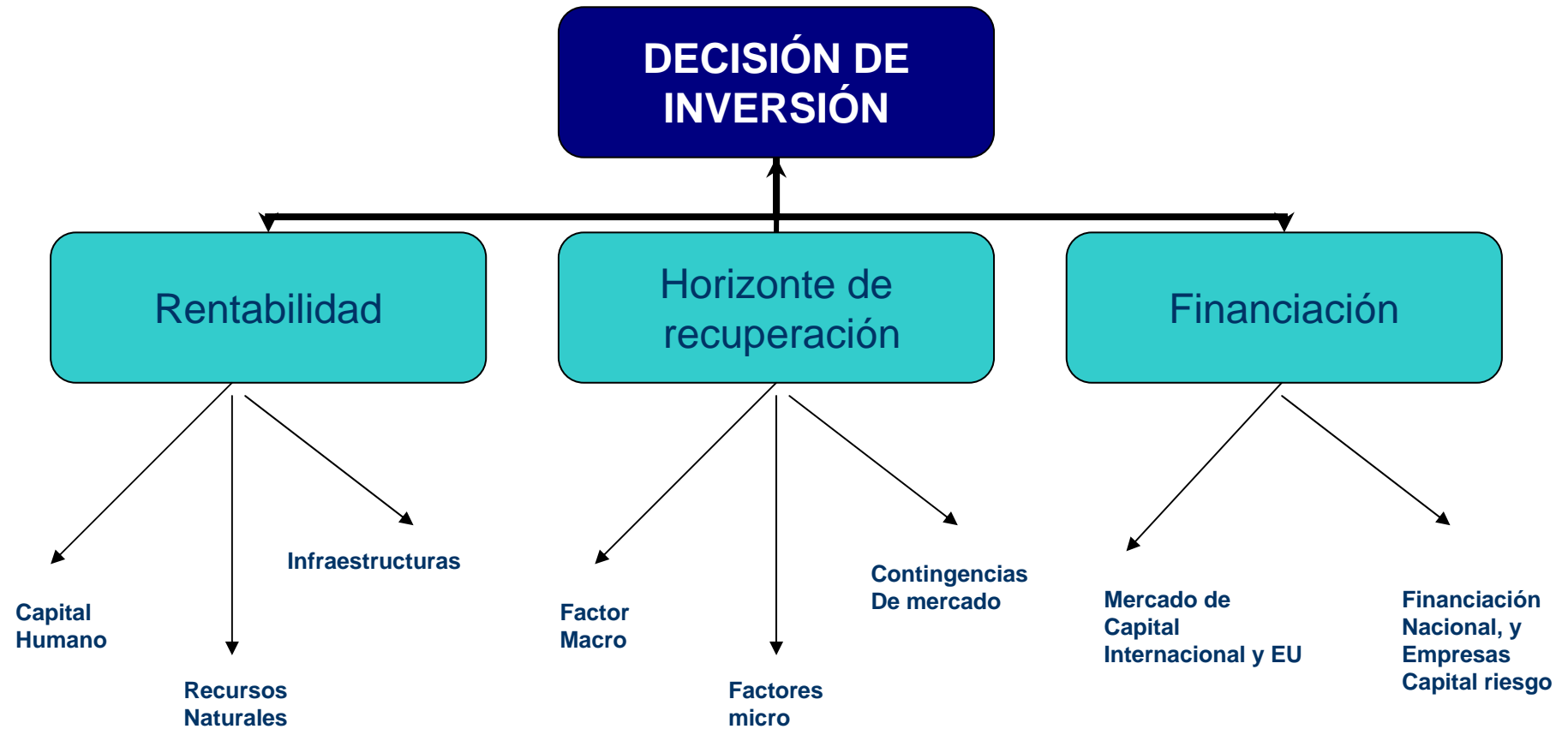
3. Hacia Benidorm 2050

ACTIVIDADES Y PROYECTOS



3. Hacia Benidorm 2050

Factores determinantes



4. Benidorm ciudad del bienestar y la Salud



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

Benidorm debe convertirse en un **producto urbano**; por lo que se necesita que evolucionen y se especialicen en públicos y en oferta.

Pero, como empezamos el camino, **innovando y participando** en la educación de los **turistas y sus gustos** y aplicando las **predicciones del futuro**,



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

Turistas 2050

- ... Seniors que con alto nivel de ingresos, retirados
- ... Seniors con un nivel adquisitivo elevado
- ... Profesionales del sector de la biomedicina
- ... Otros profesionales y empresarios
- ... Otros turistas atraídos por la oferta de ocio y salud



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

Turistas 2050

- ❑ Comportamiento mas sofisticados del turista más tiempo libre
- ❑ Compra una variedad de productos turísticos, atento a la innovación: es curioso;
- ❑ Espera y evalúa los productos como experiencias intensivas mas que como descanso: exige más, emocionalmente
- ❑ Intenta de coordinar turismo de desenchufe con enriquecimiento cultural, aventura,... en contacto con otras : motivaciones aparentemente contradictorias.



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

El Desafío

1. **ESPECIALIZACIÓN**: no es opción, es **necesidad**.

Implica:

- Identificar recursos atractivos y valorizarlos conforme a los escenarios planteados en 2050
- Diseñar, nuevos productos turísticos (innovar), producirlos y comercializarlos.
- Buscar distintos turistas con alto poder adquisitivo

Encarar este desafío requiere uno esfuerzo colectivo coordinado, pero merece la pena



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

2. Los nuevos atractivos y la innovación están en el territorio

- ❑ Apostar en el desarrollo de flujos de turistas más sofisticados, de estilo de vida activo y de descubierta;
- ❑ Render los productos turísticos del territorio de Benidorm, productos identificables, precondition para que sean experienciales.
- ❑ Sello y marca son metas así como procesos de formulación de la identidad territorial y de afirmación de la calidad como atributo asociado: autenticidad de la experiencia visitar y vivir en BENIDORM 2050



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

3. Valorizar el tesoro: el territorio

- Invertir en infraestructuras materiales e inmateriales.
- Valorizar y acumular capital público y privado.
- Cuidar del medioambiente y de la calidad de la vida a compartir con los visitantes.
- Recursos humanos cualificados a todos los niveles
- Apoyar la cooperación empresarial e institucional: el cluster es entrenamiento para la cultura del cooperar a nivel nacional e internacional



5. Benidorm 2050



5. Benidorm 2050

CIUDADES COLABORADORAS – DIFUSORAS CIENTIFICAS

→EJE BENIDORM – NEW YORK – SAO PAULO

→EJE BENIDORM – DUBAI – TOKIO

→EJE BENIDORM – RUSIA - JORDANIA



5. Benidorm 2050

¿Por que estos ejes entre ciudades?

- Captadoras de turistas.
- Apuestan por la estética de edificios verticales y vanguardistas
- Con tendencias a especialización tecnológica y sostenibilidad.
- Aprovechamiento de sus sinergias para crecer y difundirse en sus áreas de influencia



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

EJES DE ACTUACIÓN Y DIFUSIÓN:

- COOPERACIÓN Y COBRANDING
- TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS
- ORGANIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS CIENTÍFICOS
- SINERGIAS



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

EJES DE ACTUACIÓN Y DIFUSIÓN:



4. Benidorm, ciudad del bienestar y la Salud

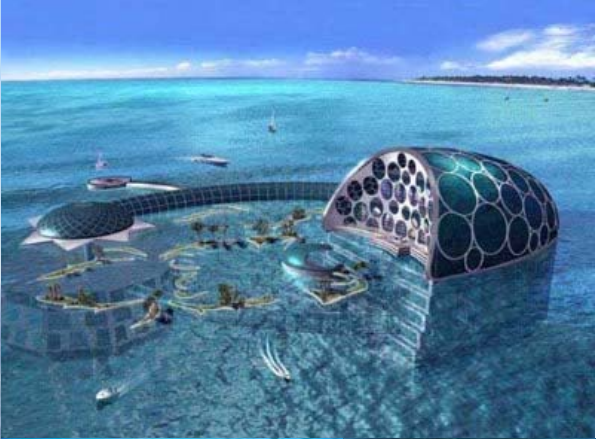
EJES DE ACTUACIÓN Y DIFUSIÓN:

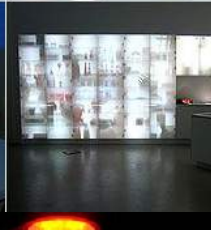


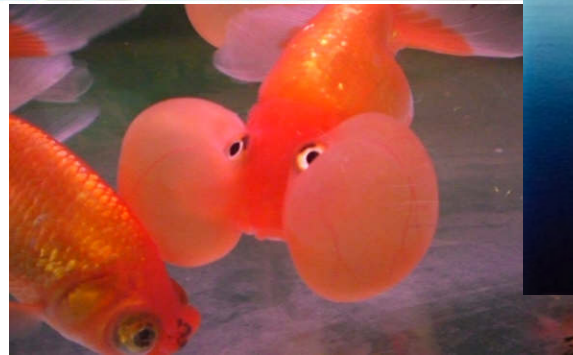
La visión de Benidorm

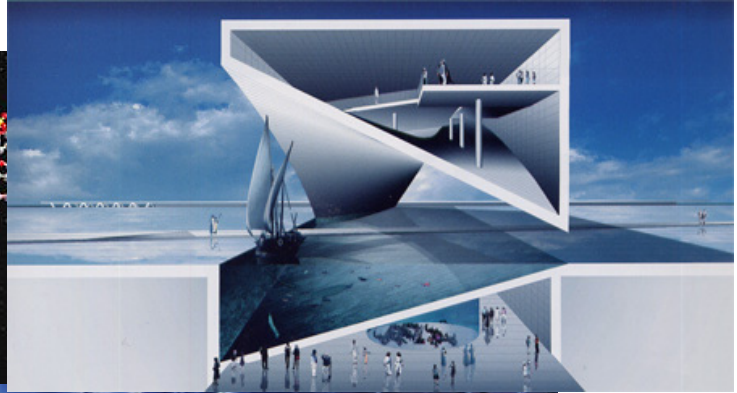
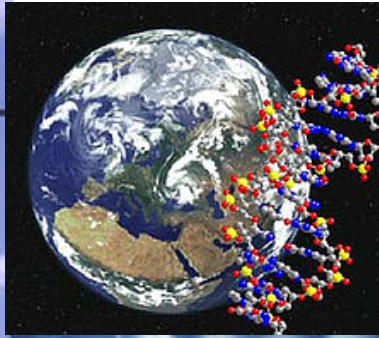


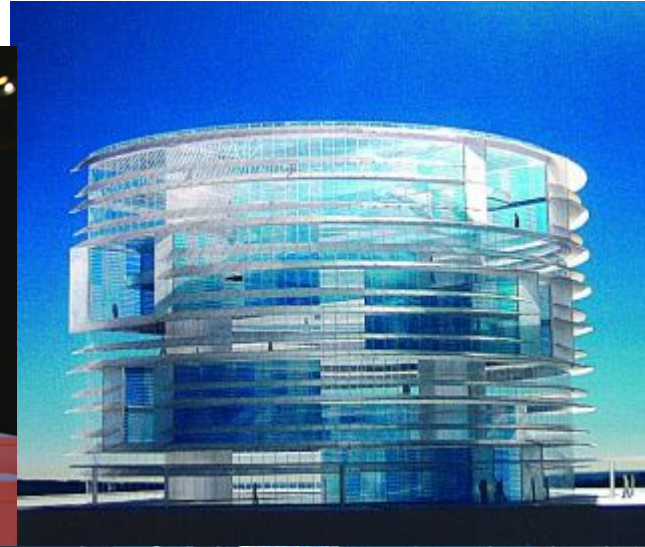
Sky line Benidorm

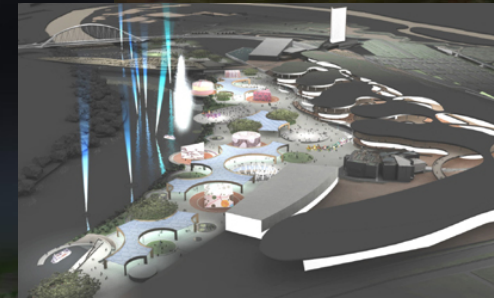












EQUIPO DEL PROYECTO



María Teresa Botella Érchiga

FORMACIÓN

- Master Comunicación y Nuevas Tecnologías. Fundación COSO (IESE)
- Licenciada en Gestión Comercial y Marketing en ESIC Valencia.
- I Ciclo de Administración y Dirección de Empresa Universidad Miguel Hernández (UMH).
- Especialista en Consultaría de Empresa en la Universidad Nacional a Distancia (UNED).
- Jornadas y Seminarios de Place Marketing (Elche-Valencia)
- Seminario Citymarketing Elche
- Seminario “Planes Estratégicos de Segunda Generación: Bilbao 2011” (UPV)
- Jornadas profesionales “La Ciudad Reputada” (UJI Castellón)

FORMADOR.

- Consultor – Formador Programa INCYDE. Cámara de Comercio
- Formador IFEDES, Consultoría San Roman,

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Director de Proyectos MBP
- Director de Cuentas y Proyectos Grupo Anima Soluciones Digitales
- Consultora de Estrategia y Marketing Ifedes consultores.
- Responsable de Marketing (Grupo Maryper Alimentación)
- Directora de producto (Grupo Oyana, SL Distribuidor Oficial en Exclusiva de Nina Ricci).
- Consultor Externo (Xplora Solutions Investigación de Mercados)
- Coordinadora Interna Sede (ESIC – Murcia)
- Directora de Comunicación (Inmobiliaria Blasco).
- Ejecutiva de la Junta Directiva (TOLOMO, S.C.V.)
- Ejecutivo de Cuentas (S&C Publicidad)



Susana Navarro Garcia-Caro

ESTUDIOS REALIZADOS

- C.O.U: Wawerly High School, Lansing, Michigan, j
- TEAT (Técnico de Empresas y Actividades Turísticas): Escuela de Turismo PAX de Valencia, j
- Master Universitario Internacional en Turismo: organizado por la Universidad Politécnica de Valencia e ITES (Instituto Turismo, Empresa y Sociedad),
- Master en Gestión Comercial y Marketing (GESCO) en ESIC, Valencia,
- Master oficial en Planificación y Gestión de destinos turísticos, Universidad de Valencia,

CURSOS

- Curso de **Formación en Turismo Accesible** por VIA LIBRE-Fundosa Accesibilidad, Plataforma Estatal de Discapacitados PREDIF y la Conselleria de Benestar Social. Seminario **Iberoamericano sobre Accesibilidad al Medio Físico**. Conselleria de Benestar Social de la G.V. y el Real Patronato de Discapacidad del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Curso de Técnicas de Negociación,, Universidad Politécnica de Valencia
- Curso sobre “**Turismo Accesible para destinos y empresas del sector**”, Curso de **voluntariado y discapacidad**, organizado por Cocemfe Valencia sobre Discapacidad Física y los Curso “**Trato con ciegos**”, Castellón
- Curso “**Creación y consolidación de empresas para mujeres**”, Fundación INCYDE, Cámara de Comercio, Valencia
- Curso “ **Accesibilidad integral: cómo hacer accesibles los productos y los entornos**”, Instituto de Biomecánica de Valencia e Imserso
- Curso de especialización en “Turismo Cultural”, Fundación Cañada Blanch.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Gerente: *Adaptamos Group, Especialistas en accesibilidad*
- ITES, Instituto de Turismo Empresa y Sociedad: Gerente,
- TVA (*Institut Turístic Valencià*)
- ENEBRO, Valencia: Departamento de extranjero y comercial,
- SERVIPLAYA, Valencia: Directora comercial y responsable de atención al cliente,
- Colaboración en la promoción de la Comunidad Valenciana realizada en verano en Salou,



CARMONA Y DE LA TORRE ARQUITECTOS S.C.P

Marita Carmona Belda

- Arquitecta por la ETSAV en 2004.
- Trabajó en G-ZARCO Estudio S.L. de 2004 a 2006.
- Actualmente ejerce la profesión -desde 2007- por cuenta propia como Arquitecta socia de Carmona y de la Torre Arquitectos S.C.P. y elabora la Tesis doctoral acerca de la vivienda del futuro
-

Irene de la Torre Fornés

- Arquitecta por la ETSAV en 2004
- Trabajó en Santatecla Arquitectos S.L. de 2004 a 2006
- Actualmente ejerce la profesión -desde 2007- por cuenta propia como Arquitecta socia de Carmona y de la Torre Arquitectos S.C.P. y realiza el Máster de Conservación y Restauración del Patrimonio en la UPV.



Mireya Pinazo Torres

FORMACIÓN

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Cardenal Herrera-CEU

- Técnico Auxiliar en Diseño Gráfico: Codex. Programas: Freehand, Photoshop y Quarkexpress.
- Azafata y Auxiliar de Congresos: Centro de Estudios Superiores CEU de Valencia.
- Iniciación a la Multimedia: en Isfe, Valencia.

CONOCIMIENTOS INFORMÁTICOS

- Diseño: Freehand, nivel experto. CS3: Photoshop nivel avanzado, InDesign nivel alto, Illustrator nivel medio. Swish nivel medio. Corel Draw nivel medio. Iniciación en 3D Studio Max, Adobe Premiere.
- Ofimática: Microsoft Word, nivel alto; Microsoft Excel, nivel alto; Microsoft Access, nivel medio.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Masuno, Servicios Socio ambientales: Técnico en Diseño Gráfico. Cartelería, folletos, montaje de actividades educativas, diseño de guías de buenas prácticas.
- Viajes Gheisa Diseñadora gráfica en el Departamento de Marketing y Comunicación
- Proesme. Cuatro meses de prácticas en la agencia de Publicidad y productora de espectáculos
- 93.1 FM Radio L`Horta y Kosta Latina FM, Departamento de Creatividad. Creativa de las cuñas publicitarias



5. Benidorm 2050



**“Cuando empieces tu ida hacia Ítaca,
desea que el camino sea largo,
lleno de peripecias, lleno de conocimientos.**

....

**“La llegada a allí es tu destino.
Pero no precipites el viaje en absoluto.
Es mejor que muchos años dure.
Y que, ya anciano, arribes a la isla,
rico con cuanto obtuviste en el camino,
sin esperar que riquezas te dé Itaca”.**

