Propuesta Desafío

TURISMO

Empresa:	**Asoc. Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros** **Autoridad Portuaria de Alicante**	
Itinerario de innovación:	Producto Experiencia de Cliente Modelo de Negocio	■ ■
Título:	**Somos Mediterráneo: Sentir lo nuestro**	
Destinatarios	**1º FPGM y 1º FPGS – 4º ESO**	

Patrocina: ALICANTE POR EL TURISMO DE CRUCEROS

Colabora: ALICANTE PORT Autoridad Portuaria de Alicante

1. Contextualización de las entidades proponentes:

La **Asociación Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros,** organización que tiene como propósito impulsar el desarrollo de oportunidades, detectar necesidades, resolver problemas, así como priorizar objetivos a través de una eficiente colaboración con la sociedad y las instituciones, con la meta de convertir a la provincia de Alicante en puerto de referencia mundial en la recepción de cruceristas.

Fortaleciendo este enfoque colaborativo, la asociación es generadora e impulsora de estrategias que favorezcan y garanticen el desarrollo sostenible de la llegada de turistas de cruceros, compartiendo con empresas, profesionales e instituciones, una visión emprendedora, transversal y periférica de las capacidades, conocimientos, equipos de trabajo y activos inmateriales, con el fin de crear el máximo valor para la Costa Blanca.

De cómo la Asociación promueve y contribuye, a través de su programa de actividades y asociados, a diseñar, consolidar, impulsar u orientar, destinos y trazados de interés general integrando las más diversas perspectivas como shopping, gastronomía, costumbres y tradiciones, cultura, legado histórico, artesanía, turismo industrial, ocio y deportes o turismo enológico, puede encontrarse información en la webs www.alicantecruisetourism.com y www.alicantecruisefriendly.com, así como a través de las rr.ss. (Facebook, X anteriormente Twitter, Instagram y YouTube).

La **Autoridad Portuaria de Alicante** es el organismo público, dependiente del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible a través de Puertos del Estado, encargado de la gestión, organización y fomento de las actividades industriales y comerciales del puerto de Alicante, entre otras competencias, tal y como le atribuye el Texto Refundido de la Ley de Puertos del Estado y de la Marina Mercante.

Propuesta Desafío

Como infraestructura de interés general, la Autoridad Portuaria es consciente de la importancia que tiene el puerto para su territorio de influencia, y por ello apuesta por convertirse en un puerto turístico al alza, enfocado al turismo de cruceros, que promocione la rica oferta cultural y de patrimonio que ofrece la provincia. La llegada de este tipo de pasajeros al puerto, desde donde se redistribuyen a toda la provincia, aporta un impacto económico y social de primera magnitud a sus municipios. Además de la generación de empleo para dotar de servicios toda la oferta turística que se va conformando alrededor de esta industria, se producen ingresos directos para los negocios locales, fomenta el desarrollo local y mejora las infraestructuras y servicios en todos estos municipios.

El puerto de Alicante se encuentra situado en un enclave estratégico del Mediterráneo, ideal para este tipo de turismo. Además de su extraordinario clima, con más de 300 días de sol al año, y una temperatura media anual que supera los 19º, la ubicación del puerto en una bahía natural, conformada entre el Cabo de Las Huertas y el Cabo de Santa Pola, permite que el puerto permanezca siempre operativo, a pesar de los temporales.

Por otra parte, la terminal de pasajeros cuenta con excelentes comunicaciones para el embarque y desembarque de pasajeros, con conexión rápida con las principales autovías y autopistas de la zona, y a tan solo 10 minutos de la estación de ferrocarril de alta velocidad, que conecta con Madrid, y a 20 minutos con el aeropuerto internacional de Alicante-Elche Miguel Hernández. De forma peatonal, los pasajeros pueden acceder al centro de la ciudad desde la terminal, situada a un poco más de un kilómetro de distancia.

Actualmente, el Puerto de Alicante se encuentra en plena transformación hacia un puerto inteligente, verde, interconectado, innovador, y competitivo, que le permita cumplir más fielmente el cometido de puerto de interés general, al servicio de la provincia y de sus sectores económicos, convirtiéndolo en una oportunidad estratégica para el impulso de la provincia.

2. Descripción del Desafío:

Nos encontramos ante un cambio de paradigma: dejar atrás la lógica de **"competir por atraer turistas"** para avanzar hacia la construcción de **un destino mediterráneo que se regenera a sí mismo**. En este enfoque, la **identidad mediterránea** y la **emoción del visitante** ocupan el centro de la estrategia: no se trata solo de gestionar flujos, sino de activar relatos, oficios, paisajes y prácticas sociales que devuelvan sentido, orgullo y autenticidad a la **Comunitat Valenciana**.

La Comunitat Valenciana impulsa la red de **Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)** y existe un consenso político y social en torno a tres prioridades: **sostenibilidad**, **desestacionalización** y **cohesión territorial** entre urbano y rural, costa e interior. En este marco, el turismo debe consolidarse como motor de bienestar económico y

social, capaz de generar empleo de calidad, distribuir beneficios por el territorio y reforzar el tejido comunitario.

La tecnología y los sistemas de inteligencia turística facilitan intervenciones más precisas, inclusivas y medibles; sin embargo, su eficacia depende de que se articulen alrededor de un relato y de una comunidad que los legitimen, siendo esencial convertir la identidad mediterránea en un **recurso regenerativo**: cada visita debe contribuir a reforzar la memoria, las prácticas y la dignidad del lugar, en lugar de homogeneizarlas.

El propósito de este desafío es impulsar el diseño de **productos turísticos regenerativos** que reconstruyan o potencien una seña de identidad mediterránea —gastronómica, cultural, paisajística, artesanal o festiva—, que despierten emociones profundas en visitantes de distintas tipologías y que conecten comunidades y territorios en tres escalas operativas: **local**, **provincial** y **autonómica**.

Este desafío es la primera pieza de una serie orientada a construir destinos que se regeneren: cuidar el territorio implica comprender y activar su historia, su cultura, su memoria y sus formas de vida. Sin identidad no hay diferenciación; sin emoción no hay vínculo; sin vínculo no hay regeneración.

3. Concreción:

Diseñar un producto turístico regenerativo que recupere o potencie una seña de identidad mediterránea (gastronómica, cultural, paisajística, artesanal o festiva) y que, simultáneamente, conecte territorios, sectores y comunidades para generar un impacto positivo y distribuido.

Este producto deberá funcionar como **producto viable** en una escala local, articularse como **ruta identitaria** a escala provincial, contribuyendo a una **narrativa mediterránea compartida** a escala autonómica.

Además, deberá integrar componentes operativos y tecnológicos compatibles con la red DTI, así como demostrar una contribución tangible a los ODS, con especial atención a ODS 11, ODS 12 y ODS 17.

Por ello, las propuestas deberán responder claramente a:

- ¿Qué seña de identidad mediterránea recupera o potencia la propuesta y por qué es relevante?

- ¿Qué actores locales, sectoriales y administrativos participan y cómo se articulan?
- ¿Cuál es el producto que podría pilotarse en un barrio, oficio o fiesta; como se escalaría a una ruta provincial y cómo contribuye a una narrativa autonómica?
- ¿Cuál es el público objetivo al que se dirige el producto turístico, canales de comercialización, política de precios, comunicación y evaluación del producto?
- ¿Qué componentes DTI se incorporan para gestionar flujos, datos y medir impacto?
- ¿Qué indicadores muestran contribución a la regeneración identitaria, cohesión territorial y ODS?

Además, nos permitimos señalar, otros aspectos a tener en consideración:

- Priorizar el **prototipado rápido**: diseñar un producto que pueda ser probado en la franja de 6–12 meses.
- Involucrar desde el inicio a custodios culturales y agentes locales.
- Definir indicadores simples, medibles.
- Planificar la interoperabilidad con sistemas DTI existentes y la transferencia de capacidades a pymes locales.
- Documentar supuestos y fuentes de datos para facilitar la valoración del jurado.