

PLAN ESTRATÉGICO Y DE CALIDAD TURÍSTICA DE BENALMÁDENA 2025-2030



EQUIPO REDACTOR

Este trabajo ha sido realizado por un equipo multidisciplinar compuesto por investigadores y técnicos de la Universidad de Málaga y el Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo (IATUR) - Sede Málaga, coordinados con el Ayuntamiento de Benalmádena, compuesto por:

- Enrique Navarro Jurado
- Antonio Guevara Plaza
- Ana Isabel Gaspar González
- María Jesús Carrasco Santos
- Alfonso Cerezo Medina
- Marta Lozano Domínez
- Natalia Hustova
- Pablo Armario Pérez
- Mario Blanco Vílchez



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. METODOLOGÍA	1
3. ANÁLISIS	2
3.1. ANÁLISIS EXTERNO	2
3.1.1. Análisis del contexto y entorno	3
3.1.2. Análisis de tendencias	4
3.1.3. Análisis de sinergias	7
3.1.4. Análisis de retos y oportunidades	8
3.2. ANÁLISIS INTERNO	11
3.2.1. Empresas, equipamientos e infraestructuras	11
3.2.3. Recursos y productos turísticos	20
3.2.3.1. Recursos y productos actuales	21
3.2.3.2. Recursos y productos potenciales	25
3.2.4. Digitalización en el destino	30
3.2.5. Demanda turística	32
3.2.6. Promoción y comercialización del destino	41
3.2.7. Estrategias y políticas actuales	48
3.3. DIAGNÓSTICO DAFO	63
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y PLAN DE ACCIÓN	64
5. FICHAS DE ACCIONES	66
6. CRONOGRAMA	87

1. INTRODUCCIÓN

Benalmádena cuenta con una larga trayectoria de desarrollo turístico, pudiéndose considerar como uno de los destinos más consolidados del Mediterráneo español. La Costa del Sol, donde se integra Benalmádena, es un referente internacional, que se ha mantenido resiliente a los cambios y tendencias en el entorno económico, social y político.

La renta de situación del municipio es privilegiada, por la cercanía del tercer aeropuerto peninsular y la red de comunicaciones ferroviaria y de carreteras. A ello se une los múltiples atractivos y equipamientos (puerto deportivo, playas, Sea-Life...), además del núcleo de Benalmádena Pueblo, que conserva la esencia típica de los pueblos andaluces y un notable tejido comercial tradicional de gran interés turístico.

La relevancia de Benalmádena también atrae como lugar de segunda residencia y residencia permanente, tanto a residentes nacionales como internacionales. La complejidad urbanística de este modelo inmobiliario-turístico ha requerido de la implementación de diversos Planes y Directrices a lo largo de los años que le han permitido establecer un modelo de asentamiento extensivo espacialmente, que une a los tres núcleos.

El documento actual representa un instrumento de continuidad con el Plan de Sostenibilidad Turística de Destinos de Benalmádena (2022-2025), así como una actualización del Plan de Calidad Turística (2018-2023). De esta forma se ha llevado a cabo un análisis detallado, pudiendo así identificar sus retos y oportunidades, pero también la debilidad de su sistema turístico-territorial. Además, este plan permite identificar las líneas de actuación necesarias para la continuación de la estrategia turística en años venideros, hasta 2030. Para ello, se establecen tres líneas estratégicas: Productos y Competitividad; Sostenibilidad y Transición Verde; y Gestión y Transición Digital.

2. METODOLOGÍA

La elaboración del presente documento se ha fundamentado en una metodología participativa entre los diferentes agentes públicos y privados implicados en la gobernanza del municipio, así como en el sector turístico. Se han empleado diferentes recursos para recopilar información relativa a todas las partes involucradas en el municipio: la organización de diferentes reuniones con los agentes locales, diversos cuestionarios y entrevistas al gobierno local y los partidos políticos, así como a los empresarios y asociaciones vecinales presentes en el municipio.

De este modo, se ha podido recopilar diversa información, todo tipo de puntos de vista y sugerencias necesarias para elaborar un Plan Estratégico y de Calidad de Turismo de Benalmádena que abarque una parte de los intereses de los agentes implicados en el destino y así, garantizar un mínimo común múltiple para hacer viable el documento a corto y medio plazo.

Se han llevado a cabo un total de tres reuniones entre el equipo redactor y los



agentes del destino turístico Benalmádena. La primera de ellas, mantenida el 13 de junio de 2024, ha tenido como finalidad la presentación de la estructura del futuro Plan, abriendo un foro de debate entre los representantes políticos sobre las prioridades y necesidades para incorporar en el diagnóstico y las actuaciones.



Durante la segunda reunión, celebrada el 25 de septiembre de 2024 con los representantes del sector privado del municipio, se ha presentado el análisis del estado del arte del destino, así como el diagnóstico DAFO. El encuentro ha ayudado en la matización de múltiples aspectos sobre el funcionamiento del destino y las necesidades concretas del empresariado benalmadense.

Por último, el 29 de octubre de 2024 se ha presentado la versión completa del Plan Estratégico y de Calidad Turística en

el marco del Foro de Turismo de Benalmádena, donde se han podido contrastar diferentes ideas con los asistentes, entre los cuales se contaba con el segmento público y el privado.

Esta metodología participativa ha permitido diseñar un Plan efectivo, práctico, que contemple los intereses de todas las partes implicadas en Benalmádena, de manera que los agentes locales se sientan identificados con el mismo.

3. ANÁLISIS

3.1. ANÁLISIS EXTERNO

Uno de los aspectos más importantes del Plan Estratégico y de Calidad Turística de Benalmádena 2025-2030 es obtener una mejor visión sobre las circunstancias que pueden condicionar el funcionamiento del destino. En este sentido, el análisis externo trata de comprender los factores ajenos al destino y sus agentes, relacionarlos con la dinámica interterritorial, conocer las tendencias del turismo y de otros destinos, que pueden afectar directa e indirectamente el desarrollo de la actividad turística en el municipio. Al mismo tiempo, se debe analizar la situación económica, social, las problemáticas medioambientales actuales junto con las tendencias futuras y las estrategias de gestión más eficaces, porque los factores externos condicionan, y a veces determinan, el desarrollo de un destino.

Para abordar estos factores de una manera integral, el análisis se estructura en cuatro apartados que versarán sobre el contexto y el entorno, las tendencias de futuro, las sinergias entre destinos y los retos y oportunidades, para asentar las bases del análisis interno.

3.1.1. Análisis del contexto y entorno

Actualmente, la actividad turística se caracteriza por estar recuperada de las consecuencias de la crisis sanitaria del COVID-19. La pandemia impactó en el rendimiento de la industria durante varios años consecutivos. De acuerdo con el Barómetro Mundial de Turismo (OMT, 2024¹), durante 2023 se han registrado 1,3 mil millones de viajeros en todo el mundo, rozando los datos de 2019, cuando se habían alcanzado 1,4 mil millones de turistas. Se señalan como factores principales el creciente interés de la demanda por los viajes, la apertura de los mercados turísticos asiáticos, la mejora en la conectividad aérea y la facilidad de obtención de permisos para viajar.

A nivel nacional, según los últimos datos de los movimientos turísticos en frontera², en el año 2023 España ha recibido un total de 85.044.178 turistas, suponiendo una variación interanual positiva de un 18,8%. Del mismo modo, a nivel de residentes españoles, se han contabilizado 166.604.638 viajes realizados en el territorio nacional con una variación interanual positiva de un 7,3%³. Las mismas fuentes corroboran la tendencia creciente de la actividad turística en el destino nacional, de modo que en el año 2023 se han recibido más de 85 millones de turistas, pudiéndose observar un incremento de un 2% respecto a los datos registrados en el año mencionado (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2024a).

Existen otros factores que actualmente están propiciando el reposicionamiento de España como un destino turístico de éxito: cierta estabilidad geopolítica en el Mediterráneo -a pesar de los dos conflictos bélicos en la zona oriental-; el incremento de la renta disponible en los principales países emisores, como Estados Unidos o algunos de la Unión Europea⁴, a pesar de la inflación de carácter mundial; y el deseo de cambiar la rutina, viajar para aprovechar el momento. En términos económicos destaca la resiliencia de la demanda en estos últimos años marcados por una destacable inflación, que suele ser un potencial factor desestabilizante para la actividad turística. Entre otros, en 2023 el promedio de los precios de servicios turísticos ha superado un 17% respecto a los precios respectivos de 2019. A pesar de ello, el gasto medio de turistas supera los valores registrados antes de la crisis sanitaria.

La Costa del Sol es uno de los destinos más importantes del mundo, especialmente del Mediterráneo. En 2023 el turismo de la Costa del Sol ha tenido un impacto sobre la producción directa de 19.138 millones de euros, además de la producción indirecta e inducida de 8.100,3 millones de euros. Del mismo modo, se ha propiciado la creación de 200.000 empleos en la Costa del Sol.

En términos generales, se puede considerar que el entorno geográfico de Benalmádena aporta numerosos beneficios para el desarrollo de la actividad turística en el municipio. Por un lado, Benalmádena está cerca del Aeropuerto de Málaga Costa del Sol, el tercero más importante de la península. Según las Estadísticas de Tráfico AENA⁵ (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea), en el

¹ Organización Mundial de Turismo (OMT) (2024). *Barómetro Mundial de Turismo*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometeresp.2024.22.1.2>

² Instituto Nacional de Estadística (2024a). *Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur)*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=23981&L=0>

³ Instituto Nacional de Estadística (2024b). *Encuesta de Turismo de Residentes*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=12427&L=0>

⁴ CaixaBank Research (2024a). *Sector turístico español: dinamismo en 2023, fortaleza en 2024*. https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/content/file/2024/01/25/91185/is-turismo-1s-2024-cast_web.pdf

⁵ Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (2024). *Estadísticas de Tráfico Aéreo en el Aeropuerto de Málaga Costa del Sol en 2023*. <https://www.aena.es/es/estadisticas/consultas-personalizadas.html>

año 2023 el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha gestionado un total de 78.766 operaciones de salidas y 78.641 operaciones de llegadas, habiendo dado servicio a más de 22 millones de pasajeros, es decir un 21,1% en el número de pasajeros atendidos respecto a los resultados del año 2022.

En este contexto territorial, el municipio se encuentra conectado con la capital provincial por medio de los distintos transportes públicos (tren y autobús), además de una buena red de carreteras al permitir llegar a Benalmádena en menos de media hora desde Málaga capital. En el caso de la conectividad ferroviaria, la línea de cercanías, a pesar de los recientes debates sobre la posible saturación de la línea C1, comunica con eficacia el centro de Málaga con distintos núcleos de Benalmádena, lo cual no solo garantiza la accesibilidad al destino desde los principales *hubs* de transporte provincial, sino que también contribuye a una oferta de actividades variada para aquellos turistas que se quedan en Benalmádena, al poder recorrer la costa e incluso visitar la capital de la provincia. Por tanto, aunque Andalucía es una región periférica de Europa, el aeropuerto y su conectividad le otorga a Benalmádena una “renta de situación” excelente.

En cuanto a otros factores del entorno geográfico de la Costa del Sol, cabe destacar la cercanía a otros municipios turísticos que a lo largo de las décadas se han posicionado como destinos de referencia en la costa mediterránea (Marbella y Torremolinos son los más conocidos). Esta circunstancia crea un ambiente competitivo que también se considera favorable para impulsar sinergias, crear nuevos productos innovadores y orientar las estrategias promocionales a distintas escalas.

A pesar de las casuísticas presentes en la economía global, el entorno y el contexto del destino Benalmádena, constituyen en su conjunto una fuerza turística que se mantiene resiliente y continúa siendo uno de los destinos favoritos entre los consumidores turísticos. A su vez, se enfrenta a unas tendencias complejas que pueden generar una disminución de la competitividad y sostenibilidad del destino.

3.1.2. Análisis de tendencias

La industria turística se caracteriza por su destacada capacidad de adaptarse a los cambios en el entorno y, como ya se ha podido apreciar durante los años de las crisis sanitaria y económica, es una industria altamente resiliente, aunque a largo plazo genere unos impactos negativos que debe gestionar. Para adecuar la planificación del destino en estas circunstancias, se considera fundamental contar con una visión actualizada de lo que caracteriza este contexto turístico, investigando las tendencias de futuro.

La creciente flexibilidad en el entorno empresarial europeo propicia un mayor movimiento de viajeros que pretenden combinar trabajo con ocio durante su viaje, siendo cerca de un 20% de los turistas que han manifestado el deseo de realizar al menos un viaje durante 2024 que combine los dos tipos de actividades⁶. En la misma línea, hoy en día sigue destacando el segmento de capital creativo y nómadas digitales que ha ganado especial importancia a raíz de la crisis sanitaria. Según las estadísticas, las personas que más practican este tipo de actividades proceden de Estados Unidos, el Reino Unido, Rusia, Canadá y Francia -países que coinciden con algunos de los grandes mercados

⁶ Accor Group (2024). *European Travel Trends 2024: European Travelers Confident about Spending Power*. <https://group.accor.com/en/Actualites/2024/02/european-travel-trends-report>

emisores de turismo en el caso español. Esta tendencia puede suponer el inicio de un cambio de paradigma para algunos destinos turísticos, al tratarse de un segmento de consumidores que está interesado en practicar *slow tourism* y permanecer en el mismo lugar durante al menos 3 meses⁷. Este fenómeno puede tener diferentes impactos en el territorio, destacando entre los aspectos positivos aquellos relativos a la atracción de talento y capital humano cualificado, impulso a la economía local, creación de un ambiente de innovación y emprendimiento, entre otros. Y como impactos negativos, la subida de los precios en algunos bienes, especialmente en la vivienda (de alquiler y compra), aspecto clave de la sostenibilidad social en 2024, por las manifestaciones masivas de residentes en varias ciudades españolas.

En cuanto a la elección de destinos entre los consumidores turísticos, siguen destacando las zonas turísticas del sur de Europa como los destinos de preferencia para la mayoría de los encuestados, manteniendo Francia y España sus posiciones como principales países receptores de turismo⁸. Lo cual supone una importante ventana de oportunidades para los destinos turísticos de la Costa del Sol, entre otros. Al mismo tiempo, destaca el crecimiento a nivel europeo del segmento de viajes motivados por experiencias alternativas al turismo tradicional. En 2023 han aumentado sustancialmente los viajes motivados por el estilo de vida activo e intención de tener experiencias basadas en la naturaleza y autenticidad de los destinos⁹.

La sostenibilidad constituye otra tendencia en auge, acompañada de una creciente oferta de productos, servicios y experiencias que abordan algunos de los componentes de esta meta global. Concretamente, el 87% de las personas encuestadas de 35 países diferentes afirma que consideran importante viajar de forma sostenible. No obstante, en el último año de estudio se ha erguido con un mayor énfasis el dilema de elegir entre la realización de viajes sostenibles y el ahorro económico que suponen los viajes sin este componente, ya que el 58% de la muestra considera que los viajes sostenibles suponen un coste demasiado elevado. Por ello, los territorios que posicionan la sostenibilidad como uno de sus objetivos deben buscar mecanismos de equilibrio entre la oferta de productos variedad y sostenible, y su accesibilidad económica, de lo contrario las mejoras por acciones sostenibles tiene un efecto de elitización de los destinos.

También destaca la búsqueda de experiencias y actividades que tengan una repercusión positiva sobre las comunidades locales que visitan. Se observa el incremento en el número de viajeros que consumen y adquieren productos locales durante sus estancias, así como planifican itinerarios de tal modo que involucren a las comunidades locales para, por un lado, fomentar la economía local y, por otro lado, obtener un mayor conocimiento sobre el sitio que visitan¹⁰.

En lo que respecta al ámbito tecnológico, las TICs hace años que han revolucionado el turismo y suponen el principal catalizador de la innovación en el sector. La tecnología contribuye al cambio en la naturaleza de trabajo, operaciones empresariales y prestación de servicios, así como tiene la potencialidad para facilitar el acercamiento a unas prácticas más sostenibles. A su vez, la tecnología

⁷ Organización Mundial del Turismo (2023). *UNWTO Brief - Digital Nomads Visas*. <https://doi.org/10.18111/9789284424481>

⁸ OECD (2024). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_80885d8b-en.html

⁹ Mabrian (2023). *New travel motivations in Europe: trending destinations in 2024*. <https://mabrian.com/blog/new-travel-motivations-in-europe-trending-destinations-in-2024/>

¹⁰ World Travel&Tourism Council (2023). *A world in motion. Shifting consumer travel trends in 2022 and beyond*. https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2023/WTTC_Consumer_Trends_Report_2023-A_world_in_motion.pdf

también genera impactos sobre el modo de realizar los viajes por parte de los consumidores y el éxito coyuntural en el atractivo de determinados recursos, lo que supone un esfuerzo extraordinario en la gestión de los flujos turísticos. La incorporación de herramientas de inteligencia avanzada para el análisis de datos representa otro elemento de crucial relevancia para los destinos turísticos actuales, debido a su capacidad de apoyo a la toma de decisiones, la posible transparencia en las acciones y otras ventajas que aportan en relación con el conocimiento del territorio. La disponibilidad de soluciones de este tipo ayuda a la competitividad y, si se quiere, a la sostenibilidad de los destinos a medio y largo plazo, por lo tanto, su implementación se puede considerar una de las acciones prioritarias a la hora de realizar la planificación turística.

Una de las manifestaciones tecnológicas más importantes del momento es, sin duda, la Inteligencia Artificial (IA) que ha logrado consolidarse como un servicio de gran relevancia en los diferentes procesos de digitalización tanto de la oferta, como de la demanda del sector turístico. Ya en el momento actual representa un valor añadido a la hora de personalizar los servicios y el asesoramiento a las personas y se está empleando no sólo por empresas, sino también por los destinos turísticos de todo tipo.

Sin perjuicio de lo anterior, recientes estudios apuntan a la necesidad de equilibrar los servicios digitales con otros prestados por personas, debido a que el asesoramiento personal sigue siendo el factor que influye en gran medida la toma de decisiones, donde las soluciones digitales pueden servir de apoyo para descubrir más detalles sobre las recomendaciones que se obtengan¹¹. Persiste la importancia de las redes sociales que sirven como un medio de intercambio de experiencias, inspiración y fomento de conocimiento sobre los destinos que se visitan. Esta tendencia es especialmente relevante para diseñar estrategias de marketing enfocadas en el segmento más joven, dado que el 92% de las personas jóvenes encuestadas para un estudio de World Travel & Tourism Council (2023) han elegido su destino de viaje al inspirarse a través del contenido compartido en las redes sociales.

Por último y sin duda, la tendencia de mayor calado a medio y largo plazo, aunque ya se denota los efectos a corto plazo, es la emergencia climática que hoy en día ya está condicionando algunas decisiones de viaje¹². En una década, los destinos del Mediterráneo del sur tendrán la necesidad de adaptar su oferta para mantener el interés turístico, proponiendo actividades fuera de su temporada habitual y diseñando experiencias alternativas. Las políticas públicas en estos próximos diez años son claves para mitigar otros efectos graves, la invasión de la primera línea de playa por la abundancia de temporales, las recurrentes olas de calor y las precipitaciones torrenciales. Se puede decir que la escala local puede contribuir relativamente a la mitigación y la adaptación a esta emergencia climática.

¹¹ Amadeus (2024). *Travel trends*. <https://amadeus.com/en/resources/research/travel-trends>

¹² Gössling, S., & Higham, J. (2021). The low-carbon imperative: Destination management under urgent climate change. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1167–1179.

- Pérez-Juan, C.M., Prieto Fustes, L., Salvo Tierra, A.E, Navarro Jurado, E., Teixidor Costa, A., Danelutti, C., Iglesias Saugar, J., Wahlberg Macías, N., Jiménez Arce, J.A. y Velasco Martínez, L.C. (2022). Turismo y crisis climática en la Costa del Sol: diagnóstico preliminar y propuestas de acción. Gland, Switzerland: UICN y Malaga, España: Universidad de Málaga.

3.1.3. Análisis de sinergias

Las principales sinergias de Benalmádena parten de su ubicación geográfica. Una de las ventajas de la geolocalización del municipio es su pertenencia a la Costa del Sol. Desde este punto de vista, las estrategias turísticas y territoriales de otros municipios están relacionadas, debido a las similitudes en la naturaleza y objetivos de todos los integrantes del territorio.

Los vínculos existentes en materia de desarrollo turístico entre Benalmádena y la Costa del Sol se reflejan a través de numerosas acciones promocionales conjuntas, proyectos de gestión y fortalecimiento del destino, planes de inteligencia y sostenibilidad, potenciados por la Diputación provincial de Málaga. Destaca el actual Plan de Competitividad Turística de la Costa del Sol, donde se establecen los pilares estratégicos para garantizar la sostenibilidad del destino y de las empresas que lo integran. Otra acción ha sido la colaboración a nivel comarcal para integrar la Costa del Sol en la red Destinos Turísticos Inteligentes como uno de los lugares que apuestan por un enfoque innovador en la gobernanza, planificación eficiente del territorio basada en datos, creación y gestión de nuevos productos y servicios alineados con el principio de la sostenibilidad.

En esta colaboración provincial destaca la potente promoción realizada por la Costa del Sol. Dicha dinámica no sólo potencia el atractivo de Benalmádena como punto turístico de la costa, sino también contribuye a su imagen en el conjunto de los municipios de la costa, permitiendo crear una imagen integral reconocida por el mercado internacional. De este modo, se corrobora la sinergia existente con la comarca y la administración provincial. La Diputación provincial de Málaga favorece la creación de un ambiente basado en cooperación entre los destinos a diferentes niveles.

Por otro lado, es importante destacar las relaciones con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, de modo que contribuye al posicionamiento del atractivo de Benalmádena a través de acciones promocionales e informativas. El sitio web del Turismo Andaluz constituye un elemento fundamental a la hora de difundir la información sobre el turismo en Benalmádena, de modo que incluyen un amplio rango de información sobre el municipio, los recursos y productos que ofrece, pudiendo filtrar por diferentes categorías, así como las actualizaciones sobre los eventos y experiencias que ofrece el destino turístico en la actualidad.

De manera similar, se encuentran las acciones de apoyo a la visibilidad y el poder atractivo del destino turístico Benalmádena desde las redes nacionales de promoción. Es el caso de Turespaña, donde se ofrece información variada sobre el municipio presentando diferentes opciones de ocio y experiencias.

Este conjunto de sinergias indica que Benalmádena constituye un destino relevante a distintas escalas, de modo que los gestores públicos de turismo de todos los niveles lo incluyen en sus catálogos y programas promocionales, lo cual sugiere un importante nivel de compromiso interinstitucional y madurez de Benalmádena como destino turístico.

Las iniciativas de gobernanza entre diferentes administraciones también son positivas, es el caso de las Mesas de Trabajo para abordar las temáticas que incumben a actores de diferentes ámbitos de influencia. Entre los recientes grupos de trabajo destaca el relativo a la Mesa de Movilidad, donde participan los ayuntamientos de los distintos municipios de la Costa del Sol Occidental, la Diputación, la Junta de Andalucía y el Ministerio de Transportes para abordar las mejoras de la conectividad

entre los municipios de la costa, con especial hincapié en la ampliación de las líneas ferroviarias para garantizar la conexión de los municipios a través de un mismo medio de transporte.

Cabe señalar que el fomento de relaciones no solo a nivel institucional, sino también empresarial constituyen un elemento de competitividad y puede ayudar a avanzar en la sostenibilidad. La cercanía con otros municipios turísticos de destacada importancia también favorece la creación de sinergias empresariales intermunicipales. En este sentido, se pueden encontrar empresas de actividades de turismo azul que operan entre varios municipios de la Costa del Sol Occidental, aprovechando un mayor rango de instalaciones y ofreciendo a los turistas la oportunidad de visitar varios destinos durante un único recorrido, como es el caso de Costa Sol Cruceros.

Destacan asimismo diversas iniciativas y agrupaciones de trabajo donde se involucra a los agentes de otros sectores, como pueden ser las mesas de trabajo sectoriales organizadas entre las empresas, administraciones y asociaciones, como la Mesa Sectorial de la Senda Azul sobre Turismo Náutico, donde se involucra activamente el Puerto Deportivo de Benalmádena.

3.1.4. Análisis de retos y oportunidades

El turismo como otras actividades económicas dependen de un contexto global, altamente cambiante en los últimos años y en los que apenas puede influir. Resulta esencial conocer los retos y oportunidades existentes para planificar eficientemente las acciones y estrategias a futuro.

Destaca el reto de la emergencia climática y sus efectos como la falta de recursos como el agua, existencia de sequía y las olas de calor y el aumento de los fenómenos meteorológicos extremos, que, en el caso de la costa andaluza, constituye un asunto de prioridad y urgencia que se trata a diferentes escalas administrativas. Como respuesta a la falta de agua, se han ido adaptando diferentes medidas restrictivas para garantizar el ahorro máximo del agua, entre ellas las impuestas por la Comisión de Sequía de la Junta de Andalucía relativas a las restricciones de relleno de piscinas, uso de duchas y fuentes de agua públicas, riego de campos de golf con agua potable o incluso recortes de suministro en ciertas zonas o franjas horarias, a pesar de que su obligatoriedad varía en función de la zona. Se prevé que en los próximos años estas restricciones serán más severas.

La aplicación de dichas limitaciones representa un factor de riesgo para el sector turístico, debido a que en algunas ocasiones los destinos pueden verse limitados para prestar los servicios habituales o cumplir con las expectativas de la demanda. Además, se empiezan a detectar posibles conflictos con los residentes, dado que los residentes pueden llegar a responsabilizar los elevados flujos turísticos de la situación ocasionada, o conflictos por un trato diferencial entre turistas y residentes por los servicios turísticos (piscinas en hoteles y riego en campos de golf). La oportunidad es que, al mismo tiempo, estas circunstancias pueden suponer un impulso para la investigación en la disminución de consumo o explotación de las fuentes de agua no convencionales, como aquellas basadas en las tecnologías de desalación y reutilización de aguas residuales¹³.

Otro efecto de la emergencia climática en la franja mediterránea es el aumento generalizado de temperaturas que, sobre todo durante la época estival, se traduce en temporadas marcadas por distintas olas de calor. Se puede observar como la predisposición de volver a hacer turismo en un

¹³ Junta de Andalucía (2024). Orden de 22 de mayo de 2024 por la que se declaran los cambios de estado y las medidas a adoptar debido al estado de sequía en las Cuencas Mediterráneas Andaluzas. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2024/102/44>

territorio se reduce cuando la persona ha experimentado durante su estancia una subida de temperatura de una media de 8°C respecto a los valores meteorológicos habituales. Destacan por ejemplo los turistas británicos y estadounidenses que, siendo unos de los mercados turísticos principales para el conjunto español, bajan su predisposición para volver al destino cerca de un 4%¹³. Estas evidencias se conocen porque siempre ha habido una correlación directa entre el clima y la demanda turística. Un aumento del índice de confort climático se traduce en un aumento del número de pernoctaciones¹⁴.

Estos resultados adquieren un peso más relevante si se tiene en cuenta que Benalmádena presenta una alta exposición hacia la presente crisis climática y sus repercusiones, que afectarán de forma más significativa al confort climático en el municipio. En este sentido, el número de días con temperaturas mínimas superiores a 20 °C alcanzará sus valores máximos en Benalmádena en todos los horizontes y escenarios. También aumentará progresivamente el número de noches cálidas. Igualmente, la duración máxima de las olas de calor se verá claramente alterada por el cambio climático y su intensidad, siendo Benalmádena el municipio para el que se espera el escenario menos propicio en los tres futuros horizontes contemplados (2030, 2050 y 2100). En base a todo lo anterior y debido a sus características geográficas y socioeconómicas, así como su dependencia del sector turístico, Benalmádena es el municipio que podría sufrir un mayor impacto a causa de la emergencia climática.

Al mismo tiempo, esta tendencia negativa puede ofrecer oportunidades para los destinos en los términos de la desestacionalización de la demanda. En este sentido, existe la posibilidad de que los turistas opten por viajar en otras temporadas, cuando las condiciones meteorológicas sean más favorables, lo cual supone una dinámica de flujos favorable para los destinos que llegan a sus límites de capacidad durante la temporada alta y no cuentan con suficientes flujos de demanda durante la temporada media o baja.

Por otra parte, después de sufrir importantes caídas en la productividad del turismo a lo largo de la pandemia del COVID-19, la actividad turística ha conseguido recuperarse con una velocidad destacable, habiendo superado en 2023 el número de turistas internacionales respecto al 2019. Al mismo tiempo, las previsiones de mercado apuntan a que la demanda seguirá creciendo, por tanto resulta crucial contar con mecanismos de planificación y control de los destinos para medir y organizar eficientemente los flujos de viajeros que recibe y, en consecuencia, evitar las masificaciones y el impacto negativo sobre los diferentes recursos e infraestructuras disponibles en el territorio.

Relacionado con la cantidad de turistas, otro reto relevante consiste en compaginar la actividad turística con la percepción de los residentes. Si el turismo no contribuye al bienestar de la sociedad local y mejora de sus condiciones de vida, con la disminución de los impactos negativos y maximización de los impactos positivos las críticas al desarrollo de esta actividad en el territorio aumentarán. Los principales efectos que preocupan a las comunidades en la actualidad están relacionados con la materia de la vivienda, uso de recursos básicos como puede ser el agua, ocupación de los espacios públicos, contaminación acústica. Al mismo tiempo, destacan las

¹⁴ Matei, N., García León, D., Dosio, A., Batista e Silva, F., Ribeiro Barranco, R., Císcar Martínez, J.C. (2023). Regional impact of climate change on European tourism demand, *Publications office of the European Union*. DOI: 10.2760/899611

reflexiones que apoyan la actividad turística en los territorios, debido a su capacidad de generación de riqueza y empleo o apertura cultural¹⁵

Varias ciudades españolas se han enfrentado a la creciente conflictividad entre los residentes y el turismo, debido a problemas de encarecimiento de los precios de alquiler y de compra de viviendas. En este caso uno de los aspectos clave al que se pretende dar solución son las viviendas de uso turístico (VUT) que, dadas las circunstancias, requieren contar con mecanismos claros de regulación y gestión por parte de las administraciones públicas a diferentes escalas, teniendo en cuenta el crecimiento cuantitativo que experimentaron las VUT en los últimos años. En el caso de Benalmádena, estas casuísticas ya empezaron a abordarse desde hace varios años, reflejándose en diferentes estrategias y planes, como el Plan Municipal de Vivienda y Suelo de Benalmádena (2018-2022)¹⁶.

En diferentes ciudades, incluida la capital de la provincia, están teniendo lugar movimientos formados por ciudadanos que piden a las administraciones locales valorar los problemas asociados con el acceso a la vivienda y los precios elevados, haciendo hincapié en el sector turístico es parte de los responsables de la situación originada. Estas dinámicas sociales propician la adaptación de la legislación existente tanto a nivel local y regional, como nacional, para paliar los efectos de la actividad turística en los territorios y buscar una solución que permita equilibrar los intereses y necesidades entre diversos agentes.

Entre la normativa existente aplicable, destaca el reciente Decreto 31/2024 que modifica distintas disposiciones en materia de viviendas de uso turístico, establecimientos de apartamentos turísticos y hoteles en Andalucía. A través de esta actualización se estipulan algunos matices en cuanto a las características de las viviendas que pueden considerarse como aquellas de uso turístico, tratando de limitar el acceso al mercado de aquellas propiedades que no cumplan con los estándares para la prestación de los correspondientes servicios y generen situaciones de conflicto con las comunidades de vecinos.

Un aspecto importante de esta normativa modificada lo constituye la posibilidad de regular los propios Ayuntamientos el número de viviendas de uso turístico que se oferten en el municipio, abriendo la posibilidad de establecer las limitaciones oportunas, sin perjuicio de que tengan que contar con una justificación clara y argumentada, al igual que se ofrece la posibilidad de abordar estas limitaciones desde las comunidades de vecinos. En este sentido, resulta una herramienta de gestión de gran interés para el destino desde el punto de vista de la implantación de unos modelos de gestión sostenibles que permitan alinear las necesidades del sector turístico con los modelos urbanísticos y sociales según la planificación de las administraciones públicas locales¹⁷.

¹⁵ Turismo y Planificación Costa del Sol (2024). *El turismo para los malagueños/as*. <https://www.costadelsolmalaga.org/5773/informes>

¹⁶ Ayuntamiento de Benalmádena (2018). *Plan Municipal de Vivienda y Suelo de Benalmádena 2018-2022*. <https://www.benalmadena.es/docs/bienestarsocial/plan-municipal-vivienda-y-suelo-benalmadena.pdf>

¹⁷ Junta de Andalucía (2024). *Decreto núm. 31/2024 de Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, de 29 enero. Modifica diversas disposiciones en materia de viviendas de uso turístico, establecimientos de apartamentos turísticos y hoteleros de la Comunidad Autónoma de Andalucía*. https://ws040.juntadeandalucia.es/sedeboja/web/textos-consolidados/resumen-ficha?p_p_id=resumenrecursolegal_WAR_sedebojatextoconsolidadoportlet&p_p_lifecycle=0&resumenrecursolegal_WAR_sedebojatextoconsolidadoportlet_recursoLegalAbstractId=35353

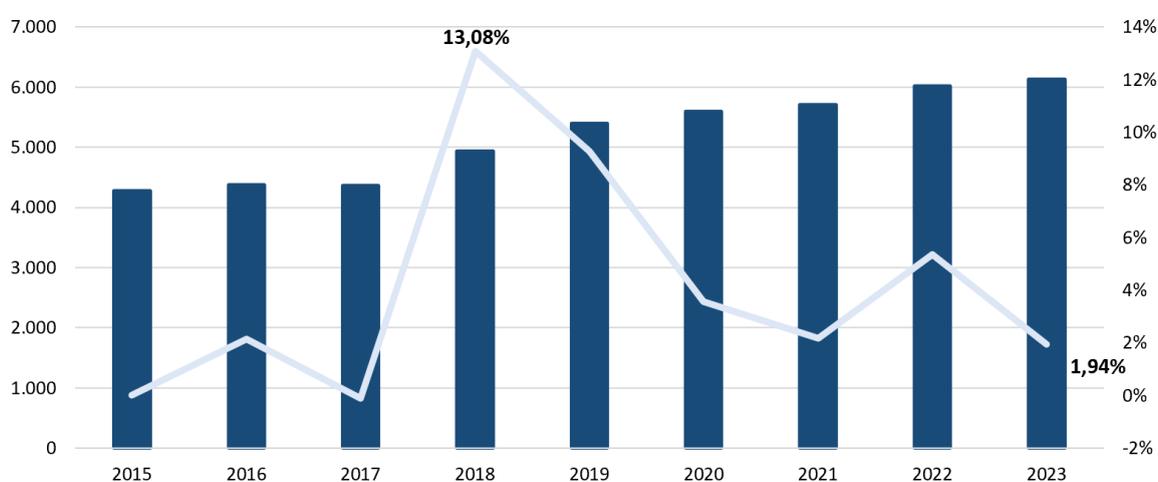
3.2. ANÁLISIS INTERNO

3.2.1. Empresas, equipamientos e infraestructuras

Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA, 2023¹⁸), la economía de Benalmádena está compuesta por más de 6.000 empresas aproximadamente, lo cual supone un 4,5% del total de empresas de la provincia de Málaga y un 12,7% de las compañías que componen la comarca Costa del Sol Occidental¹⁹. En consecuencia, se puede decir que la economía de Benalmádena resulta relevante en la zona, pues representa el sexto y el cuarto municipio con el mayor volumen de empresas en la provincia de Málaga, y en la mencionada comarca respectivamente.

Históricamente, el sector empresarial en Benalmádena se ha mantenido estable e incluso, se observa en la figura 1 una tendencia de crecimiento notable sobre todo a partir de la recuperación del COVID-19, llegando a registrar el máximo número de empresas, concretamente 6.133 en 2023. No obstante, se debe señalar que el mayor crecimiento porcentual con respecto al año precedente tuvo lugar en el 2018 con un 13,1%. De hecho, cabe destacar que esta variable muestra nuevamente una tendencia de crecimiento con aproximadamente un 2% más de empresas locales en comparación con el 2022.

Figura 1. Evolución histórica del número de empresas de Benalmádena y crecimiento anual porcentual (2015-2022)



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2023.

En lo que respecta a las categorías CNAE09 (Clasificación Nacional de Actividades Económicas del 2009) a las que pertenecen las empresas locales, en la tabla 1 se observa que predominan las dedicadas a “Actividades inmobiliarias, profesionales, artísticas y otras actividades”, ya que representan el 38% del total de las compañías ubicadas o que operan en el municipio. Del mismo

¹⁸ Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2023). *Empresas por sector de actividad, tramo de asalariados y municipio*. https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/5661?CodOper=b3_131&codConsulta=5661

¹⁹ Diputación de Málaga (s.f.). *Comarca de la Costa del Sol Occidental*. <https://www.malaga.es/es/laprovincia/localizacion/3325/cnl-76/comarca-de-la-costa-del-sol-occidental>

modo destaca el sector de comercio, al suponer un 17,5% del total de empresas locales, además del correspondiente a hostelería, abarcando un 12,1% de las compañías de Benalmádena. Por todo ello se puede considerar que la economía del municipio, además de la actividad inmobiliaria que predomina, está enfocada en gran parte a actividades turísticas y/o relacionadas con este sector, al representar en total un 29,7% entre comercio y hostelería.

De hecho, cabe destacar que en sector comercial de destino existen varias iniciativas orientadas al fomento del consumo local en los numerosos establecimientos del municipio, como es el caso del Centro Comercial Abierto de Benalmádena (s.f.)²⁰ que comenzó en el año 2005. Cuenta con más de 120 establecimientos y abarca más de 122.000 metros cuadrados de extensión en el territorio. Incluso, gracias a su importante potencial de promoción y fomento del comercio local, en 2018 este proyecto obtuvo el reconocimiento del Premio Andalucía de Comercio Interior de la Junta de Andalucía.

En este ámbito, los establecimientos locales también han creado de manera conjunta el sitio web Benalmercado²¹, un directorio de información y promoción de los negocios del municipio. En esta línea también se puede señalar el programa Málaga Destino (s.f.)²² de la Diputación Provincial de Málaga como una oportunidad para potenciar el comercio local, y de hecho, actualmente varios establecimientos benalmadenses están adheridos a esta iniciativa. Su objetivo es la puesta en valor de los productos y servicios típicos de la provincia en establecimientos locales, y la promoción de su consumo entre los residentes y turistas a través de descuentos a aplicar sobre sus compras. En el mismo contexto, han destacado también otras iniciativas pasadas de la Diputación de Málaga como es el caso de Qualifica, gracias a la cual se mejoró la colaboración entre las compañías del municipio, especialmente entre las de ocio.

En lo referente a la dimensión de las empresas disponibles en el territorio, resulta reseñable que la mayoría se corresponde con personas autónomas, concretamente 4.156, lo cual supone un 67,8% del total. Asimismo, las microempresas cuentan con presencia notable en el municipio, 1.815, es decir, un 29,6% del total. De ello se puede deducir que en Benalmádena se concede especial importancia al emprendimiento entre la población residente, ya sea como personas autónomas o microempresas.

De ello se puede deducir que el municipio y su población residente cuentan con una óptima coyuntura para la realización de acciones de emprendimiento empresarial efectivas que se encuentren orientadas a actividades productivas, y que representen una oportunidad en el mercado local, tanto aquellas orientadas a sectores predominantes, como es el caso de comercio, como otros sectores potenciales que resulten de interés.

²⁰ Centro Comercial Abierto de Benalmádena (s.f.). *Inicio*. <https://www.ccabenalmadena.com/>

²¹ Benalmercado (s.f.). *Inicio*. <https://benalmercado.com/>

²² Málaga Destino (s.f.). *Encuentra tu establecimiento más cercano*. <https://malagadestino.es/cliente/locator>

Tabla 1. Distribución del número de empresas ubicadas o con actividad en Benalmádena por sectores CNAE y tamaño de empresa en 2023

Sector de actividad	Nº				Nº	%
	Autónomos/as	Microempresas	PYMES	Grandes empresas	TOTAL	
Act. inmobiliarias, profesionales, auxiliares, artísticas y otras	1.819	534	40	1	2.394	39,03%
Comercio	724	342	17	1	1.084	17,67%
Hostelería	272	369	53	-	694	11,32%
Construcción	433	177	17	-	627	10,22%
Administración pública, educación y sanidad	375	120	23	2	520	8,48%
Transporte y almacenamiento	183	152	2	-	337	5,49%
Información y comunicaciones	153	31	2	-	186	3,03%
Industria, energía, agua y gestión de residuos	82	43	4	-	129	2,10%
Banca y seguro	101	25	-	-	126	2,05%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	14	22	-	-	36	0,59%
TOTAL	4.156	1.815	158	4	6.133	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2023.

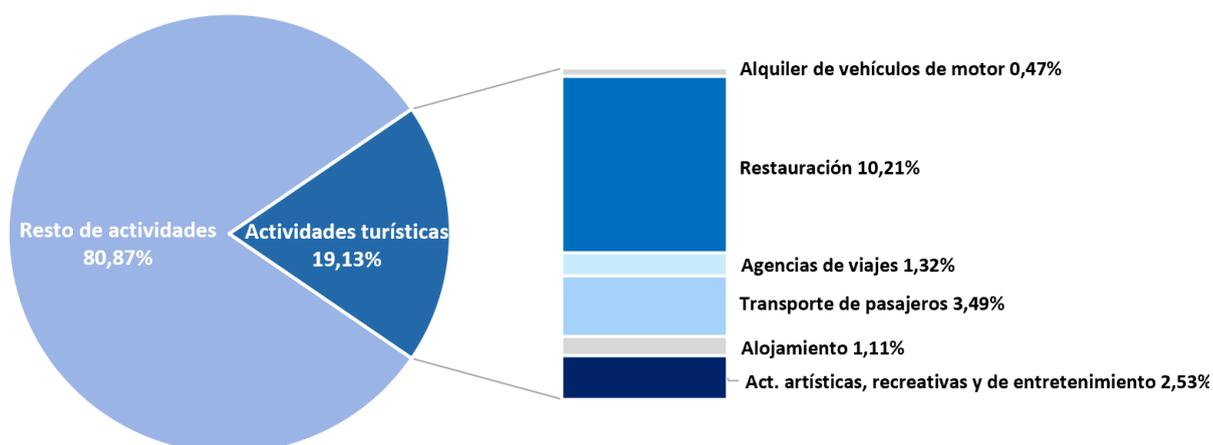
No obstante, cabe destacar que si se tienen en consideración las subcategorías CNAE09, además de alojamiento y restauración que componen el mencionado sector de “Hostelería”, también existen otras actividades relacionadas con el turismo como es el caso del transporte de pasajeros, los servicios relativos a las agencias de viajes y las actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento. De manera que, estas subcategorías de actividades turísticas representan el 19,1% de las empresas locales, como se puede observar en la figura 2. En particular, la mencionada cifra se encuentra desglosada en las siguientes subcategorías: restauración cuenta con una presencia predominante (10,2%), transporte de viajeros (3,5%), actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (2,5%), agencias de viajes (1,3%), alojamiento (1,1%) y por último, alquiler de vehículos de motor (0,5%).

Por tanto, aunque anteriormente los sectores predominantes en la economía del municipio eran el inmobiliario, seguido de comercio y hostelería, si se contemplan las diferentes subcategorías de CNAE, el segundo sector productivo más importante es el turismo, al abarcar un 19,3% de la economía, seguido de comercio con un 17,6%.

Un aspecto de gran relevancia en el sector empresarial local, es la existencia de mecanismos de colaboración y comunicación a todos los niveles entre los agentes involucrados en la economía del destino a través de diversos canales. Por un lado, son numerosas las asociaciones presentes en el municipio enfocadas a materias de todo tipo, desde generales del sector empresarial hasta específicas de actividades turísticas, deportivas o culturales, entre otros aspectos²³. Por ejemplo, la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Benalmádena (ACEB) o bien, la Asociación Centro Comercial Abierto de Benalmádena creada a raíz de la iniciativa mencionada con anterioridad.

²³ Benalmádena (s.f.). *Guía de Asociaciones de Benalmádena*. <https://www.benalmadena.es/docs/guia-asociaciones-de-benalmadena.pdf>

Figura 2. Presencia porcentual de actividades turísticas en la economía de Benalmádena (2023)



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2023.

Por otro lado, se organiza de forma bimensual una Mesa de Trabajo de Turismo, en la que se tratan y debaten aspectos de índole turística del destino, mediante la participación de todos los actores públicos y privados involucrados en el sector local, como el caso de los representantes de Innoben, la empresa municipal de desarrollo de Puerto Marina, o del Centro Comercial Marina Shopping entre otros. De hecho, algunas de las personas durante las reuniones, han identificado como necesaria, la participación en estos encuentros de todas las partes implicadas en el territorio. De esta forma se aborda, conjuntamente entre el Ayuntamiento y los agentes locales, la situación de Benalmádena con una visión global.

Por ello, se puede decir, que una mejora potencial a implementar es la identificación previa de los aspectos a tratar en cada reunión, con el objetivo de elaborar un orden del día que será difundido entre todas las partes involucradas en el territorio. De esta forma, se podrá incentivar la participación, no sólo de los agentes que normalmente acuden a estas mesas de trabajo, sino también de otros que puntualmente deseen participar por estar interesados en las temáticas que se vayan a tratar.

No obstante, lo anterior, se ha detectado que generalmente son limitadas las empresas locales que presentan distintivos que certifiquen los estándares de calidad de sus servicios y productos ofertados; siendo estos distintivos de gran interés para los turistas por aportar seguridad y garantía, especialmente durante la fase de reserva previa al viaje. Se ha identificado que menos del 1% de las empresas de Benalmádena disponen de uno o más distintivos en esta materia. En este sentido, las compañías locales que se decantan por este mecanismo de calidad suelen disponer de más de un distintivo de calidad (Calidad Turística, s.f.²⁴ y Turismo Andaluz, s.f.²⁵).

Entre los certificados de calidad identificados a nivel local, se encuentra la Norma ISO 9001 de calidad (8 establecimientos) y la reconocida Q de Calidad (5 empresas locales).

²⁴ Calidad Turística (s.f.). *Entidades Certificadas*. <https://www.calidadturistica.es/index.aspx?IdPage=EntidadesCertificadas>

²⁵ Turismo Andaluz (s.f.). *Provincia de Málaga*. <https://www.andalucia.org/es/provincia-malaga>

A continuación, se ha realizado un estudio pormenorizado del estado de situación de las diferentes actividades productivas relacionadas con el turismo, con el objetivo de determinar la relevancia del sector en el municipio de Benalmádena.

Alojamientos

El municipio de Benalmádena dispone de una notable oferta de alojamiento, tanto en lo que respecta al número de establecimientos, como de plazas, concretamente según IECA (2022b²⁶; 2022c²⁷), cuenta con 5.602 establecimientos de alojamiento dotados de 45.559 plazas. En comparación con el análisis precedente, se puede observar que el número de establecimientos de alojamiento es notablemente superior al número de empresas dedicadas a esta actividad turística. Lo cual se debe a varios factores, entre otros, a que una empresa de alojamiento puede contar con varios establecimientos, y también que las Viviendas de Uso Turístico (VUT), al no pertenecer a empresas sino a personas particulares, no se encuentran contempladas en el análisis anterior.

Si se tiene en consideración la oferta de alojamientos por tipo de establecimiento (tabla 2), se observa que actualmente predominan en gran medida las Viviendas de Uso Turístico, al representar casi la totalidad del número de alojamientos, un 98,5%. De hecho, algunas de las personas entrevistadas en el proceso participativo celebradas para la elaboración del presente plan, sostienen que la notable presencia de estos alojamientos representa uno de los aspectos clave en el diseño de la estrategia de desarrollo turístico. Inciden en que hay que garantizar una correcta gestión de los mismos, y evitar un posible conflicto con la población residente (convivencia, acceso a la compra o alquiler de una vivienda asequible...), así como con el resto de tipos de alojamiento presentes en el destino.

En lo que respecta al número de plazas, aunque las VUT continúan liderando la clasificación al abarcar el 58,7% del total, el resto de las categorías de alojamientos cuenta con mayor presencia en comparación a la variable precedente. En particular, resulta destacable la capacidad de los hoteles, al representar un 31,6% del total, y contar con el mayor número medio de plazas por establecimiento, concretamente 449.

En este sentido, resulta reseñable que, según IECA (2022d) entre los alojamientos hoteleros predominan en gran medida aquellos de 4 estrellas²⁸, al abarcar más del 70% tanto del número de hoteles como de plazas dentro de esta categoría. Los resultados del proceso participativo algunas agentes identifican, como una ventaja del municipio, esta notable presencia de hoteles de 4 estrellas, e incluso, consideran una oportunidad la cooperación con los mismos para promocionar y poner en valor los recursos turísticos locales de todo tipo: cultural, gastronómico, deportivo...

Otro aspecto reseñable con respecto a los hoteles del destino, es que tanto las personas entrevistadas como el equipo de gobierno local, coinciden en destacar las diferentes acciones de remodelación que han tenido lugar en varios establecimientos hoteleros.

²⁶ Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2022b). *Total de establecimientos de alojamientos turísticos por tipo de alojamiento*. https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/68146?CodOper=b3_151&codConsulta=68146

²⁷ Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2022c). *Total de plazas en alojamientos turísticos por tipo de alojamiento*. https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/68147?CodOper=b3_151&codConsulta=68147

²⁸ Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2022d). *Establecimientos hoteleros y plazas según clase y categoría*. https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/68138?CodOper=b3_151&codConsulta=68138

Tabla 2. Distribución del número de alojamientos y plazas por tipo de establecimiento en 2022

Tipo de alojamiento	Establecimientos		Plazas	
	Nº	%	Nº	%
Vivienda de Uso Turístico	5.517	98,48%	26.751	58,72%
Hotel	25	0,45%	11.226	24,64%
Hotel-Apartamento	4	0,07%	3.069	6,74%
Hostal	3	0,05%	124	0,27%
Apartamento Turístico	46	0,82%	4.349	9,55%
Casa Rural	6	0,11%	30	0,07%
Vivienda Turística de Alojamiento Rural	1	0,02%	10	0,02%
TOTAL	5.602	100%	45.559	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2022b; 2022c.

En lo que respecta a las VUT, se debe tener en cuenta que el Registro de Turismo de Andalucía (RTA)²⁹, identifica en el municipio 2.062 establecimientos y 10.093 plazas más en comparación a los datos del IECA. Las causas de ello son: por una parte que el RTA generalmente se actualiza con las nuevas altas de alojamientos en la región, sin contemplar posibles bajas de los mismos, y por otra la disponibilidad temporal de esos establecimientos, como hoteles de temporada, o VUT empleadas como segundas residencias en ciertos meses del año.

De hecho, el uso de viviendas como segundas residencias en Benalmádena, adquiere relevancia porque existen multitud de casos en el municipio. Según los datos más recientes del censo de viviendas del INE (2021)³⁰, el territorio cuenta con 48.663 viviendas en total, de las cuales, 29.656 son de uso principal (60,9%) y 19.007 son de uso no principal (39,1%). En base a estos datos, se puede deducir que 5.517 viviendas no principales son empleadas con fines turísticos (11,3% del total municipal), mientras que las 13.490 restantes son utilizadas como segundas residencias vacacionales (27,7% del total benalmadense).

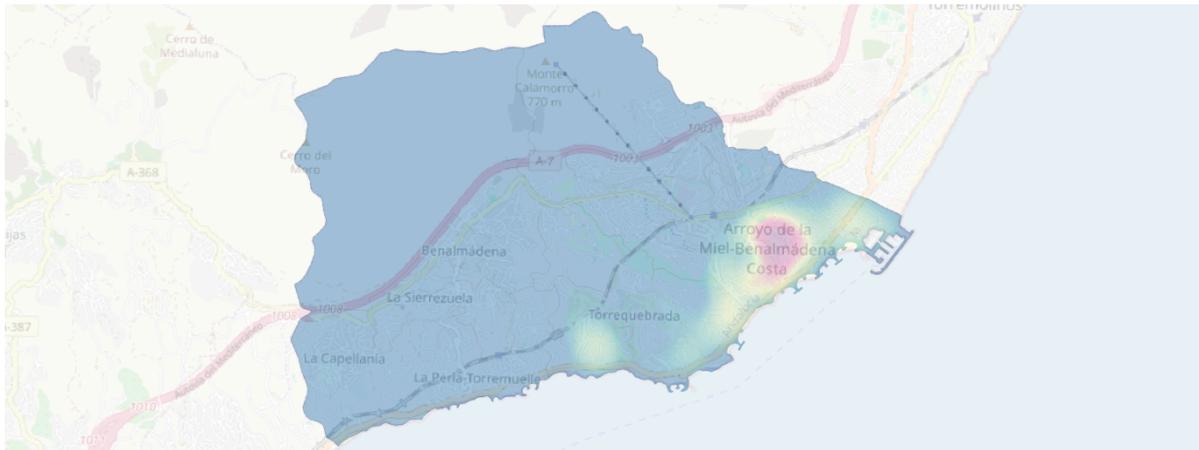
Además, resulta necesario considerar la capacidad de plazas de estas viviendas, para determinar correctamente la cobertura de esta oferta turística no reglada. Teniendo en cuenta el Índice de Hacinamiento de 3,5 personas por vivienda en segundas residencias de destinos del litoral, se estima que las viviendas no principales del municipio cuentan con 66.525 plazas aproximadamente, de las cuales 26.751 son VUT y 39.774 son segundas residencias.

La distribución de las VUT en el municipio presenta también notables diferencias en el territorio según su ubicación. Los datos del RTA (2024) muestran una notable concentración de estos alojamientos en la zona litoral, especialmente en Benalmádena Costa (57,3%), seguido de Arroyo de la Miel (28,4%) y Benalmádena Pueblo (14,3%).

²⁹ Registro de Turismo de Andalucía (2024). *Buscador de establecimientos*. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/areas/turismo/registro-turismo/buscador-establecimientos-servicios-turisticos.html>

³⁰ Instituto Nacional de Estadística (2021). *Total de viviendas familiares por tipo de vivienda. Resultados municipales*. <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=59525>

Mapa 1. Distribución de las VUT en Benalmádena



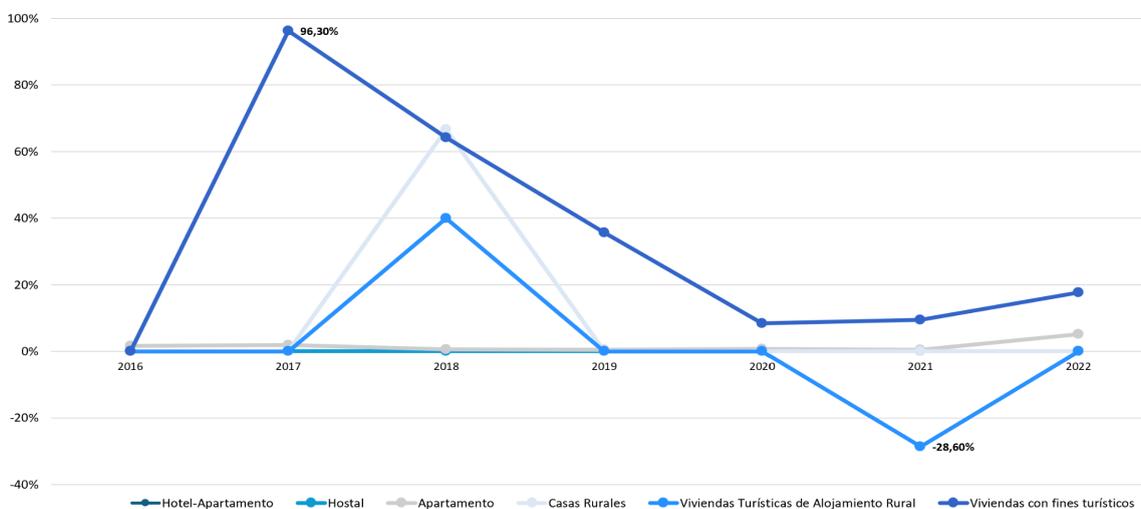
Fuente: Elaboración propia a partir de RTA (2024).

En líneas generales, la evolución de la oferta de plazas en el municipio durante 2015-2022, se ha mantenido estable en prácticamente todas las tipologías de alojamiento, a excepción del caso notorio de las VUT, pues cuentan con una notable tendencia de crecimiento desde su irrupción en la oferta local en 2016 con aproximadamente 4.000 plazas, hasta un total de 26.751 en la actualidad.

En la figura 3, relativa al crecimiento porcentual de plazas por tipo de alojamiento, se puede observar que la mencionada irrupción de las VUT representa el mayor crecimiento porcentual de plazas, un 96,3% en 2017 con respecto al año anterior. Por el contrario, el decrecimiento porcentual más notorio, un 28,6%, se corresponde con las Viviendas Turísticas de Alojamiento Rural (VTAR) en 2021, por lo que se puede decir que fueron los alojamientos más afectados por la crisis sanitaria.

En lo que respecta a las certificaciones de calidad, a pesar del reducido número de empresas que cuentan con las mismas, los alojamientos representan las empresas locales que disponen del mayor número de estos distintivos, por lo que se puede decir que a la vez, estos establecimientos son los más comprometidos con sus estándares de calidad y reputación frente a su público objetivo.

Figura 3. Evolución del crecimiento porcentual de la oferta de plazas en Benalmádena (2015-2022) por tipo de alojamiento



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2022b; 2022c.

Restauración

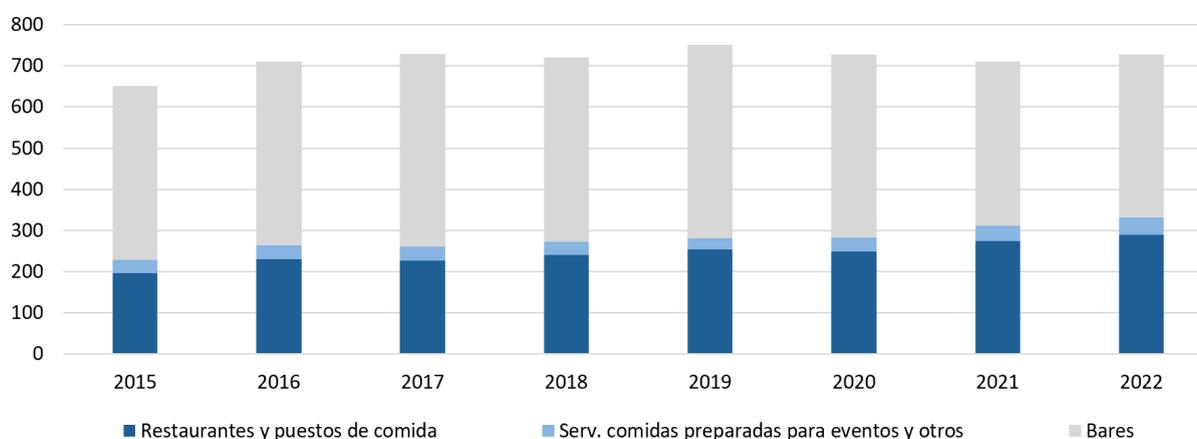
La destacada oferta de alojamientos de Benalmádena se encuentra complementada por numerosos establecimientos de restauración, un servicio relacionado también de manera directa con el sector turístico. Se debe tener en cuenta que, como se ha comprobado en apartados anteriores, la restauración representa la actividad predominante dentro del sector turístico. Según los datos más recientes, el municipio cuenta con 727 establecimientos de este tipo, de los cuales, 396 son bares, 289 restaurantes y 42 están orientados a servicios de comidas preparadas para eventos y otros servicios de restauración (IECA, 2022a).

Si se contempla la evolución histórica entre 2015 y 2022, la oferta de restauración se ha mantenido generalmente estable con determinados incrementos anuales, llegándose a registrar su máximo valor en 2019 con 751 establecimientos.

En lo que respecta a las categorías de establecimiento, se puede observar en la figura 4 que los bares abarcan la mayoría de la oferta de restauración, oscilando entre el 55 y el 65% del total. Asimismo, le siguen los restaurantes (30-40%) y los servicios de comidas preparadas para eventos (5%).

Al igual que el análisis de los alojamientos, durante el año de la crisis sanitaria no tuvieron lugar efectos negativos reseñables en el sector de restauración (decrecimiento anual del 2,3% entre 2020 y 2021). De hecho, los datos más recientes reflejan no sólo la recuperación del sector tras la crisis sanitaria del COVID-19, sino una tendencia de crecimiento que se espera mantener en los próximos años.

Figura 4. Evolución de la oferta de establecimientos de restauración en Benalmádena (2015-2022)



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2022a.

En resumen, se puede decir que en Benalmádena, entre todas las actividades turísticas que se desarrollan en el municipio, las relacionadas con la gastronomía y la restauración cuentan con un gran potencial, no sólo por representar el tercer sector más importante de la economía local, sino también por la abundante oferta de establecimientos. Los propios residentes han reconocido, durante el proceso participativo, el potencial de la restauración local para generar productos turísticos de interés que ayuden a desestacionalizar la demanda. Incluso, se destacó que algunos de estos establecimientos cuentan con distintivos y premios gastronómicos gracias a su calidad, es el

caso de los premios Gurmé de Málaga³¹. Todo ello, representa una oportunidad para el destino al poder complementar la experiencia de los viajeros que acudan a Benalmádena mediante experiencias y actividades fundamentadas en los recursos gastronómicos y la cultura local, aportando un valor añadido que mejora la satisfacción de los viajeros.

Otras actividades turísticas

El sector turístico local está compuesto por otras actividades turísticas con menor presencia en comparación a las analizadas en apartados anteriores, como es el caso de las mencionadas: transporte de pasajeros (aéreo, marítimo y terrestre) y actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento, las Agencias de Viajes (AAVV) y alquiler de vehículos de motor.

La categoría que aglutina diversas actividades turísticas está compuesta por casi 300 empresas pertenecientes principalmente al ámbito de actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento (figura 5). En lo que respecta a su evolución durante el periodo de tiempo analizado, resulta destacable los años de recuperación de la crisis sanitaria. En esos años este conjunto de actividades ha experimentado un notable crecimiento, llegando a registrar en 2021 un crecimiento anual del 43,4% con respecto al año 2020.

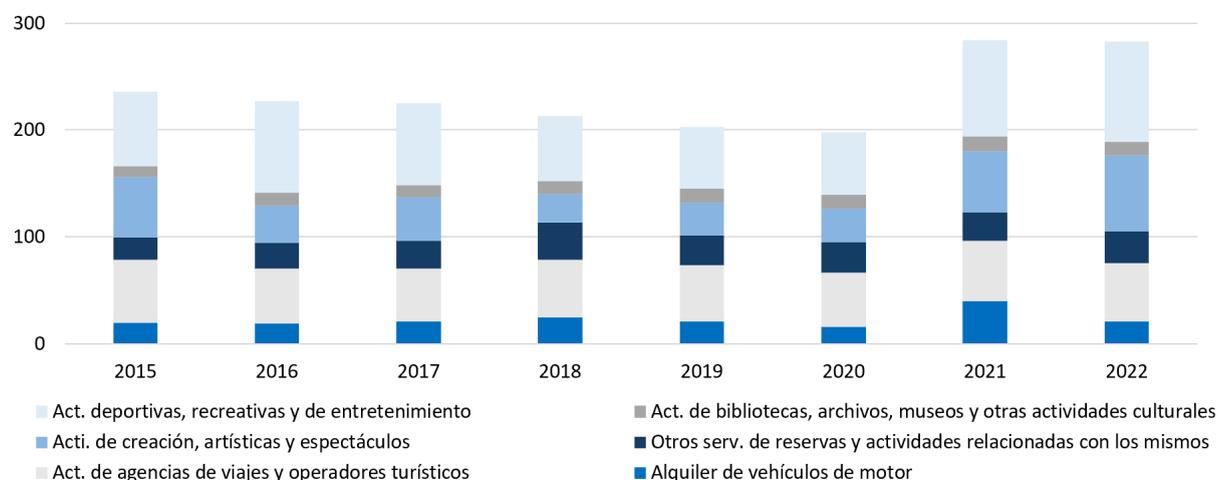
Señalar, que tanto la población residente como el sector empresarial, destacan la necesidad de modernizar y mantener adecuadamente el puerto deportivo local, para poder potenciar todas las actividades relacionadas con el mismo.

Otras subcategorías son las correspondientes a actividades de recreación, artísticas y espectáculos, que representan la segunda categoría en Benalmádena, asimismo también las AAVV y operadores turísticos como tercera tipología más frecuente a nivel local. En este sentido, destacar que en ambos casos, el municipio cuenta con diversas asociaciones empresariales orientadas a estas actividades turísticas, por lo que se puede afirmar que existe colaboración y comunicación activa tanto a nivel interno como con el gobierno local. Un ejemplo de ello son, entre otras actuaciones, la Asociación de Guías de Turismo y de Acompañantes de Grupos Turísticos de Andalucía (GUIDESUR), puesto que colaboran con el gobierno local en el diseño de estrategias y acciones para potenciar el turismo en el municipio, además de intervenir con sus actividades favoreciendo la redirección de los flujos de turistas y visitantes de la zona del litoral hacia el interior, así como atraer visitantes de cruceros al municipio.

No obstante, se debe señalar que las actividades turísticas con menor presencia en el municipio, son los museos, bibliotecas y otras actividades culturales, el alquiler de vehículos de motor y los servicios de reservas que no se corresponden con AAVV. Por tanto, estas actividades productivas pueden representar una oportunidad de explotación a tener en cuenta durante posibles acciones de promoción del emprendimiento empresarial que se desarrollen en el destino para enfocarlas en estas actividades.

³¹ Gurmé Málaga (2024). *Mejor restaurante de producto*. <https://premiosgurmemalaga.es/mejor-restaurante-del-producto/>

Figura 5. Evolución de la oferta de establecimientos de otras actividades turísticas en Benalmádena (2015-2022)



Fuente: Elaboración propia a partir de IECA, 2022a.

En lo que respecta a los distintivos de calidad, aunque existen empresas locales con certificados como Q de Calidad y S de Sostenibilidad, todavía su uso es muy limitado teniendo en cuenta el total de empresas que componen este sector de actividad en turismo (Calidad Turística, s.f. y Turismo Andaluz, s.f.).

En definitiva, se ha podido comprobar que Benalmádena cuenta con una oferta turística de gran potencial no sólo en el tradicional segmento turístico de “sol y playa” presente en el municipio, sino también otros segmentos como el cultural o gastronómico. Además, teniendo en cuenta que el segmento predominante es el mencionado de “sol y playa”, las actividades turísticas del resto de segmentos representan un atractivo adicional para estos turistas, ya que aportan valor a su experiencia turística, además de incrementar su nivel de satisfacción con respecto a la misma. Todo ello no sólo permitirá atraer turistas y visitantes correspondientes a varios segmentos (culturales, gastronómicos, de turismo activo...), sino que también facilitará la desestacionalización de la demanda turística a causa del tradicional “sol y playa” presente en el municipio, ya que, es considerado uno de los principales retos de Benalmádena, según los resultados del proceso participativo.

3.2.3. Recursos y productos turísticos

Benalmádena se caracteriza por su diversidad de paisajes y entornos urbanos, donde se puede distinguir tres núcleos. Benalmádena-Costa aglutina la mayor parte de oferta de alojamiento, sobre todo la oferta hotelera; sus playas y calas de alto valor natural cuentan con 9 kilómetros de línea de costa. Benalmádena-Pueblo guarda la esencia de un pueblo mediterráneo andaluz con casas blancas, calles estrechas y empinadas. En Arroyo de la Miel se encuentra el gran núcleo urbano y residencial del municipio, por lo que dispone de una amplia oferta tanto en el ámbito comercial como de restauración.

3.2.3.1. Recursos y productos actuales

El municipio por sus características geográficas ha orientado tradicionalmente su oferta al segmento de sol y playa, sin embargo, en los últimos años empiezan a aprovechar otros recursos que le aportan una ventaja competitiva. La distinción por zonas en el territorio, cada una con sus singularidades, genera la oportunidad de apostar por un enfoque en el que se enfatizan estas diferencias. Benalmádena por sus características y recursos es susceptible de atraer a diferentes mercados de intereses variados. A continuación, se identifican y analizan los diferentes productos turísticos y los recursos asociados a los mismos.

Turismo de Sol y Playa

Según datos de un reciente informe de Turismo y Planificación Costa del Sol (2024)³², el turismo de sol y playa en la Costa del Sol continúa siendo competitivo a nivel internacional, al ocupar la cuarta posición entre los principales mercados (Reino Unido, Alemania y países nórdicos). Además, según una encuesta realizada a los viajeros internacionales que eligen la Costa del Sol con motivo principal de pasar unas vacaciones de sol y playa, la puntúan con un 92 sobre 100.



Benalmádena cuenta con el distintivo de Bandera azul en dos de sus playas (Fuente de la Salud y Torrebermeja-Santa Ana), así como en su puerto deportivo, son ejemplos de la calidad de sus recursos. La mejora de la experiencia de los turistas se manifiesta en la adaptación a personas con discapacidad de cuatro de sus playas (Malapesquera, Arroyo de la Miel, Carvajal y Fuente de la Salud), innovando con rampas enrollables que permiten que los vehículos anfibios puedan acceder fácilmente al agua.

Resulta necesario subrayar que la sostenibilidad medioambiental también representa un pilar de gran relevancia para Benalmádena, por lo que el municipio dispone de Plan que ayuda a mitigar los efectos del cambio climático, siendo el agua uno de los recursos fundamentales a considerar y sobre todo con la grave problemática derivada de la sequía. Asimismo, cabe destacar que en el territorio se llevan a cabo varias acciones enfocadas a la recogida de toneladas de alga asiática presente en el litoral.

³² Turismo y Planificación Costa del Sol (2024). *Informes. Viajeros Sol y Playa Marzo 2024*. <https://www.costadelsolmalaga.org/5773/informes>

Tabla 3. Recursos naturales asociados al producto Sol y Playa

Playas	Accesibles	Bandera Azul
Fuente de la Salud	x	x
Torrebermeja - Santa Ana		x
Malapesquera	x	
Bil Bil		
Arroyo de la Miel	x	
Los Melilleros		
Torrevigía		
Torrequebrada		
Las Yucas		
Benalnatura		
La Viborilla		
Malibú		
Bonita		
Torremuelle		
La perla o La Morera		
Tajo de la Soga		
Carvajal	x	

Fuente: Elaboración propia a partir de Bandera Azul (2023)³³ y Turismo Benalmádena (s.f.a)³⁴.

Turismo deportivo

Dada la importancia de actividades deportivas relacionadas con el medio acuático así como el golf, este producto se subdivide en dos segmentos: Turismo Azul y Golf.

El Turismo Azul tiene en el puerto deportivo de Benalmádena su mayor activo. El puerto posee el distintivo de Bandera Azul, siendo protagonista de las celebraciones deportivas como el torneo internacional de pesca de altura y las 24 horas náuticas de Benalmádena. Sin embargo, en el proceso participativo los empresarios manifiestan la necesidad de una inversión en las instalaciones del puerto, ya que comienza a presentar algunos signos de deterioro.

Benalmádena cuenta con un alto potencial subacuático, con 3 espacios subacuáticos y un pecio declarado como Bien de Interés Cultural, así como un potencial como lugar de avistamiento de cetáceos, existiendo empresas que explotan estos recursos. Las complementariedades de estos recursos con Mijas y Marbella tiene una alta potencialidad para acciones conjuntas.

En proceso y como medio para seguir mejorando la experiencia y calidad del producto, se ha planteado la futura creación de un Centro de Innovación de la Economía Azul por parte del Ayuntamiento, el cual entre sus objetivos se encuentre la promoción de productos y servicios vinculados a la realización de actividades náuticas y recreativas, preferiblemente sostenibles y

³³ Bandera Azul (2023). *Relación de playas galardonadas con Bandera Azul 2023*. <https://www.banderaazul.org/sites/default/files/2023/RuedaPrensa2023/RELACION%20DE%20PLAYAS%20GALARDONADAS%202023.pdf>

³⁴Turismo Benalmádena (s.f.a). *Playas accesibles*. <https://turismo.benalmadena.es/disfruta/playas-de-benalmadena/playas-accesibles#:~:text=Benalm%20dena%20cuenta%20con%20cuatro%20playas playa%20Fuente%20de%20la%20Salud>

respetuosas con el medio marino. De esta forma se busca fomentar la práctica deportiva y la náutica mientras se divulga la importancia de conservar el entorno natural y los ecosistemas locales.



Benalmádena fue uno de los primeros municipios en contar con un campo de golf, el Torrequebrada Golf en 1976, el cual ha llegado a albergar eventos de gran prestigio como el Open de España. El Turismo de Golf cuenta con un total de 3 campos de golf (Turismo Costa del Sol, s.f.)³⁵, siendo Benalmádena Golf el campo mejor valorado en 2019 de Pitch & Putt por la Real Federación Española de Golf. Estos campos vienen acompañados de una serie de servicios como son academias, tiendas o restaurantes.

Otros aspectos a tener en cuenta para el desarrollo del turismo deportivo en el territorio son la presencia de instalaciones públicas y privadas, entre las que destacan una pista de hielo única en Andalucía, espacios para practicar el hockey, el fútbol y pistas de tenis; todas ellas se utilizan para celebrar campeonatos y eventos deportivos de carácter internacional, como Spanish Open de Bádminton; de relevancia nacional como la Copa del Rey y de la Reina de Hockey 2024; así como múltiples actividades orientadas a los residentes como son carreras urbanas, pruebas de Triatlón, carreras de enduro MTB, pruebas náuticas, etc. A ello se une, el valor natural del municipio con la Sierra de Mijas y el monte Calamorro, al presentar oportunidades para el desarrollo de actividades deportivas y un alto potencial para el cicloturismo. De momento, existe una red de senderos y un evento deportivo, la Calamorro Skyrace.

Tabla 4. Recursos asociados al Turismo de Golf

Benalmádena Golf	Bil Bil Golf	Torrequebrada Golf
- Nº de hoyos: 9	- Nº de hoyos: 18	- Nº de hoyos: 18
- Dificultad: 2/5	- Dificultad: 2/5	- Dificultad: 3/5
- Hándicap máximo hombres: 36	- Hándicap máximo hombres: 36	- Hándicap máximo hombres: 27
- Hándicap máximo mujeres: 36	- Hándicap máximo mujeres: 36	- Hándicap máximo mujeres: 35

Fuente: Elaboración propia a partir de Turismo Costa del Sol (s.f.).

³⁵ Turismo Costa del Sol (s.f.). Clubs & resorts de Golf. <https://www.visitacostadelSol.com/malaga-costa-del-sol/costa-del-sol-costa-del-golf/clubs-resorts-de-golf>



Por último, los empresarios especializados en el desarrollo de productos turísticos deportivos subrayan la importancia de adoptar una visión comarcal, dada la existencia de sinergias entre municipios colindantes en cuanto a infraestructuras deportivas y servicios de alojamiento. La Diputación Provincial puede ayudar a coordinar estas acciones y a posicionar a Benalmádena y la Costa del Sol, como un destino relevante en el turismo deportivo y sus eventos asociados.

Turismo familiar y de ocio

El turismo familiar constituye un segmento muy consolidado en el destino que viene acompañado de una oferta de ocio especializada en atraer este perfil. Entre los recursos destacan algunos parques infantiles que destacan en la zona por su diseño y propiedades. Además, reúne una alta oferta de espacios donde ver diferentes especies de animales, desde terrestres, acuáticas e incluso para la observación de espectáculos de cetrería.

Entre otros recursos destacan las empresas que realizan *tours* por el territorio en autobús, tren o ferry. Por último, mencionar el Teleférico de Benalmádena como un recurso singular en la región.

Tabla 5. Recursos de ocio asociados al Turismo Familiar

Parques infantiles	Parques zoológicos o similares	Actividades de ocio
<ul style="list-style-type: none"> ● Parque de Pueblosol ● Pocoyo Parque de Juegos ● Parque de la Paloma 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mariposario Benalmádena ● Sea Life Benalmádena ● Centro de las Águilas ● Selwo Marina 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tren turístico Benalmádena ● Bus turístico Benalmádena ● Costasol Cruceros S.L ● Teleférico de Benalmádena

Fuente: Elaboración propia a partir de Turismo Benalmádena (s.f.b³⁶).

El ocio de Benalmádena orientado a un público adulto es un producto que se encuentra consolidado en el destino. Esta oferta se concentra principalmente en dos lugares: Plaza Solymar y Puerto Marina. Es aquí donde se encuentran los establecimientos de ocio más dedicados a la vida nocturna con múltiples discotecas, terrazas, pubs y *skybars*. Además, esta zona es altamente frecuentada por turistas, así como por un público joven especialmente en los meses estivales.

En Arroyo de la Miel, la Plaza de la Mezquita también cuenta con bares de copas, multitud de tiendas y pequeños negocios, siendo un enclave donde se organizan múltiples actividades y eventos musicales a lo largo del año.

³⁶ Turismo Benalmádena (s.f.b). *Ocio infantil*. <https://turismo.benalmadena.es/que-hacer/ocio/ocio-infantil>

Por último, para muchos, ir de compras es una de las máximas de los turistas que forma parte de la vida social y recreativa del destino. En este contexto, Benalmádena se convierte en 2017 en un Centro Comercial Abierto, reconocido por la Junta de Andalucía con el Premio Andalucía del Comercio Interior en la categoría de Centros Comerciales Abiertos. El valor del comercio en el destino se refuerza con la Dársena de Levante, ubicada en el corazón del Puerto Deportivo, donde se encuentran diversas tiendas y el centro comercial Marina Shopping. Además, se debe mencionar el mercadillo de Arroyo de la Miel, el rastro de Benalmádena y un mercadillo ecológico, como otros recursos de gran relevancia que también son utilizados por los residentes y turistas.

Turismo de salud y bienestar

La importancia de este tipo de producto tiene una gran serie de ventajas para los destinos. De hecho, la OMT³⁷ en sus informes menciona que el turismo de salud ayuda a los destinos a diversificarse, crear empleo y apoyar a las empresas. El municipio ha desarrollado este producto en los últimos años, ya que cuenta con un equipamiento e infraestructuras adecuadas, utilizando además mecanismos de planificación y herramientas para promoción de hábitos saludables como el Plan Local de Salud de Benalmádena (2015 – 2019)³⁸. Este segmento se promociona también en la web de Turismo Benalmádena (s.f.c)³⁹ identificando centros de medicina estética, clínicas para tratamientos de belleza y cirugía estética, además de una oferta de establecimientos donde se ofrecen masajes acompañado de SPAs. A ello se une, además, que el municipio cuenta con tres centros de salud, un hospital público, un hospital privado y varios centros médicos de especialidades que pueden ser empleados en caso de urgencia médica, siendo algunos de ellos especializados en atender a un público internacional, como es el caso del Hospital Vithas. Este hospital destaca además de ofrecer su servicio en múltiples idiomas, por poseer la acreditación de calidad más prestigiosa a nivel mundial en el sector sanitario, otorgada por la Joint Commission International, siendo el único en Andalucía en poseer esta distinción. En los últimos años, este hospital ha atendido a numerosos pacientes extranjeros que han visitado Benalmádena para realizarse operaciones o tratamientos de carácter estético (turismo médico). No obstante, cabe destacar que en el proceso de participación con el empresariado local, se señaló una notable disminución en la demanda de este segmento tras la pandemia, por lo que se puede decir que actualmente se encuentra en un estado estacionario.

3.2.3.2. Recursos y productos potenciales

Se identifican una serie de recursos y productos que por su potencialidad son interesantes destacar: naturaleza, cultural, religioso, de compras, gastronómico, idiomático y MICE.

Turismo de naturaleza

Benalmádena dispone de una amplia variedad de espacios naturales que aporta un atractivo y valor a sus visitantes. La Sierra de Mijas, forma parte del territorio de Benalmádena en la zona norte y se incluye en el Plan Especial de Protección del Medio Físico de la provincia de Málaga con la figura de

³⁷ Organización Mundial del Turismo (2023). *Conference Highlights Potential of Health and Wellbeing Tourism*. <https://www.unwto.org/news/conference-highlights-potential-of-health-and-wellbeing-tourism>

³⁸ Red Local de Acción en Salud (2015). *II Plan Local de Salud de Benalmádena (2015-2019)*. <https://www.redlocalsalud.es/project/ii-plan-local-de-salud-de-benalmadena-2015-2019/>

³⁹ Turismo Benalmádena (s.f.c). *Salud y Belleza*. <https://turismo.benalmadena.es/que-hacer/salud-y-belleza>

Complejo Serrano de Interés Ambiental (en 2007⁴⁰). Asimismo, el monte Calamorro pertenece al Catálogo de Montes Públicos de Andalucía, siendo titularidad del Ayuntamiento de Benalmádena.



Este espacio se incluye en la red de senderos, algunos enmarcados dentro de la Gran Senda y conectando otros municipios de interés y con alto valor paisajístico como Mijas o el monumento natural Picos de Jabalcuza en Torremolinos. Además, dentro del proyecto de Senda litoral ya se puede recorrer a pie todo su litoral, tras la reciente incorporación en septiembre de 2024 de un tramo correspondiente a la playa Carvajal. A esto se le une el proyecto de la rehabilitación del paseo marítimo de Torrequebrada, concretamente frente a la zona residencial de las Tres Carabelas. De esta forma se busca la renaturalización del espacio, la mejora de la accesibilidad y dotar de mayores espacios de sombra, para minimizar las islas de calor en verano.

Benalmádena tiene también múltiples parques y jardines que sirven de espacios de recreación para pasear y disfrutar del entorno, además de funcionar como pulmón verde a sus núcleos urbanos.

Tabla 6. Recursos naturales asociados al Producto Naturaleza

Parques y Jardines	Red de senderos	Flora y Fauna
<ul style="list-style-type: none"> ● Parque de los Árboles ● Parque Rústico Casablanca ● Parque de los Limones ● Parque de la Paloma ● Jardines del Muro ● Lagos de Mare Nostrum 	<ul style="list-style-type: none"> ● R-1 Sendero Arroyo de los muertos ● R-2 Sendero de los leñadores ● R-3 Sendero del Quejigal ● R-4 Sendero del tajo de la sabia ● R-5 Sendero de la Mina de la Trinidad ● R-6 Sendero de los cazadores ● Gran Senda de Málaga (GR 249). Etapa 33. Mijas - Benalmádena ● Gran Senda de Málaga (GR 249) Etapa 34. Benalmádena - Alhaurín de la Torre ● Senda litoral 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabra montés ● Zorro ● Gineta ● Garduña ● Águila Real ● Águila Perdicera ● Águila calzada ● Águila culebrera ● Halcón peregrino ● Búho real ● Cárabo ● Camaleón ● Lagartija Andaluza ● Encina ● Coscoja ● Quejigo ● Pino carrasco ● Jarilla ● Esparto

Fuente: Elaboración propia a partir de Junta de Andalucía (2007), Turismo Benalmádena (s.f.d)⁴¹ y Gran senda de Málaga (s.f)⁴².

⁴⁰Junta de Andalucía (2007). *Plan Especial de Protección del Medio Físico de la provincia de Málaga*. https://www.juntadeandalucia.es/export/drupalida/malaga_6.pdf

⁴¹Turismo Benalmádena (s.f.d). *Senderos y rutas*. <https://turismo.benalmadena.es/disfruta/naturaleza/senderos-y-rutas>

⁴²Gran Senda de Málaga (s.f.). *Descubre tu etapa*. <https://www.gransendademalaga.es/es/>

Turismo cultural

La cultura tiene un potencial relevante en el municipio, con recursos que generan una oferta que complementa con otros productos como el de sol y playa.

El casco histórico de Benalmádena Pueblo supone un atractivo, siendo un claro ejemplo de pueblo blanco andaluz. En cuanto a Bienes de Interés Cultural (BIC) destacan 5 de los 9 existentes, entre ellos cabe mencionar la Cueva del Toro, cuya puesta en valor puede llegar a suponer un recurso de gran singularidad en la zona. Este recurso supone un legado del pasado prehistórico, siendo de las pocas cuevas que se conservan en la zona. Benalmádena también ha trabajado en los últimos años en dar visibilidad y revalorizar el atractivo arqueológico del yacimiento romano del Molinillo, realizando múltiples obras de restauración y de mejora en sus instalaciones, así como creando junto a él un centro de interpretación de la historia de Benalmádena para facilitar la visita al monumento.

El Museo Precolombino es un espacio singular, constituye uno de los pocos museos de España dedicados al arte precolombino. Como parte del potencial cultural, Benalmádena posee tres torres vigías (Torremuelle, Torrequebrada y Torrebermeja), las cuales están catalogadas como BIC. Estos recursos suponen una oportunidad para generar itinerarios turísticos, dando a conocer la importancia de este legado y el valor de la arquitectura defensiva. Dentro de esta oferta cultural de la zona cabe destacar el Festival Internacional de Cortometrajes y Cine Alternativo de Benalmádena, un interesante recurso para los residentes y a su vez para atraer a turistas cinéfilos en una época del año donde el número de turistas es menor. Igualmente, la existencia de dos festivales (Benalfest y Benalmádena Flamenco Guitar Fest), asimismo la oferta cultura para residentes y tienen potencial a mercados turísticos diferente, ya que se especializan por ser de estilos musicales más selectos como son el indie y el flamenco, que salen de lo mainstream o más comúnmente escuchado y se relacionan con la expresión de la cultura a través de la música.



Benalmádena tiene fiestas y tradiciones como “El Paso”, fiesta declarada de Interés turístico por la Diputación Provincial de Málaga. Otras fiestas a destacar son la Semana Santa, el Corpus Christi, la Veladilla del Carmen y la Fiesta de la Virgen de la Cruz. Este tipo de festividades de interés religioso-cultural, aunque tengan una orientación local, cada vez más atrae a un público extranjero.

De hecho, se registró este último año un 75% de público extranjero en la fiesta del Corpus Christi, lo que plantea desde el ayuntamiento la traducción de los programas de varias fiestas en múltiples idiomas y seguir avanzando en la mejora de la experiencia de los visitantes que asisten y participan en los mismos.

Al mismo tiempo, Benalmádena en sus eventos culturales incluye fiestas patronales religiosas de otros países como son: San David (Gales), San Patricio (Irlanda), San Jorge (Inglaterra), conmemora el Día de los muertos de México a través de su museo precolombino y celebra en el mes de agosto un zoco árabe. Por último, cabe destacar el patrimonio religioso como la Estupa budista o el Templo hindú.

Tabla 7. Recursos culturales asociados al Producto Turismo Cultural

Lugares de interés histórico	Centros culturales/Museos	Fiestas y eventos
<ul style="list-style-type: none"> ● Jardines del Muro ● Iglesia parroquial de Santo Domingo ● Casco histórico de Benalmádena Pueblo ● Calle Real ● La Tribuna ● La Tajera ● El corralón y Portal de san Carlos ● Yacimiento arqueológico de los molinillos ● Plaza de los castillejos ● Plaza de la Tribuna ● Castillo de Colomares ● Molinos papeleros del Arroyo de la Miel ● Real Fábrica de Papel de Arroyo de la Miel, Benalmádena ● Torre de Torrequebrada (BIC) ● Torre de Torremuelle (BIC) ● Torre Bermeja (BIC) ● Iglesia Inmaculada Concepción ● Plaza España ● Niña de Benalmádena Escultura ● Cueva del Toro (BIC) ● Murallas de castillo (BIC) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Centro de Exposiciones Benalmádena ● Castillo El Bil Bil ● Museo de arte Precolombino Felipe Orlando ● Casa de la Cultura Arroyo de la Miel ● Biblioteca Pública Arroyo de la Miel ● Auditorio Municipal de Benalmádena ● Estupa Budista ● Templo hindú 	<ul style="list-style-type: none"> ● El Paso ● Semana Santa ● Corpus Christi ● San Juan ● Veladilla del Carmen ● Fiesta de la Virgen de la Cruz ● Festival Internacional de Cortometrajes y Cine Alternativo de Benalmádena ● Zoco Árabe

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (s.f.)⁴³.

Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es un producto en el que se ha prestado especial atención los últimos años. La gastronomía de Benalmádena está basada en la típica comida andaluza, donde se destacan los productos del mar, como el “pescaito frito”, el marisco y las paellas de pescado. A esto se le añade productos típicos de la provincia como pueden ser la porra antequerana, gazpacho, ajoblanco o la ensalada malagueña.

⁴³ Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico (s.f.). *Guía Digital del Patrimonio Cultural de Andalucía*. https://guiadigital.iaph.es/busqueda/%28municipio_smv:%22Benalm%C3%A1dena%22%29

Este recurso tan rico y preciado por residentes y turistas, viene acompañado de una destacada oferta de restaurantes especializados. Recientemente, el restaurante Parador Playa de Benalmádena ha ganado el Premio 'Mejor Restaurante de Producto' gracias a utilizar pescados y mariscos de las lonjas locales dentro del concurso Premios GURMÉ 2024. También sobresale el grupo Los Mellizos, una empresa familiar que ha sido galardonada con reconocimientos como el Premio Familia-Empresa en 2022.

La apuesta por el producto de calidad y lo local es un aspecto fundamental, sin embargo, es necesario adaptarse y reinventarse con eventos de temática gastronómica. Con ellos se pretende captar la atención de turistas, así como promover y acercar la cocina internacional entre los propios residentes. Entre ellos se destaca La Feria del Marisco en el Puerto Deportivo de Benalmádena, la cual ha registrado un alcance de hasta 25.000 visitantes en anteriores ediciones, lo que se traduce en siete toneladas de marisco y más de 5.000 litros de cerveza vendidos. Como eventos que son testigos de esta apuesta gastronómica cabe destacar la Ruta de la Tapa de Cine; un festival que ofrece gastronomía de diferentes países a través de cocina ambulante mediante *Food Trucks*; la Fiesta Gaucha, donde se pone en valor la cocina argentina; y un zoco árabe donde entre sus múltiples actividades de su programa. Además, se ha celebrado por primera vez en la localidad, concretamente en Arroyo de la Miel, una Feria de Sabor a Málaga en abril de 2024, con la idea de promocionar y poner en valor a los productores locales.

En síntesis, el uso de la gastronomía local e internacional es un atractivo útil que es susceptible de atraer a un turista de diversas nacionalidades, sino que tiene un valor social, que tiene que ser enfocado al residente, como refuerzo de una sociedad abierta, cosmopolita y multicultural.

Turismo idiomático

El turismo idiomático es un producto cada vez más importante en la provincia⁴⁴. Trabajan dos organismos: Asociación de Escuelas de Español Andalucía (AEEA) integrada en la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros (FEDELE); y la Mesa de Trabajo de Turismo Idiomático de la sociedad Costa del Sol Málaga de la Diputación Provincial de Málaga. El colegio Maravillas, que se encuentra en el municipio fue la fundadora de la asociación, anteriormente mencionada. Reconocida por el Instituto Cervantes, cuenta con 13 clases equipadas con material audiovisual y sistemas de climatización. Por otro lado, el Centro Municipal de Oferta Permanente de Benalmádena incluye en su oferta formativa cursos de aprendizaje de español para extranjeros.

En definitiva, estos dos recursos pueden constituir una destacada oportunidad para promocionar el destino como un lugar de aprendizaje español, atrayendo a un nuevo nicho de mercado y satisfaciendo una necesidad de aquellos extranjeros que residen en el municipio.

Turismo MICE

El turismo MICE en Benalmádena es un producto con enorme potencial, especialmente el posicionamiento como destino de viajes de incentivo. Según un informe del Observatorio Nacional de Turismo Emisor⁴⁵ destaca la tendencia a la alza y perspectivas de mejora de este producto, así como su contribución a paliar la estacionalidad. Este producto además se complementa con otros

⁴⁴Fedele.org (2023). Informe sectorial - Fedele 2022 https://fedele.org/wp-content/uploads/2023/03/Informe-Sectorial-FEDELE-2022_def.pdf

⁴⁵ Observatur (2023). Informe Turismo MICE. Viajes de Incentivo, claves, dimensión y realidad. <https://www.observatur.es/informes/>

como el gastronómico, cultural u ocio. En España se estima que el impacto económico del turismo de incentivos en España es de 16.500 millones de euros.

Benalmádena cuenta con una infraestructura hotelera con instalaciones adecuadas para salas de conferencias, reuniones, así como servicios de catering y de planificación de eventos personalizados. Algunos hoteles que intentan captar este tipo de producto son el Holiday World, el Hotel Palma Sol, el Hotel Alay, el Hotel Sunset Beach Club, el Hotel Estival Torrequebrada o el Hotel Best Tritón.

3.2.4. Digitalización en el destino

La incorporación efectiva de soluciones tecnológicas en los procesos de gestión de los territorios constituye una de las prioridades de destinos a nivel global. Por lo tanto, se considera fundamental partir de un análisis detallado de los recursos digitales con los que cuenta el municipio turístico de Benalmádena para orientar las estrategias relacionadas con este ámbito.

Desde el punto de vista de recursos básicos, el destino cuenta con soportes como el sitio web oficial dedicado en exclusiva al fomento de la promoción e información turística del municipio, así como con perfiles específicos de turismo en diferentes redes sociales.

En el sitio web se ofrece información sobre numerosos recursos, productos y eventos que se pueden disfrutar en el municipio, así como su ubicación y otra información relevante. En este sentido, el Plano Turístico de Benalmádena⁴⁶ que actualmente se encuentra en la web en formato PDF, se podría incorporar a un mapa interactivo donde los usuarios puedan navegar en los diferentes recursos y establecimientos locales de forma fácil e intuitiva mediante su correspondiente georreferenciación. Asimismo, se podrían señalar algunas mejoras a tener en cuenta en este sitio web, tales como la incorporación de los requisitos de accesibilidad digital o mejora del banco de imágenes disponible en el apartado “Galería”, entre otras acciones.

En lo que respecta a la comercialización *online*, la página actual no ofrece soluciones que permitan reservar o adquirir productos directamente a empresas del territorio, pudiendo solo consultar las descripciones y la información de contacto de las empresas que ofrecen los productos turísticos locales. A pesar de ello, el Ayuntamiento contempla la posibilidad de ampliar las funcionalidades de la plataforma informativa e incorporar en un futuro las opciones de compra y reserva *online* desde el sitio oficial de turismo del destino, pues actualmente ya se dispone de los apartados correspondientes a las empresas que ofertan estos servicios, tales como alojamientos, establecimientos de restauración y guías turísticos.

A su vez, la oficina de Turismo de Benalmádena está dotada de un *software* específico, denominado Infotourist, que permite a los técnicos de información y atención al turista registrar los datos de carácter cuantitativo y cualitativo de personas que acuden a la oficina, para contar con estadísticas completas y actualizadas. Este sistema de gestión permite tener la información actualizada, fácil de consultar y analizar para generar los informes de la demanda turística en el destino.

En lo que respecta a otras herramientas impulsadas por los gestores de destino que facilitan la estancia de turistas en el territorio, en la actualidad el destino carece de una app móvil específica para la información y asesoramiento turístico. Por otro lado, se encuentra la aplicación móvil del

⁴⁶ Ayuntamiento de Benalmádena (s.f.b). *Callejero de Benalmádena*. <https://www.benalmadena.es/files/docs/callejero-benalmadena.pdf>

teleférico de Benalmádena, cuyo objetivo es facilitar la planificación y los desplazamientos de personas en el municipio, comunicando algunos puntos de interés clave.

Un proyecto destacable para mejorar la atención al turista y en consecuencia su percepción del destino consiste en la próxima apertura de una nueva oficina de información turística que incorporará algunos servicios avanzados basados en tecnología. Por ejemplo, se prevé la implementación de herramientas de realidad virtual y aumentada para ofrecer al visitante una experiencia inmersiva para conocer el destino. Asimismo, se espera incluir algunas soluciones digitales que permitan planificar las rutas de manera inteligente y emitir recomendaciones para los turistas.

Otro aspecto destacable viene representado por la última iniciativa del Ayuntamiento, enfocada en la mejora de los mecanismos de comunicación y transparencia en materia de turismo, que es la Mesa Virtual de Turismo, disponible en la web oficial del Ayuntamiento. Este nuevo modelo tiene como objetivo fomentar la interacción fluida entre los agentes del destino y permitirles conocer todas las actualizaciones sobre el sector en tiempo real. Actualmente, las personas interesadas en consultar la información relacionada con la gestión turística en el municipio o participar en la discusión o toma de decisión abiertas al público pueden ver en la web correspondiente todas las actualizaciones disponibles, así como enviar una propuesta o petición a través de un canal habilitado para ello.

A nivel de estrategias, cabe mencionar la trayectoria demostrable de Benalmádena hacia el modelo de destino inteligente consolidado en el territorio español que es la red DTI (Destinos Turísticos Inteligentes), así como las ayudas concedidas que tiene el destino para abordar la digitalización en el marco del Plan de Sostenibilidad Turística. En cuanto al destino turístico inteligente, el municipio se encuentra adherido a la red desde septiembre de 2020 y en el momento actual se encuentra en la fase de diagnóstico, destacando la parte tecnológica como el eje vertebral de este.

En lo que respecta a otros trabajos con el organismo ministerial SEGITTUR, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Benalmádena se encuentra trabajando en otras convocatorias de ayudas y subvenciones destinadas al fomento de la digitalización en el municipio, como el caso de creación de plataformas para la gestión inteligente del destino.

En la misma línea, en la agenda urbana publicada a fecha de 2023 se incorpora el Plan de Transformación Digital - Benalmádena Ciudad Inteligente que pretende abordar la implementación de soluciones digitales en diferentes ámbitos de gestión municipal. De hecho, uno de los principales productos que establece el Plan es la plataforma digital Smart City de Benalmádena que viene representada por una herramienta integral centralizada para gestionar la ciudad en base a un conjunto de indicadores de gestión inteligente. El turismo forma una parte importante de este planteamiento, destacando en la descripción del Plan entre otros ámbitos mencionados. Del mismo modo, se plantea un proyecto específico de digitalización de administraciones públicas que permitirá simplificar las relaciones con la ciudadanía, garantizar el nivel máximo de seguridad y un flujo de comunicación eficiente entre las diferentes sedes del gobierno local.

Como se ha podido comprobar, el destino Benalmádena cuenta con estrategias y planes a diferentes escalas enfocados a mejorar el rendimiento digital en el municipio, incorporando un mayor rango de soluciones tecnológicas en las distintas áreas de gestión. En términos turísticos, se pueden encontrar algunas mejoras que ya se han incorporado, así como otras cuya implementación se espera a corto plazo con el fin de mejorar la experiencia del visitante y el rendimiento de los propios entes gestores.

3.2.5. Demanda turística

La demanda turística de Benalmádena puede calificarse como la de un destino turístico maduro de sol y playa. Esto se traduce en una dependencia del mercado emisor británico seguido del mercado nacional, con un claro patrón de estacionalidad, concentrando las pernoctaciones en época estival.

Los datos para conocer esta demanda proceden de fuentes estadísticas, como es el caso del Instituto Nacional de Estadística (INE), que elabora diferentes encuestas para el ámbito nacional, regional y en zonas y puntos turísticos para conocer el volumen de llegadas de turistas. Dos de esas encuestas, la de ocupación hotelera y la de ocupación en apartamentos turísticos, permiten evaluar cuantitativamente la demanda de viajeros de Benalmádena, con indicadores como la cifra total de turistas, el grado de ocupación, la estancia media y las pernoctaciones, desagregadas en meses. No obstante, se puede considerar que estas encuestas consiguen reflejar una parte de la realidad turística y necesita complementarse con nuevas fuentes de información que aporten una visión más completa.

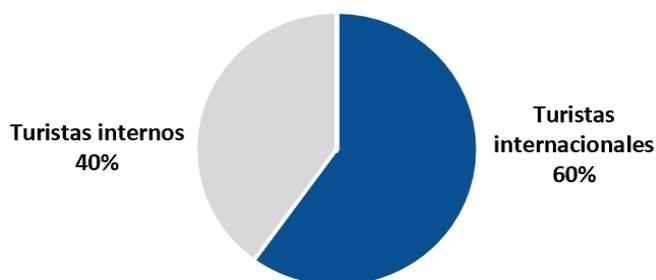
El propio INE (2024c)⁴⁷ viene desarrollando nuevas fuentes experimentales para conocer con mayor profundidad la demanda turística en España. De esta forma, junto a otros organismos oficiales y los datos de las tres principales operadoras de telefonía móvil de España, ofrecen una medición del turismo basada en la captación de datos móviles con las que conocer las llegadas y movimientos de turistas nacionales y extranjeros con una desagregación mensual, desde julio de 2019 hasta la actualidad. Gracias a estos datos, se puede realizar una mejor estimación de las llegadas de turistas a Benalmádena que complementará la situación que reportan las fuentes estadísticas consideradas como más clásicas.

Junto a ella, a escala andaluza y local, existen otras herramientas, una impulsada por la Oficina del Dato y otra por Turismo y Planificación Costa del Sol, que hacen uso de los datos de fuentes estadísticas clásicas (datos estructurados) y de fuentes comerciales (datos no estructurados) organizados en un Big Data: es el caso de Andalucía SmartData y Big Data Costa del Sol. Son especialmente relevantes en esta materia porque incorporan datos de portales como Airbnb y AirDNA, los cuales proporcionan información sobre la comercialización de viviendas de uso turístico tales como el grado de ocupación o una estimación de los ingresos generados por las viviendas turísticas.

Análisis de la demanda

Benalmádena recibió entre julio de 2019 y junio de 2024 un total de 3,20 millones de turistas. Teniendo en cuenta la procedencia de los mismos, la figura 6 muestra la relevancia del turista internacional en Benalmádena frente al nacional, pues aproximadamente 6 de cada 10 proceden del extranjero.

Figura 6. Procedencia porcentual de turistas que llegan a Benalmádena (2019-2024)



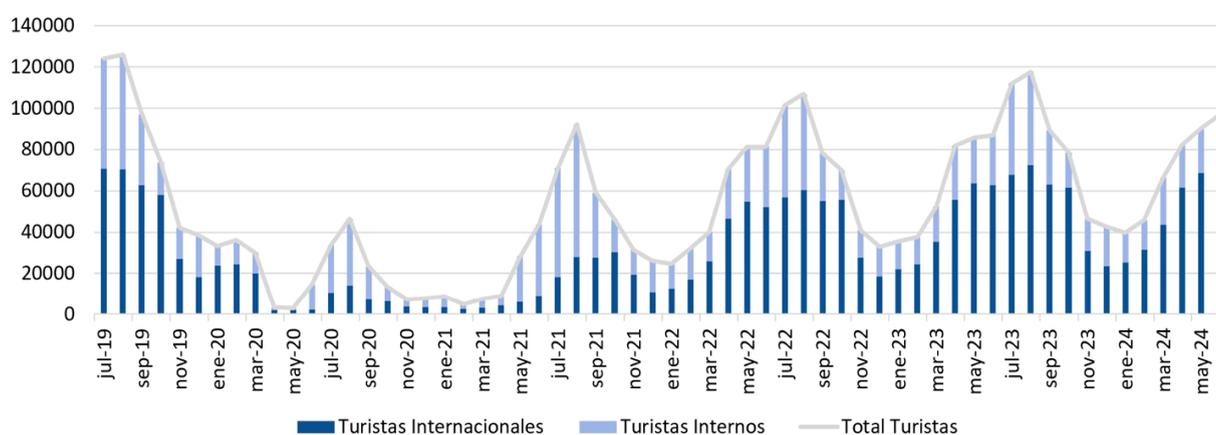
Fuente: Elaboración propia a partir de INE (2024).

⁴⁷ Instituto Nacional de Estadística (2024c). *Estadística experimental. Medición del turismo a partir de teléfonos móviles*. https://www.ine.es/experimental/turismo_moviles/experimental_turismo_moviles.htm

Por su parte, la figura 7 representa la evolución mensual del número de turistas de Benalmádena, que evidencia la reducción del número de turistas (internacionales e internos) que trajo consigo la pandemia entre 2020 y 2021.

Los meses de verano reflejan los picos de llegadas, especialmente julio y agosto, seguidos de fuertes caídas con valores mínimos en enero y febrero. En 2023, el último año completo con datos, julio y agosto concentraron el 27% de los turistas, y si se tiene en cuenta también septiembre, la cifra alcanza un 37%. En lo que respecta a cifras totales, el 2023 representa el mejor año de la serie hasta el momento, teniendo en cuenta que los datos de 2019 van desde julio a diciembre y los del 2024 desde enero a julio.

Figura 7: Evolución del número mensual de turistas por procedencia (julio 2019 - junio 2024)



Fuente: Elaboración propia a partir de INE (2024c).

Los efectos de la pandemia se dejaron notar tanto en las llegadas totales como en el indicador de estacionalidad de Benalmádena. La relajación de las restricciones a partir del verano de 2020 dispara el indicador para el turismo interno, normalizándose la cifra en los años posteriores. Si bien la estacionalidad de la demanda de los mercados nacionales ha sido tradicionalmente mayor que la de los mercados internacionales, la pandemia intensificó este efecto debido a las restricciones y medidas sanitarias implementadas. A partir del año 2022, se aprecia que el indicador en cuestión se reduce para ambos mercados.

Tabla 8: Indicador de estacionalidad en Benalmádena y España (2020-2023)

Indicador de estacionalidad	Tipo de turismo	2020	2021	2022	2023
Benalmádena	Total	40,90%	51,90%	37,70%	36,80%
	- Turismo internacional	26,60%	45,10%	35,60%	34,90%
	- Turismo interno	51,10%	56,2%	41,30%	40,80%
España	Total	58,00%	48,00%	36,00%	33,00%

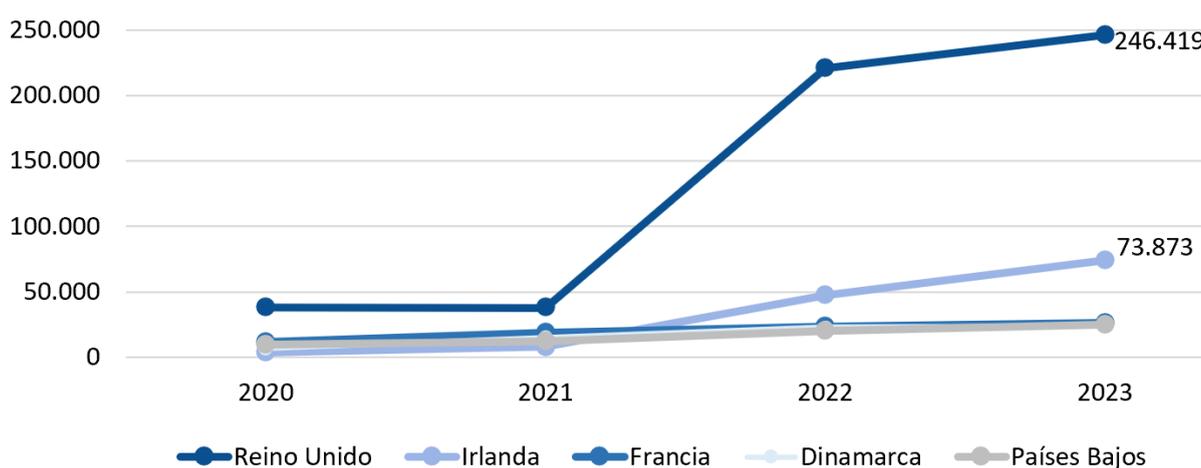
Fuente: Elaboración propia a partir de INE (2024c).

En cuanto a los mercados emisores de turistas, en el ámbito internacional se han mantenido relativamente estables a lo largo de los últimos años, con ligeras fluctuaciones motivadas por la pandemia, pero sin grandes modificaciones. Reino Unido se constituye como el principal mercado internacional de Benalmádena: casi la mitad de los turistas extranjeros de los últimos dos años tenía este origen (promedio: 44%). El resto de las nacionalidades hasta la quinta más habitual se comparte entre Irlanda, Francia, Países Bajos y, de forma compartida, Dinamarca y Bélgica, dos mercados que ganaron peso durante la pandemia pero que han ido abandonando el destino.

En general, la procedencia mayoritaria de los turistas extranjeros de Benalmádena responde al mercado europeo, teniendo que descender hasta la posición 15 en el acumulado de viajeros de 2019 hasta 2024 para encontrar un mercado de larga distancia: Estados Unidos, que apenas supuso el 1% del total de turistas extranjeros del 2023. Los siguientes apenas rozan esta cifra ese mismo año: Canadá (0,8%), Argentina (0,4%) y China (0,1%).

Según los datos del Observatorio Turístico de la Costa del Sol, Londres, Liverpool, Mánchester y Newcastle fueron las cuatro ciudades de origen más importantes de los turistas británicos que llegaron a la Costa del Sol (Turismo y Planificación Costa del Sol, 2024).

Figura 8: Principales países emisores de turistas de Benalmádena (2020-2023)

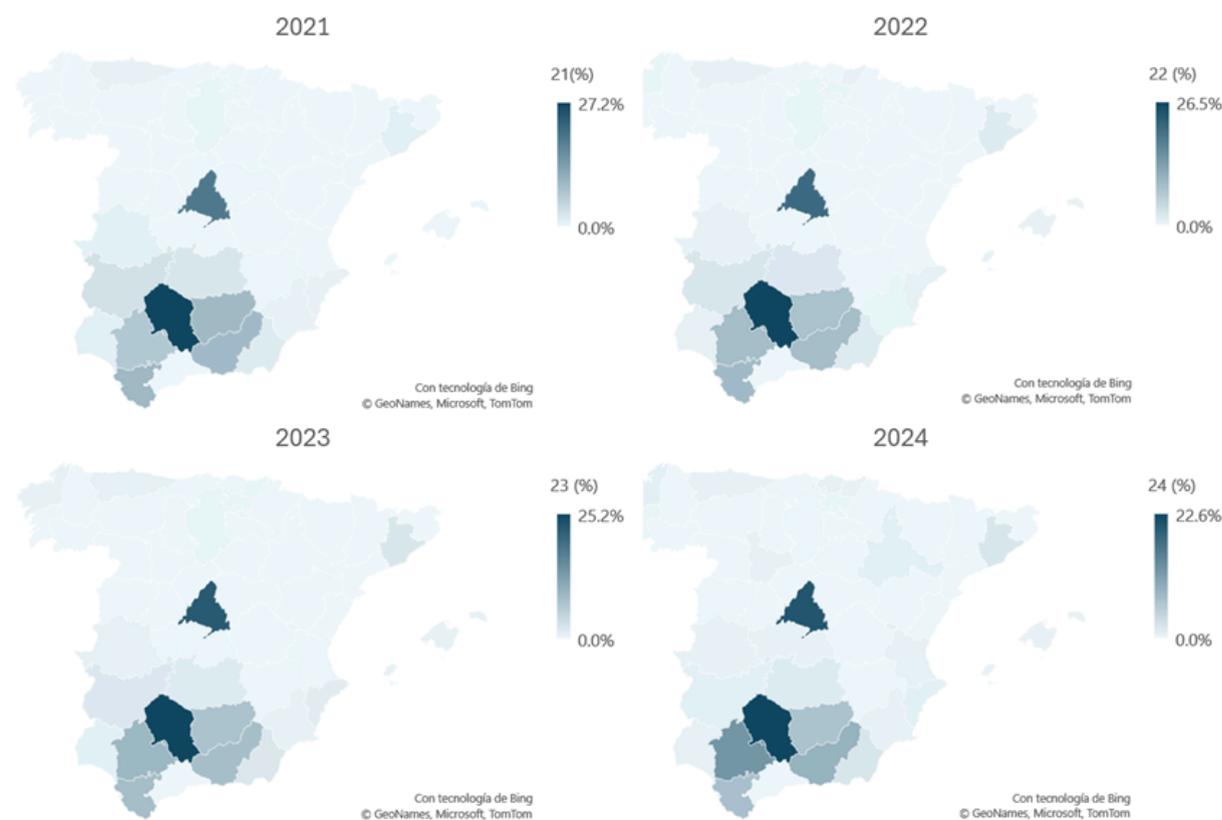


Fuente: Elaboración propia a partir de INE (2024c).

En lo que respecta al turismo interno, según el INE (2024c), la procedencia principal de los turistas de Benalmádena es Córdoba, seguida de Madrid. Ambas provincias concentran casi la mitad de las llegadas de turistas residentes en España, un 48% (25% de Córdoba y 23% de Madrid en los últimos 2 años). Las siguientes posiciones están compartidas entre las provincias de Cádiz, Sevilla y Granada, las cuales sumadas a las dos primeras concentran casi tres de cada cuatro turistas españoles en Benalmádena (73% en 2022 y 2023). De ello se puede deducir el protagonismo del mercado de proximidad en el municipio, superior a la media de la provincia de Málaga, que recibe en torno a un 43% de turistas andaluces de acuerdo con los datos de Turismo Costa del Sol, 2024⁴⁸.

⁴⁸ Turismo y Planificación Costa del Sol (2024). *Big data: caracterización de la demanda turística de la Costa del Sol*. https://www.costadelsolmalaga.org/bigdata/com1_tc-364281/caracteristicas-de-la-demanda

Mapa 2: Procedencia del turismo interno de Benalmádena (2021-2024)

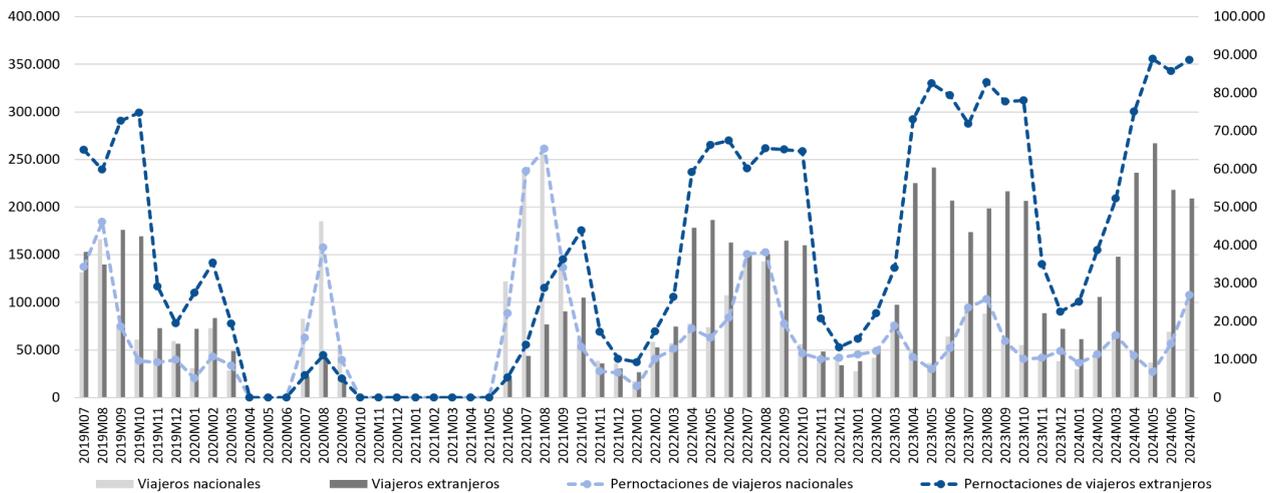


Fuente: INE (2024c).

En la demanda de alojamiento tradicional, Benalmádena se comporta de forma similar a los destinos de su contexto geográfico. El municipio destaca por su capacidad de plazas de hoteles y apartamentos, ocupando la tercera y cuarta posición, respectivamente, de la Costa del Sol. Desde julio de 2019 hasta el mismo mes de 2024, exceptuando la pandemia, los viajeros alojados en hoteles de Benalmádena fueron principalmente de procedencia extranjera, al abarcar un 61% del total de turistas y el 71% de las pernoctaciones registradas en el territorio.

En lo que respecta a los turistas residentes en España, estos representaron el 39% del total con solo el 29% de las pernoctaciones, lo que revela que el turista interno visita menos Benalmádena y se decanta por una estancia de menor duración en el destino. El acumulado de viajeros revela el importante parón a causa de la crisis sanitaria del COVID-19, la recuperación posterior del sector y los mencionados ciclos de estacionalidad, con dos observaciones: el 2021 supuso el mejor año desde antes de la pandemia para el viajero nacional, disminuyendo en los años sucesivos; y por su parte, el turista internacional continúa presentado una clara tendencia creciente desde el mencionado año 2021.

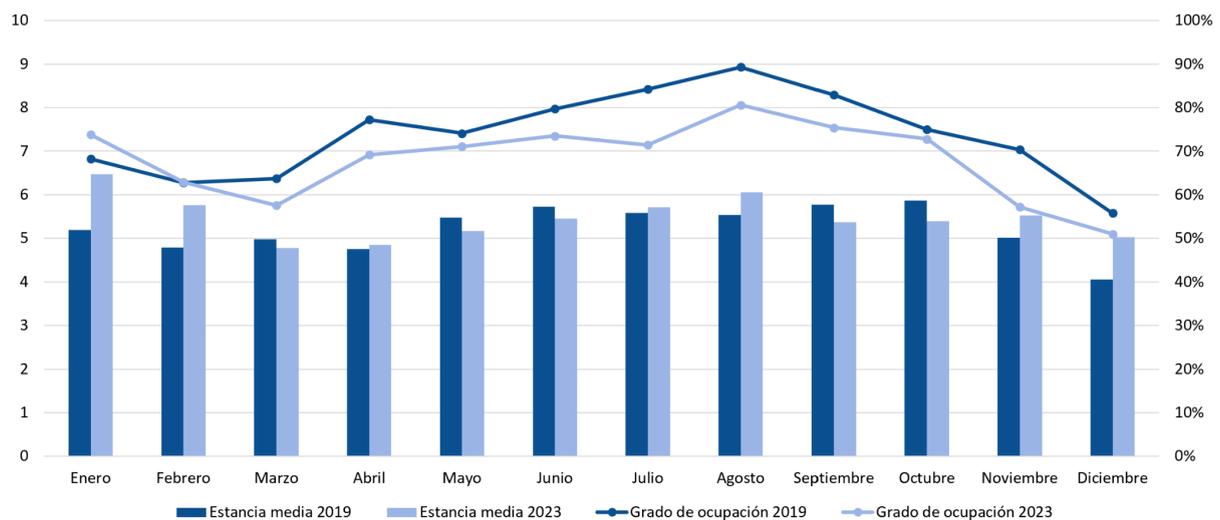
Figura 9: Viajeros y pernoctaciones de turistas nacionales y extranjeros en establecimientos hoteleros (julio de 2019 - julio de 2024)



Fuente: INE (2024d⁴⁹).

El grado de ocupación de estos viajeros, las últimas cifras siguen sin igualar las de 2019. En 2023, el grado de ocupación por plazas medio anual alcanzó el 69%, con puntos máximos a mediados de verano y comienzos de otoño, donde destacan el 80,6% de agosto y el 75,4% de septiembre, ambos superiores a la ocupación de junio y julio, un 73,5% y un 71,4% respectivamente. La estancia media, por su parte, se mantiene estable respecto a 2019, llegando a incrementarse en el mes de mayor ocupación, agosto, que pasa de los 5,5 días en 2019 a los 6 días en 2023.

Figura 10: Comparativa del grado de ocupación por plaza y estancia media (días) cada mes en establecimientos hoteleros de Benalmádena en 2019 y 2023



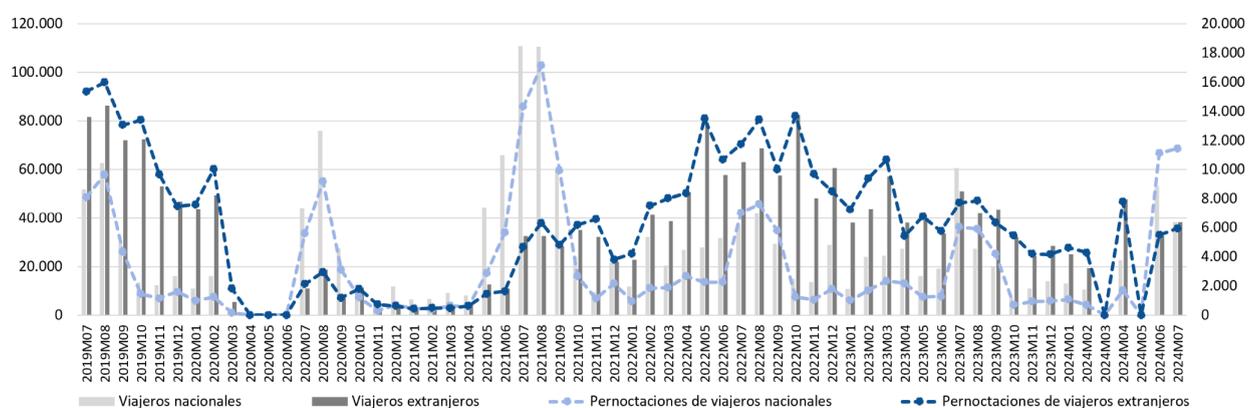
Fuente: INE (2024d).

⁴⁹ Instituto Nacional de Estadística (2024d). Encuesta de ocupación hotelera. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=ultiDatos&idp=1254735576863

En cuanto a la rentabilidad, los ingresos por habitación disponible (REVPAR) de los hoteles de Benalmádena ha tenido una tendencia ascendente, superando las cifras de 2019, situada en los 66,5€, en todos los trimestres del año, con una media en 2023 de 84,3€ y un tope máximo de 133€ en el tercer trimestre del año. No obstante, este incremento, que se sitúa en torno al 27%, debe interpretarse con cautela, dado que ocurrió en un contexto de inflación generalizada.

En lo que respecta a los apartamentos turísticos, desde verano de 2019 hasta julio de 2024 la proporción de viajeros y de pernoctaciones de turistas extranjeros es superior a la de turistas residentes en España. El acumulado de este período revela que el 57% de los viajeros son extranjeros, con el 65% de las pernoctaciones totales. Los nacionales supusieron el 43% de los alojados en apartamentos, con el 35% de las pernoctaciones.

Figura 11: Viajeros y pernoctaciones de turistas nacionales y extranjeros en apartamentos turísticos (julio de 2019 - julio de 2024)



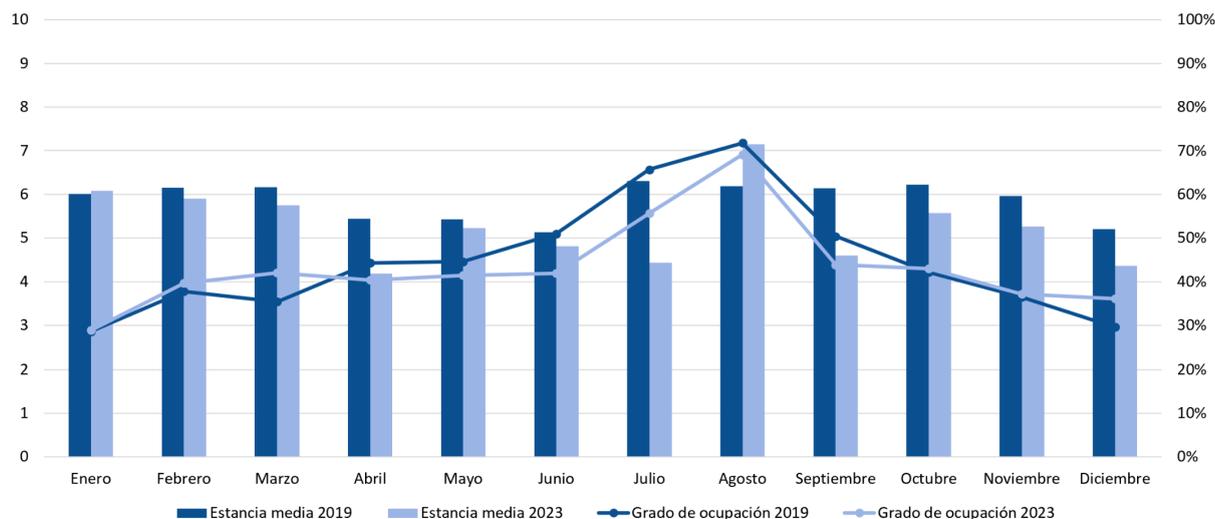
Fuente: INE (2024e⁵⁰)

Al igual que con las cifras del alojamiento hotelero, en la evolución temporal de la demanda en apartamentos turísticos se observan los efectos de la pandemia y el mismo patrón de estacionalidad turística, que está más definido para el viajero residente en España que para el internacional. No obstante, hay dos tendencias a tener en cuenta: (1) los viajeros extranjeros no igualaron en 2023 las cifras de 2022 ni las de 2019, reduciéndose prácticamente a la mitad sus viajeros de 2024 con respecto a 2019; y (2) los viajeros nacionales han tenido su máximo en 2021 para reducirse paulatinamente desde entonces, aunque las primeras cifras del verano de 2024 son positivas.

Tanto el grado de ocupación por plazas como la estancia media fueron, en líneas generales, inferiores en 2023 respecto a 2019. El grado de ocupación promedio de 2023 se situó en el 43% con una estancia media de 5,3 días. Los valores más altos en ambos casos se registraron en agosto, donde es especialmente relevante la estancia media de 2023, que sí supera la de 2019 en un día completo, situándose en los 7,2 días.

⁵⁰ Instituto Nacional de Estadística (2024e). Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176962&menu=resultados&idp=1254735576863

Figura 12: Comparativa del grado de ocupación por plaza y estancia media (días) cada mes en apartamentos turísticos de Benalmádena en 2019 y 2023

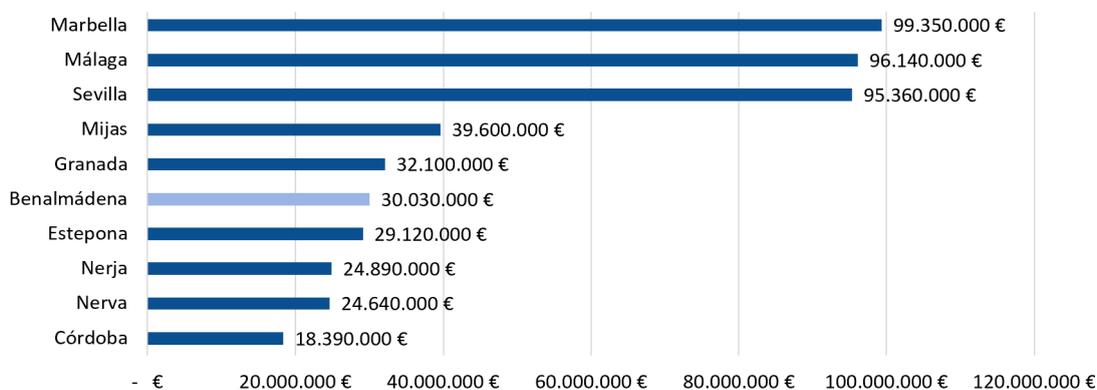


Fuente: INE (2024e).

Demanda de viviendas de uso turístico

Gracias a las nuevas fuentes de datos existentes, es posible conocer el rendimiento de las viviendas de uso turístico. Benalmádena registra una proporción elevada de esta modalidad alojativa, con casi el 60% de la oferta de plazas disponibles (58,7%), el cuarto municipio en número de plazas VUT de Andalucía, en un ranking copado principalmente por municipios de la Costa del Sol.

Figura 13: Ránking de ingresos de las VUT en Andalucía en 2023 (arriba)



Fuente: elaboración propia con datos de Andalucía Smart Data (s.f.)⁵¹.

Por ingresos, Benalmádena ocupa la sexta posición del conjunto de destinos andaluces, con un máximo de 30 millones de euros alcanzado en 2023, lo que culmina un proceso de crecimiento de ingresos solo perturbado por la pandemia en 2020. En lo que respecta a la ocupación de las VUT, 2023 fue el mejor año hasta el momento, con un 68,7%. El resto de los años, la cifra se mantiene estable, en la horquilla del 64-65% de ocupación -exceptuando 2020 que marca el mínimo con un 54%. Otras fuentes cifran el grado de ocupación en función de la comercialización de viviendas en

⁵¹ Smart Data Andalucía (s.f.). Datos. <https://smartdata.andalucia.org/>

plataformas como Airbnb, situándolo en torno al 75% en 2022 y el 85% en 2023, en línea con los valores de la provincia (Turismo y Planificación Costa del Sol, 2024).

Tabla 8: ingresos anuales y grado de ocupación de las VUT en Benalmádena (2018-2024)

Año	Ingresos	Ratio de ocupación
2024	4.760.000€	66,80%
2023	30.030.000€	68,66%
2022	24.860.000€	66,52%
2021	12.760.000€	62,47%
2020	10.370.000€	54,10%
2019	18.990.000€	64,05%
2018	15.360.000€	64,87%

Fuente: elaboración propia a partir de Andalucía Smart Data (s.f.).

Perfil del visitante de la Costa del Sol

Dada la escasa información de los turistas en Benalmádena, y conociendo este municipio es un destino prototípico de la Costa del Sol, analizamos la demanda del año 2023 (Turismo y Planificación Costa del Sol, 2024)⁵², como forma de aproximarnos a las características de los turistas de Benalmádena.

El año 2023 los turistas que nos visitaron se encontraban empleados en un 88% de los casos; el 12% restante lo componen jubilados (7%), estudiantes (3%) y personas en otras situaciones

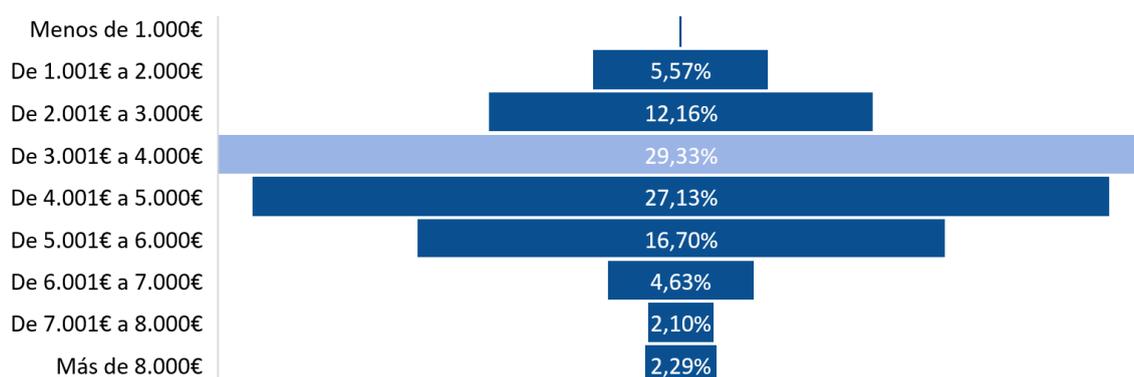
La edad media del turista es de 44 años, siendo las dos cohortes de edad más habituales las comprendidas entre los 40-49 y 50-59 años. También son representativas las más jóvenes, especialmente las de 30 a 39 años.

El poder adquisitivo más frecuente oscila entre los 3.000€ y 5.000€ mensuales (56,46%) y posteriormente, el rango compuesto por 5.000€-6.000€ (16,7%) y 2.000€-3.000€ (12,16%). Los umbrales de ingresos superiores a los 6.000€ al mes, acumulan el 9% del total, por lo que se puede deducir que el perfil de turista predominante en la provincia y la Costa del Sol son los viajeros que se corresponden con la clase media y alta.

Los turistas de la provincia y la Costa del Sol optaron por viajar principalmente en pareja y con familiares en el 82% de los casos: en concreto, un 46% y 37% respectivamente. El resto de las opciones cuentan con una presencia más limitada, aunque cabe destacar los viajes con amigos al abarcar un 14% del total, mientras que, el 4% restante se corresponde con turistas que viajan solos. Más de la mitad de las llegadas a la Costa del Sol se realizan por avión; la segunda forma más habitual es el vehículo privado. Ambas modalidades de transporte representan 9 de cada 10 viajes.

⁵² Turismo y Planificación Costa del Sol (2024). *Balance Turístico 2023*. <https://www.costadelsolmalaga.org/visor/427370/gs-293/balance-turistico-2023>

Figura 14: Nivel de ingresos de la unidad familiar de los turistas (2023)



Fuente: Turismo y Planificación Costa del Sol (2024).

Sobre cómo se organizan, el 92% de los turistas preparan sus viajes de forma particular: el 71% utilizó internet para informarse sobre el viaje, el 28% lo hizo a través de amigos y familiares y el 28% se basó en su propia experiencia. El 50% de los turistas organiza su viaje con entre 15 días y 2 meses de antelación; otro 33% lo organiza con una antelación superior a 2 meses, mientras que el 12% restante lo organiza con menos de 15 días de antelación o aprovecha viajes de último minuto.

El gasto medio diario de estos turistas asciende a los 173€, una cifra sustancialmente superior a la de años anteriores, incluso el periodo previo a la crisis sanitaria. Este incremento, aunque multifactorial, probablemente se debe a las subidas en los costes y precios del alojamiento, combustible y a la mayor proporción de turistas extranjeros con respecto a años anteriores. De manera que el presupuesto medio por viaje se sitúa en los 1.089€ durante el año 2023.

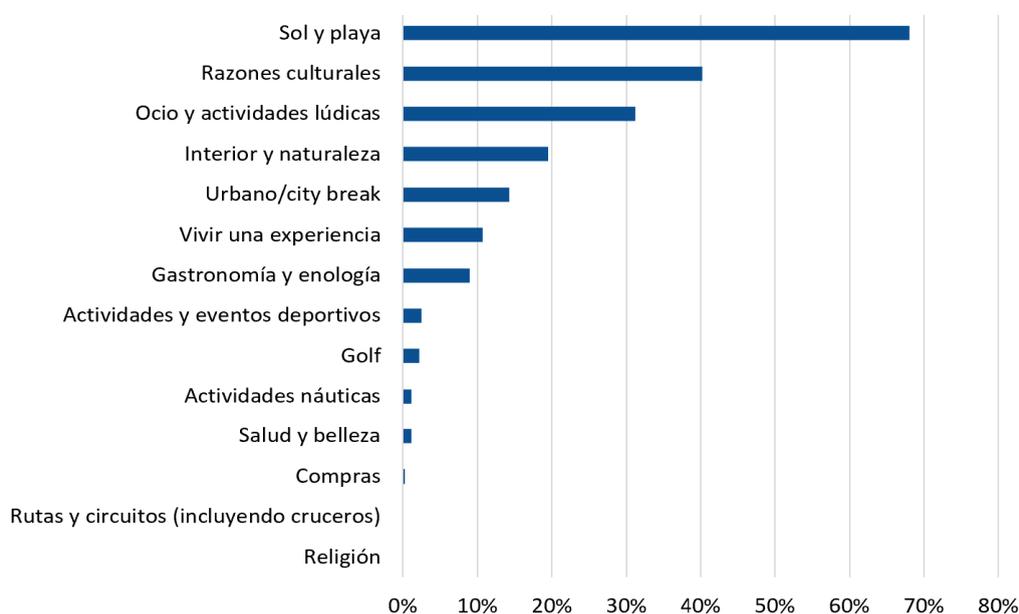
El principal motivo para viajar para casi la totalidad de turistas de la Costa del Sol fue el ocio y las vacaciones. Dentro de esta categoría, la principal forma de ocio que motiva el viaje fue el sol y playa (68,1%), seguida de la cultura (40,2%) y las actividades lúdicas (31,2%). También tienen peso las opciones de naturaleza y el interior de la provincia (19,5%) y el turismo urbano (14,3%). Como factores de decisión para elegir su destino, el clima, las playas y la oferta turística se sitúan como los tres principales factores, a los que se une la relación calidad-precio, el atractivo de los recursos y la diversidad en las opciones de ocio. Ambos resultados, motivaciones y factores de elección, son prácticamente idénticos entre 2022 y 2023. Cabe mencionar que Benalmádena es el quinto municipio más visitado por los turistas que llegan a la provincia y la Costa del Sol, lo que es relevante ya que el 53% de los turistas de la Costa del Sol visitan 2 municipios o más en sus viajes.

Los turistas que visitan la Costa del Sol califican los destinos visitados con 8,4 puntos sobre 10, una cifra que se mantiene estable con respecto a años anteriores. En cuanto a los elementos del destino visitado, la restauración y la seguridad son los que mejor puntuación reciben (8,6 y 8,5 puntos). Todos los elementos están especialmente bien valorados, con puntuaciones superiores al 8: de hecho, el 36% encuentra todos los aspectos del destino satisfactorios. La única excepción la constituyen la limpieza y la accesibilidad para personas con discapacidad, puntuada con un 7,9 y 7,8 respectivamente.

El 60% de los turistas lo ha hecho al menos 2 o más veces, lo que implica una tasa de retención de viajeros elevada. El 40% restante la ha visitado por primera vez. Cuando los turistas son preguntados

si volverán en el futuro, casi el 80% responde que piensa volver, y casi el 99% de los mismos recomendaría el destino.

Figura 15: Principales motivaciones de ocio para viajar a la Costa del Sol en 2023



Fuente: Turismo y Planificación Costa del Sol (2024).

En cuanto a los principales competidores con respecto al destino de la Costa del Sol visitado, los principales lugares mencionados son Granada, la costa de Cádiz, Valencia, Canarias y la Costa Blanca. Los turistas tienen elecciones principalmente en el mercado nacional, puesto que el primer destino internacional es Francia, en la décima posición. Por su parte, en el caso de destinos internacionales competidores, los más mencionados son Portugal, Italia, Francia y Turquía, seguido de lejos por Grecia. Resalta que de los principales 8 destinos internacionales mencionados, 7 se corresponden con el ámbito mediterráneo europeo y norteafricano, mientras que uno se refiere a un destino de larga distancia, el Caribe.

3.2.6. Promoción y comercialización del destino

Promoción de Benalmádena en la web

La promoción de Benalmádena se lleva a cabo a diferentes escalas. Benalmádena cuenta con una web oficial de turismo⁵³, que ofrece información sobre playas, alojamientos, eventos y puntos de interés del municipio. La web de Costa del Sol⁵⁴ también incluye un espacio dedicado a la ciudad donde es posible la consulta de restaurantes, alojamientos, eventos, atracciones y actividades turísticas. Desde la provincia, a través de la Diputación⁵⁵, además de información general, pone a disposición un buscador de recursos turísticos englobados en cuatro categorías principales: patrimonio, naturaleza, tradición y ocio. A nivel autonómico, desde Andalucía Turismo⁵⁶ se promociona Benalmádena destacando ciertos recursos y ofreciendo la posibilidad de seleccionar

⁵³ Benalmádena Turismo (s.f.). *Disfruta Benalmádena*. <https://turismo.benalmadena.es/>

⁵⁴ Costa del Sol (s.f.). *Benalmádena*. <https://www.visitacostadelsol.com/destinos/pueblos-de-la-costa-malaguena/benalmadena-p9401>

⁵⁵ Diputación de Málaga (s.f.). *Benalmádena*. <https://www.malaga.es/es/laprovincia/localizacion/3325/cnl-157/benalmadena>

⁵⁶ Andalucía.org (s.f.). *Benalmádena*. <https://www.andalucia.org/es/benalmadena>

territorios dentro de la ciudad con detalle. En el ámbito nacional, la página web del Portal de turismo oficial de España⁵⁷ ofrece una visión general de que ver y hacer en Benalmádena.

Promoción en folletos, material promocional tradicional

En la oficina de turismo de Benalmádena se dispone de una amplia gama de recursos informativos, entre ellos material propio, como planos y guías turísticas, accesibles tanto en formato físico en la oficina como en la página web. La última guía data del año 2022⁵⁸ y se encuentra traducida a cuatro idiomas (español, francés, alemán e inglés). En ella se dedica un espacio a cada zona del municipio (Benalmádena Pueblo, Benalmádena Costa y Arroyo de la Miel). Entre los productos turísticos son mencionados en la guía el ocio, el deporte, naturaleza, compras, golf, gastronomía, fiestas y tradiciones. Entre los recursos se destacan Puerto Marina y sus playas. En ella se incluye también un plano de la ciudad, donde se resaltan 67 atractivos turísticos y otro plano especializado en senderos. También aparece promocionado la oferta de alojamiento del destino, así como otros servicios de interés para el turista como puede ser hospitales y centros de salud, taxi, policía, entre otros.

Marca turística

La marca de Benalmádena se renueva recientemente a nivel institucional, haciendo hincapié en un símbolo de la ciudad, la Niña de Benalmádena (Figura 16). Sin embargo, se ha identificado que no existe tras el *rebranding* una coherencia en su identidad corporativa, ya que se utilizan otros logotipos indistintamente, como es el caso del que se muestra en la Figura 17. Esta falta de uniformidad puede generar confusión y afectar la claridad en la comunicación institucional. En el caso de una marca turística, no se encuentra actualmente una marca que se utilice únicamente para la promoción del destino turístico.

La principal promoción se realiza a través de la marca "Costa del Sol", la cual a través de su ente gestor, Turismo y Planificación de la Costa del Sol se encarga de realizar una comercialización conjunta de los productos de los municipios que la integran. La pertenencia de Benalmádena a esta marca le proporciona grandes ventajas, ya que se trata de una marca con un reconocimiento internacional, permitiéndole acceder a campañas y ferias, cuyo coste no sería accesible de manera individual. Pese a esto, se corre el riesgo de que la marca e imagen individual de Benalmádena se atenúe y quede opacada por esta comercialización conjunta.

Figura 16. Nueva marca de Benalmádena



Fuente: Ayuntamiento de Benalmádena.

También es importante señalar la no continuidad y variabilidad de las marcas utilizadas en los últimos años. En 2012, se usa una marca acompañada de un eslogan con la que se hace hincapié en

⁵⁷ Spain.info (s.f.). *Turismo en Benalmádena*. <https://www.spain.info/es/destino/benalmadena/>

⁵⁸ Ayuntamiento de Benalmádena (s.f.a). *Guía Turística*. <https://www.benalmadena.es/files/docs/turismo-guia-2022.pdf>

que Benalmádena es algo más que sol y playa donde se destacaba la amplia variedad de infraestructuras de ocio existentes. En 2018, Benalmádena decide utilizar un nuevo logo para promocionar Benalmádena desde lo local e identitario, acompañado del eslogan Benalmádena Elige Soñar.

Figura 17. Marca utilizada por el Ayuntamiento



Fuente: Ayuntamiento de Benalmádena.

Figura 18. Antiguas marcas de Benalmádena



Fuente: Ayuntamiento de Benalmádena.

Benalmádena creó también su propio logo o imagen dentro de su estrategia para 2025. Para ello, se basó en la inclusión de un elemento significativo del municipio como es una de las torres vigías que se conservan.

En conclusión, aunque las marcas anteriores del Ayuntamiento no han mantenido continuidad, esta situación representa una oportunidad para establecer una identidad corporativa sólida y coherente a largo plazo. La implementación de un manual de identidad corporativa podría garantizar un uso consistente de la nueva imagen institucional, evitando confusiones y reforzando el posicionamiento de la marca. Esto permitiría al Ayuntamiento mejorar su comunicación con los ciudadanos y proyectar una identidad más moderna y unificada. En la planificación previa ya se contempla reforzar la marca de "Benalmádena Turismo", estableciendo una misión y visión clara, pero aún no se encuentra implementada.

Ferías

El Ayuntamiento de Benalmádena tradicionalmente asiste a las ferias de turismo programadas por "Turismo y Planificación Costa del Sol" en su Plan de Acción de Turismo de 2024, así como a otras ferias bajo el paraguas de Turismo Andaluz. En 2023 ha asistido a las siguientes ferias compartiendo stand de la Costa del Sol: Fitur Madrid, Salon de Vacances de Bruxelles, ITB Berlín, Expovacaciones de Bilbao, B-Travel de Barcelona, IFTM Paris, World Travel Market Londres. En 2024 se estipula la asistencia a un conjunto de ferias que resultan interesantes: MATKA Helsinki, ITB Berlín, Expovacaciones de Bilbao, B-Travel de Barcelona, IFTM Paris, World Travel Market Londres, Fitur Madrid.

Tabla 9. Asistencia a ferias y segmento de atracción

Fecha	Feria	País
19 al 23 enero	MATKA	Finlandia
24 al 28 enero	FITUR	Internacional
5 al 7 marzo	ITB BERLÍN	Internacional
23 al 25 marzo	B-TRAVEL	España
10 al 12 mayo	EXPOVACACIONES	España
Septiembre-Octubre	IFTM-TOP RESA	Francia
Noviembre	WTM	Internacional

Fuente: Plan de Acción Turismo Benalmádena (2024).⁵⁹

Eventos

La promoción de eventos que contribuyan a satisfacer necesidades de diferentes colectivos y mercados emisores, así como a todos los ciudadanos de Benalmádena es una de las prioridades del municipio. Por ello, integra las fiestas tradicionales de otros países en su programa cultural. Entre ellas se destacan San David (Gales), San Patricio (Irlanda), San Jorge (Inglaterra) y el Día nacional de Noruega, como anteriormente se ha comentado.

Redes sociales Benalmádena

La promoción del turismo a través de redes sociales se lleva a cabo a través de Facebook con la cuenta Benalmádena Turismo, que alcanza 11.000 seguidores. Además posee una cuenta en Instagram con 10.000 seguidores bajo la denominación de @turismobenalmadena. En total, con las redes sociales mencionadas se estima un alcance de 110.000 personas.

El Ayuntamiento de Benalmádena dispone de una cuenta de Twitter @BenalmadenaAyto. Sin embargo, la cuenta de X (antiguo twitter) oficial de Benalmádena destinada a informar sobre el turismo @TuBenalmadena no tiene actividad actualmente.

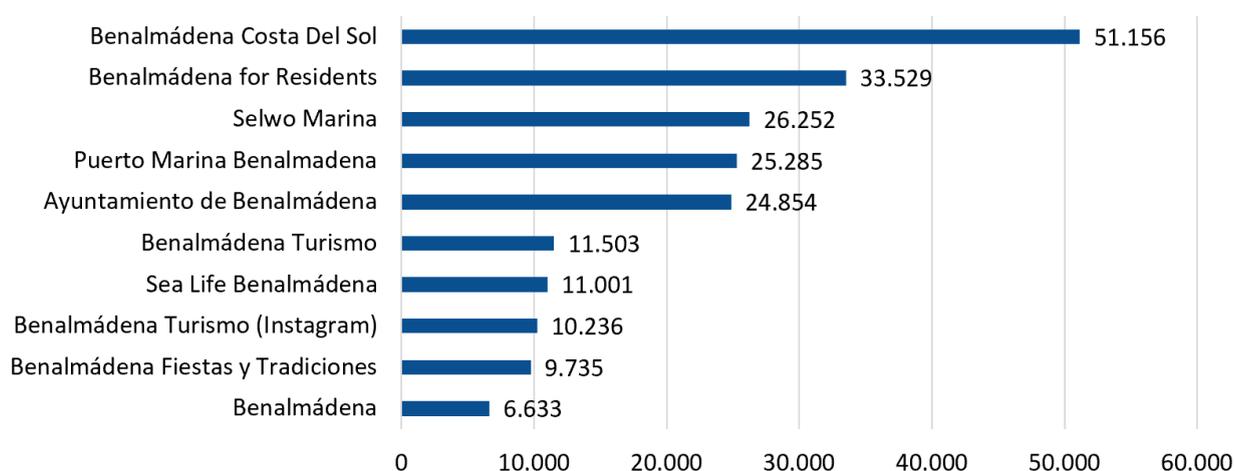
El Ayuntamiento de Benalmádena cuenta con un canal de Telegram con el objetivo de facilitar el acceso a la información municipal a la ciudadanía. A través del canal, se puede obtener información actualizada sobre el municipio como son actividades, eventos, comunicados y noticias de interés⁶⁰. Además, el Ayuntamiento cuenta con Whatsapp como un canal directo para que los ciudadanos puedan comunicar incidencias en la vía pública.

En el siguiente gráfico se puede observar qué cuentas destacan por orden de seguidores en el territorio en Facebook, Youtube e Instagram. Para ello han sido seleccionadas aquellas cuentas oficiales gestionadas por el Ayuntamiento y las asociadas a algún recurso mencionado en los apartados anteriores.

⁵⁹ Ayuntamiento de Benalmádena (2024). Plan de Acción de Benalmádena. <https://www.benalmadena.es/turismo/plan-de-accion-benalmadena-2024.pdf>

⁶⁰ Telegram (s.f.). Ayuntamiento de Benalmádena. <https://t.me/ayuntamientobenalmadena>

Figura 19. Perfiles de redes sociales con más seguidores



Fuente: Elaboración propia a partir de Fan page Karma.

Entre ellas se aprecia, como la mayoría son gestionadas por el Ayuntamiento, siendo interesante la presencia en segunda posición de la página de Facebook de la Delegación de Residentes Extranjeros y en sexto lugar la de Benalmádena turismo.

En cuanto a recursos turísticos destacan en esta línea son Puerto Marina, Selwo Marina y Sea Life. También con un número de seguidores más moderado aparecen recursos relacionados con el deporte como es el caso del club de hockey y el club de triatlón, así como otros de carácter cultural como la parroquia de la Virgen del Carmen y el Museo de Arte Precolombino Felipe Orlando.

Entre estos perfiles se muestran a continuación un análisis detallado de la actividad de las 10 cuentas con mayor número de seguidores durante tres meses, de abril a junio de 2024.

Tabla 10. Perfiles de redes sociales con más seguidores

Perfil	Seguidores	Crecimiento de seguidores (%)	Interacción de publicaciones (%)	Public./día
Benalmádena Costa Del Sol	51.156	-	0,62%	0,17
Benalmádena for Residents	33.529	2,49%	0,78%	1,78
Selwo Marina	26.252	0,66%	0,05%	0,39
Puerto Marina Benalmadena	25.285	-	0,02%	0,05
Ayuntamiento de Benalmádena	24.854	1,38%	0,1%	4,34
Benalmádena Turismo	11.503	1,75%	0,8%	0,40
Sea Life Benalmádena	11.001	-0,05%	0,05%	0,39
Benalmádena Turismo (Instagram)	10.236	5,89%	0,68%	0,39
Benalmádena Fiestas y Tradiciones	9.735	2,68%	0,22%	1,39
Benalmádena	6.633	-	0,02%	0,05

Fuente: Elaboración propia a partir de Fan page Karma.

Reputación *online*: recursos turísticos

La Reputación *online* se analiza a partir de las opiniones que los usuarios comparten en los sitios webs, a modo de reseña de los diferentes productos y servicios que se encuentran en el destino. El análisis realizado sobre la reputación *online* del destino turístico Benalmádena, se apoya principalmente en datos provistos por el portal web de Tripadvisor. Este estudio se enfoca principalmente en la percepción que han tenido los turistas al visitar los atractivos de la ciudad y cómo a partir de estas opiniones se ha ido construyendo la reputación *online* de Benalmádena como destino.

En el ranking de atractivos más populares en la ciudad destacan productos relacionados con el ocio, de carácter cultural, así como sus playas y Puerto deportivo. Según la muestra de recursos seleccionada, la reputación *online* de Benalmádena según Tripadvisor es de 4,24 sobre 5 y de 4,35 según Google. Esto refleja que la experiencia de los turistas al visitar los atractivos de la ciudad ha sido satisfactoria. Además, se observa que solo unos pocos recursos concentran la mayoría de los comentarios. Esta alta concentración pone en riesgo a que otros recursos turísticos queden en un segundo plano, cuando el turista decide consultar información sobre actividades o elementos que visitar durante su estancia.

Tabla 11. Reputación *online* de recursos turísticos culturales y de ocio

Recursos turísticos	Valoración Tripadvisor	Nº comentarios	Valoración Google	Nº comentarios
Benalmádena Pueblo	4,5	2.967	-	-
Puerto Marina Benalmádena	4,5	8.673	4,5	32.917
Parque de la Paloma	4,5	6.730	4,6	24.117
Teleférico Benalmádena	4,5	3.824	4,5	2.855
Castillo Colomares	4,5	1.300	4,5	15.029
Mariposario	4,5	2.228	4,6	10.482
Selwo Marina	4	2.496	4	10.248
Jardín de las Águilas	4,5	352	4,6	654
Sea life Benalmádena	3,5	1.928	4,1	7.286
Estupa de la luz Benalmádena	4	1.192	4,6	3.852
Plaza España Benalmádena	4,5	411		-
Castillo de El Bil Bil	4	777	4,3	2.369
Iglesia de Santo Domingo	4,5	127	4,6	145
Plaza de Ole	4	211		-
Golf de Torrequebrada	4,5	790	4,4	1.426

Fuente: Elaboración propia a partir de Tripadvisor y Google Business Reviews.

Tabla 12. Reputación online de playas

Playas	Valoración Tripadvisor	Nº comentarios	Valoración Google	Nº comentarios
Playa Carvajal	4,5	195	4,5	395
Playa de Benalnatura	4	285	4,2	55
Malapesquera	4	184	-	-
Playa Arroyo de la Miel	4	237	4,4	3.351
Playa Torrevigía	4,5	63	4,4	92
Playa de Santa Ana	4	52	4,2	389
Playa de las Viborillas	4	51	3,9	147
Playa La perla	4	37	4,4	33
Playa Torrebermeja	4,5	27	3,7	13
Playa de las Yucas	4	90	4,4	94

Fuente: Elaboración propia a partir de Tripadvisor y Google Business Reviews.

Campañas de promoción y estrategias

Benalmádena, aunque no posea un Plan de Marketing turístico, en los últimos años ha potenciado la promoción turística, elaborando estrategias y campañas publicitarias. En 2022, el destino realiza como estrategia, la creación de cuatro nuevos sellos turísticos (naturaleza, gastronomía, ocio y deporte). Con ello se pretende dirigirse a mercados específicos que reduzcan la estacionalidad.

La promoción del comercio local también ha estado muy presente, culminando con la creación del Plan Estratégico para el comercio local y Artesanía de Benalmádena 2022-2027. En él se establecen como líneas estratégicas la elaboración de campañas para fomentar la compra de productos locales de calidad y conectar el comercio y el turismo. En el plan de acción de turismo de Benalmádena se contempla invertir en *merchandising* y material promocional con enfoque internacional. Asimismo, se pretende realizar viajes de familiarización para turoperadores internacionales e *influencers*. En el resto de planificación estratégica destaca la creación del Plan de Marketing digital “Benalmádena, pulmón verde de la Costa del Sol” y la creación de un banco multimedia de turismo experiencial.

En la tabla 13 se muestran las diversas campañas de promoción realizadas. Sin embargo, cabe señalar que se han creado otras adicionales de carácter publicitario en empresas de transporte turístico como es el caso de los autobuses turísticos de Málaga ciudad.

Tabla 13. Campañas de promoción realizadas

Fecha	Acción	Mercado	Producto
Verano 2024	Campaña de co-marketing con Jet2Holidays	Reino Unido	Multisegmento
A determinar	Campaña de co-marketing con MTS	Internacional	Multisegmento
Otoño/invierno	Campaña publicitaria en periódicos y revistas finlandeses	Finlandia	Multisegmento

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Acción Turismo del Ayuntamiento de Benalmádena (2024).

3.2.7. Estrategias y políticas actuales

Benalmádena cuenta con una amplia trayectoria de planificación estratégica y turística, aprovechando los mecanismos de mejora del destino procedentes de diferentes escalas administrativas, gracias a ello fue el primer destino andaluz en convertirse en Municipio Turístico en 2003. Esta estrategia se ha acentuado en los últimos años con los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) a partir de la COVID. Se han revisado los siguientes documentos por considerarse antecedentes relevantes para el sector turístico local:

- a) La Agenda Urbana 2030 de Benalmádena y su Plan de Acción (AU2030)
- b) El Plan de Sostenibilidad Turística en Benalmádena 2022-2025 (PSTD)
- c) Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrada (EDUSI) “Benalmádena: la Costa es Salud”
- d) El Plan de Calidad Turística de Benalmádena (PCTB) 2018-2023
- e) El Plan Estratégico para el Comercio y Artesanía Local (PCAL) de Benalmádena
- f) El Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de Benalmádena
- g) El Plan Municipal contra el Cambio Climático (PMCC) de Benalmádena

Tabla 14: Áreas y objetivos identificados en documentos de planes y estrategias de Benalmádena

Área	Objetivos
Sostenibilidad Ambiental y Territorial	<ul style="list-style-type: none"> ● Proteger el suelo natural restante del municipio de la urbanización ● Dirigir esfuerzos hacia un modelo territorial más inteligente, procurando un mejor equilibrio en la prestación de servicios públicos y en el control de la oferta alojativa ● Fomentar la rehabilitación de espacios urbanos con criterios de calidad y resilientes ● Valorizar los bienes culturales de Benalmádena, materiales e inmateriales
Transición Energética y Cambio Climático	<ul style="list-style-type: none"> ● Mitigar las causas del cambio climático: reducir emisiones y emplear energía limpia ● Mitigar los efectos del cambio climático en el municipio favoreciendo los espacios de sombra, los espacios verdes y la rehabilitación del parque edificado ● Incrementar los espacios verdes de Benalmádena ● Favorecer una movilidad sostenible y descarbonizada mediante el transporte público, los itinerarios peatonales y los carriles bici ● Gestionar eficientemente los recursos energéticos y naturales, especialmente el agua
Gobernanza, Gestión y Servicios Públicos	<ul style="list-style-type: none"> ● Digitalizar las áreas de gestión de la administración local y las relaciones entre ciudadanía y administración: gobernanza digital ● Favorecer una recogida de residuos eficiente y sostenible ● Minimizar la saturación de las vías de comunicación del municipio
Desarrollo Económico y Turístico	<ul style="list-style-type: none"> ● Diversificar y segmentar la oferta de experiencias turísticas para hacerla más competitiva, menos estacional, de más calidad y menos dependiente del sol y playa ● Profesionalizar el capital humano y empresarial del municipio en competencias clave: idiomas, digitalización, innovación y sostenibilidad ● Fomentar el asociacionismo empresarial y las relaciones de cooperación B2B ● Reactivar la economía de los entornos deprimidos e incentivar el relevo generacional
Comunidad local	<ul style="list-style-type: none"> ● Promover la inclusión de colectivos vulnerables en la vida y la actividad local ● Fomentar el emprendimiento en los sectores estratégicos para Benalmádena ● Fomentar las mejoras en la variedad y accesibilidad de equipamientos sociales

Fuente: Elaboración propia.

Dado su carácter integrador, la Agenda Urbana 2030 constituye la principal hoja de ruta para conocer el estado actual y las líneas futuras de Benalmádena como ciudad, y por tanto como destino turístico, por lo que ha sido el primer documento analizado.

1. La Agenda Urbana 2030 de Benalmádena

La Agenda Urbana 2030 (AU2030) de Benalmádena supone la continuación de la Agenda 21 Local, desplegada en las dos primeras décadas de los 2000. Supone un hito para Benalmádena porque constituye una de las tres agendas urbanas de la provincia seleccionadas por la Agenda Urbana Española como *Proyecto Piloto*. Esto le permite optar a financiación extra para cuatro Proyectos Motores, que son cuatro acciones especialmente transformadoras del municipio.

El resultado del diagnóstico realizado sobre Benalmádena permite a la AU2030 priorizar entre 36 líneas de actuación, ordenando la prioridad de lo que se considera más importante para el municipio. Estas líneas priorizadas son las que tienen que ver con el desarrollo de (i) entornos verdes, saludables y limpios, (ii) la gestión eficiente de los recursos naturales y la energía, (iii) y el desarrollo urbano sostenible, donde caben alternativas de turismo sostenible. Dado el volumen y el detalle de estas líneas de actuación, se opta por trasladar las tres más importantes de acuerdo a la priorización realizada por los agentes de la AU2030, junto con una visión conjunta de los Proyectos Motores.

Renaturalización urbana de Benalmádena

Incluye actuaciones de conservación, promoción y conocimiento de los espacios naturales de Benalmádena, la adecuación de sus senderos y caminos, la restauración del arbolado urbano y forestal, la creación e impulso de huertos urbanos y nuevas zonas verdes como el nuevo Parque Al-Baytar y la conexión de los diferentes espacios de Benalmádena con infraestructura verde. Se trata de una acción que se está desarrollando en diferentes fases y con diferentes instrumentos de financiación.

Mitigación y prevención del cambio climático

La exposición del municipio a los efectos de la crisis climática obliga al municipio a disponer de un Plan de Acción Contra el Cambio Climático, ya elaborado, donde se detalla un plan de acción con el que disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero por un lado, descarbonizando actividades como el transporte público y optimizando el consumo energético de las instalaciones públicas municipales, y donde se establecen directrices para acometer medidas de mitigación climática por otro, con especial énfasis en las que combaten las altas temperaturas.

Gestión sostenible del ciclo del agua

La reiteración de los períodos de sequía unido al déficit hídrico por la presión sobre este recurso hace que la gestión del agua sea uno de los objetivos de cualquier estrategia urbana y turística. Aunque Benalmádena cuenta con un porcentaje de pérdidas de agua en su red de suministro comparativamente más bajo que otros lugares (inferior al 17%), la preocupación por reducirlo representa una prioridad para el municipio. Para ello, está previsto realizar nuevas acometidas de agua que mejoren las existentes, implementar sistemas que incrementen la eficiencia del consumo, como riegos inteligentes, y aumentar la cantidad de agua reciclada que se utiliza para las labores de limpieza de la ciudad, entre otras cuestiones. Se tiene constancia de que Benalmádena está

trabajando de forma activa en este asunto, como da cuenta la canalización de aguas regeneradas para el riego de las avenidas Antonio Machado y Sol, ya adjudicadas para su ejecución.

Proyectos Motores

Los cuatro proyectos motores para Benalmádena son:

- PM01 – Renovación urbana de Benalmádena
- PM02 – Plan de Sostenibilidad Turística
- PM03 – Parque Al-Baytar
- PM04 – Plan Director de Instalaciones Deportivas

Todos los proyectos motores forman parte de diferentes estrategias en vigor para Benalmádena. El PM01 constituye el objetivo principal de la EDUSI de Benalmádena, centrando los esfuerzos de transformación y cualificación urbana en la franja costera del municipio. El diagnóstico de este espacio puede resumirse en la priorización del tráfico rodado frente a los itinerarios peatonales, los problemas de accesibilidad no resueltos, la alta intensidad de tráfico, la falta de estacionamiento y problemas derivados de los anteriores: ruido, falta de mobiliario urbano, ausencia de zonas de sombra, etc.

Por su parte, tanto el PM02 como el PM03 están estrechamente relacionados. El PM02 constituye la elaboración de un Plan de Sostenibilidad Turística, analizado en el siguiente apartado. Por su parte, el Parque Al-Baytar es una iniciativa que pretende dotar a Benalmádena de una zona verde de 210 hectáreas, constituyéndose como uno de los principales espacios verdes de la Costa del Sol. El PSTD cuenta con acciones que desarrollan este parque y uno de sus elementos destacados: el Jardín de los Sentidos, que da solución a la zona industrial de la antigua depuradora.

Por último, el PM04 constituye una herramienta de gestión que permite el mantenimiento de las infraestructuras deportivas y da respuesta a las demandas existentes y futuras. Uno de los objetivos prioritarios de este plan es garantizar un equilibrio adecuado en la distribución de las instalaciones, sirviendo como marco de referencia a la hora de instalar nuevas instalaciones en aquellos barrios donde el déficit sea mayor.

2. Plan de Sostenibilidad Turística en Benalmádena 2022-2025 (PSTD)

Este plan ofrece una financiación de 8.25 millones de euros (5 de ellos subvencionados), repartida entre la SETUR, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Benalmádena, para su ejecución en el período 2022-2024. Además, constituye un Proyecto Motor de la AU2030 de Benalmádena, por lo que también opta a ayudas económicas extra para su ejecución.

Las acciones del PSTD se dividen en cuatro ejes: transición verde, para la que se destina un 36% del presupuesto, la mayor partida del Plan, eficiencia energética (20%), transición digital (16%) y competitividad (28%). Estas acciones realizan aportaciones nuevas sobre el destino o continúan iniciativas anteriores. Algunas de las más significativas para el destino son:

Corredor Verde y Jardín de los Sentidos del futuro Parque Al-Baytar

Se trata de una aspiración urbana de Benalmádena reflejada en documentos estratégicos como la Agenda Local 21 y la Agenda 2030, entre otros, además de contar con partidas para su ejecución en otras estrategias como la EDUSI y el PRTR. El objetivo es crear un corredor que permita unir el territorio de Benalmádena a través de sus recursos naturales, como el Parque de la Paloma, el futuro Parque Al-Baytar, sus arroyos, los miradores, etc. Con ello se pretende no solo dotar de nuevos atractivos turísticos sino mejorar la calidad ambiental del municipio y sobre todo crear espacios compartidos para turistas y residentes donde se fomenten las actividades recreativas, deportivas y saludables, a la vez que se favorece una conexión entre la franja litoral y el sector alto de la ciudad.

Integra acciones de restauración ambiental de arroyos, como la del Arroyo del Pantano, ya ejecutada, con 1,2 kilómetros de recorrido. Además, incluye actividades de reforestación y, desde un punto de vista turístico, la creación de un relato con el que promocionar este corredor, pendientes aún de concreción.

Por su parte, el Parque Al-Baytar será una zona verde de hasta 210.000 metros cuadrados que se encuentra en fase de construcción. Una de esas fases implica la recuperación ambiental de su entorno, siendo uno de ellos la zona industrial de la antigua depuradora, instalando en ella un jardín árabe, el Jardín de los Sentidos. Este espacio, que contará con aparcamientos, mobiliario urbano y zonas de ocio y esparcimiento, se proyecta con elementos vegetales propios de un jardín hispanomusulmán, con los que se busca recuperar un espacio degradado y peligroso, por el estado en que se encontraban infraestructuras como embovedados, para su uso ciudadano y turístico.

Plan de restauración del arbolado y creación de “islas de calor”

Con esta acción, Benalmádena da continuidad a iniciativas presentes en otros documentos estratégicos, especialmente su EDUSI. Pretende gestionar su infraestructura verde, que destaca dentro del ámbito de la Costa del Sol, con una superficie arbórea que compite con la de capitales como Madrid, Sevilla o Barcelona, por lo que las labores de mantenimiento y planificación son de importancia mayúscula. Entre las líneas de actuación que plantea está la definición de desbroces y saneamientos sistemáticos de la vegetación del municipio, la identificación de nuevas zonas de reforestación y la instalación de cartelería interpretativa.

Esta acción se complementa con la creación del corredor verde y con las “islas de calor”: el nuevo plan de restauración del arbolado tendrá presente la creación de espacios de sombra utilizando cobertura vegetal, de forma que se mitigue una de las consecuencias de la crisis climática en la ciudad, la subida de las temperaturas por concentración de zonas urbanizadas. Esta acción pretende cubrir de “entoldados verdes” aquellos espacios más expuestos a las altas temperaturas, como son los espacios residenciales o aquellos compartidos con el turismo, como el paseo marítimo.

Se tiene constancia de que se ha avanzado en esta línea, aunque aún está lejos su ejecución plena. Originalmente estaba prevista su ejecución en 2023, aunque finalmente su ejecución ha quedado incorporada al presupuesto de 2024.

Rehabilitación del tramo de Senda Litoral entre Torrequebrada y la playa de las Yucas

Uno de los tramos de la Senda Litoral atraviesa la costa de Benalmádena, pero perdió su continuidad lineal a la altura de la playa de Torrequebrada, cuando un derrumbe en 2008 ocasionó la desconexión entre esta playa y la de las Yucas. La acción viene a solucionar un problema que se arrastra desde hace más de una década y que no solo afectaba a su condición turística, sino también a la seguridad de las edificaciones instaladas sobre el tramo afectado, principalmente viviendas. El proyecto de rehabilitación ya está adjudicado, pendiente de su ejecución.

Rehabilitación de las Torres Vigías

Las torres vigías son un elemento cultural y paisajístico recurrente en el litoral mediterráneo y suponen un elemento de identidad para Benalmádena, llegando a representar una de ellas el escudo institucional de su Ayuntamiento. La acción, que tiene su primer antecedente en el PCTB, pretende recuperar estos elementos patrimoniales tanto en lo material como funcional, consolidando las estructuras de las tres torres vigías del municipio, permitiendo su visita interior cuando sea posible y otorgándoles un nuevo uso a partir de un concurso de ideas.

Entre los objetivos de esta acción también está el concienciar a turistas y residentes del valor histórico-artístico de estos elementos. Aunque no se tiene constancia del estado de desarrollo de esta acción, sí se sabe que se está trabajando en ella a partir de la restauración de las luminarias en la torre de Torremuelle, valorizando su importancia en el paisaje de la ciudad y sobre todo desincentivando actos vandálicos que ocurrían por su falta de iluminación.

Digitalización 360º de la gestión del destino

Esta acción aquí denominada “*Digitalización 360º*” constituye en realidad un conjunto de acciones del PSTD que pretende digitalizar la información, la gestión y la gobernanza del destino. Consiste en la elaboración de un plan de gestión y reordenación de los datos turísticos que permita, por un lado, presentar aquella información relevante para el turista de forma fácil y accesible, y por otra conocer mejor el sistema turístico y la demanda del destino, de forma que ayude a la toma de decisiones de su sistema turístico.

Destaca la creación de una plataforma de inteligencia turística para la gestión de datos e información del destino, una herramienta básica donde concentrar una masa crítica de datos y crear conocimiento sobre el destino mediante sistemas de escucha activa que ayude a la toma de decisiones, siguiendo los criterios de la norma UNE 178503 (Semántica aplicada al Turismo), una de las normativas afines al sistema de Destinos Turísticos Inteligentes.

Otro elemento fundamental de este conjunto de acciones es el desarrollo de una estrategia digital de comunicación y promoción de los productos turísticos de Benalmádena que estará basada en el análisis del comportamiento de los turistas del destino y sus niveles de satisfacción, todo dentro de un plan de marketing digital que incide en el atributo de pulmón verde de la Costa del Sol. Sin dejar el plano digital, también contempla desarrollar una nueva página web que contenga una “*extranet*” que permita a los propietarios de recursos y empresas turísticas gestionar su información turística. Por último, contempla también la instalación de puntos de información digital físicos, en forma de kioscos de información turística, además de la creación de un *chatbot* que interactúe con las preguntas de los visitantes.

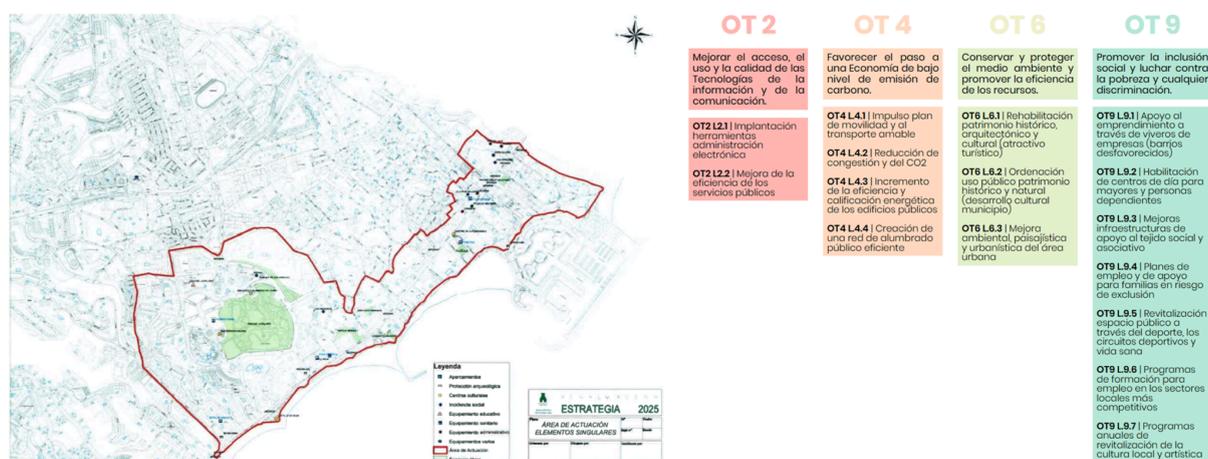
A excepción de la plataforma de datos y el chatbot, ya aplicados, el estado de ejecución de las acciones de este bloque es variado, estando algunas aún sin superar la fase de borrador.

3. Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI) de Benalmádena: La Costa es Salud

La estrategia vigente en Benalmádena se centra en su sector costero, aunque también integra acciones que afectan a la totalidad del municipio. Los objetivos de la EDUSI buscan mejorar la competitividad de Benalmádena como destino turístico vinculado a la vida saludable, transformando la ciudad hacia una movilidad sostenible y situada en la vanguardia tecnológica.

Los objetivos temáticos principales de la EDUSI se resumen en la figura 20, donde también se presentan las 16 líneas de actuación:

Figura 20: Objetivos temáticos seleccionados, líneas estratégicas y ámbito de actuación de la EDUSI



Fuente: Ayuntamiento de Benalmádena (s.f.c)⁶¹

Salvo las actuaciones del Objetivo Temático 2 (OT2), que afectan a todo el municipio, el resto se centra en el sector costero de Benalmádena. De hecho, la aplicación práctica de esta EDUSI aspira a transformar el espacio urbano correspondiente a la carretera N-340, entre el Parque de la Paloma y el Paseo Marítimo, consiguiendo un corrector verde con múltiples intervenciones individuales, entre las que destaca la transformación de la Avenida Antonio Machado, la Avenida Alay y la Avenida Federico García Lorca. Esta transformación, que se venía planificando desde el Plan de Calidad Turística 2018-2023 y también está representada en la AU2030, está en proceso de realización. Del total de 16 líneas de actuación, las más relevantes para el sector turístico son:

L2.1. Implantación de herramientas de administración electrónica y L2.2. Mejora de la eficiencia de los servicios públicos

Esta acción pretende incorporar nuevas herramientas de administración electrónica para las gestiones del Ayuntamiento, simplificando procesos, ofreciendo servicios electrónicos a ciudadanía y empresas y facilitando datos e información de forma más rápida y simple. Con el desarrollo de esta acción se espera alcanzar un ahorro económico y de tiempo en la prestación de servicios públicos,

⁶¹ Ayuntamiento de Benalmádena (s.f.c). EDUSI 2025. <https://www.benalmadena.es/edusi2025/>

potenciar la accesibilidad a la administración por medios electrónicos y facilitar la interoperabilidad entre administraciones. En la práctica, pretende incorporar una Plataforma de Tramitación electrónica completa para instalar un expediente electrónico, acompañado además de elementos físicos (monitores) dispuestos en instalaciones municipales para facilitar su acceso al ciudadano.

Esta medida está muy alineada con la *Digitalización 360º* del PSTD. Su ejecución, que aún está en proceso de despliegue, con acciones puntuales ya ejecutadas como las realizadas en la Sede Electrónica del Ayuntamiento de Benalmádena, debe coordinarse con aquella para incrementar las sinergias entre estrategias y acciones.

L.4.1. Impulso al Plan de Movilidad y al Transporte Amable

Esta acción está coordinada con el Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Benalmádena (PMUS), vigente desde 2014 y que a través de la AU2030, la EDUSI y el PMCC reciben un importante impulso de ejecución. El objetivo es reducir el tráfico en la zona de actuación, el eje de la N-340, especialmente en la Avenida Antonio Machado, acompañado de otros desvíos en diferentes vías de Benalmádena. El objetivo es transformarla en una zona de estancia y paseo para residentes y turistas: esta aspiración permanece, aunque se ha desechado la reducción del número de carriles, volviendo a tener cuatro en total, de forma que se evite la congestión que tuvo durante el tiempo que duró la reducción. El resultado de la transformación pretende incrementar en un 33% la superficie peatonal en la avenida (hasta los 7.257 m²) que se dotarán con mobiliario, zonas de sombra y “entoldados verdes”, propuestos por el PSTD, así como carriles bici. Su ejecución, aunque con modificaciones, sigue en curso en diferentes fases.

Además, el impulso del PMUS gana aún más relevancia en un contexto en el que los municipios del eje litoral de Málaga y Cádiz y la Secretaría de Estado de Transportes han llegado a un principio de acuerdo para, entre otras cosas, (1) estudiar la viabilidad de corredor ferroviario entre Nerja y Algeciras, lo que supone ampliar las conexiones de esta infraestructura en destinos clave del Mediterráneo andaluz, y (2) ampliar la capacidad del Cercanías, con operaciones de desdoblamiento que ya han abandonado la fase borrador.

L.6.1. Rehabilitación del patrimonio histórico, arquitectónico y cultural e impulso de su atractivo turístico y L.6.2. Ordenación del uso público del patrimonio histórico y natural para el desarrollo cultural de municipio

El objetivo de estas dos intervenciones consiste en dotar a Benalmádena de un discurso de su historia general, incorporando herramientas que ayuden a su interpretación cultural. Además, se aspira a recuperar los restos arqueológicos existentes en el área de actuación.

En la práctica, esta acción está teniendo como resultado el incremento del conocimiento en zonas arqueológicas clave del área de actuación de la EDUSI: Benalroma y Molinillos, dónde se ha construido el Centro de la Historia de Benalmádena, que sirve como centro de interpretación de estos espacios y de la ciudad.

Además, guarda sinergias importantes con otros dos espacios arqueológicos, uno de ellos muy próximo al ámbito de la EDUSI: 1) la villa romana de Torremuelle, que también aspira a su musealización para integrarse en el circuito de espacios culturales visitables de la costa; y 2), la Cueva del Toro, muy relevante por albergar ejemplos de pintura rupestre que combinan tanto

representaciones esquemáticas de animales como figuras geométricas simples, situada en el cerro de Calamorro, fuera del ámbito urbano del municipio, en un mirador natural.

La rehabilitación del edificio La Tribuna, antigua Fábrica papel, también se incluye en esta línea de actuación para la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial del destino. El Ayuntamiento convertirá este edificio en un punto de información turística que permita a los visitantes y residentes conocer la historia de la fundación de Arroyo de la Miel a finales del siglo XVIII y de su fundador Félix Solesio, el impulsor de la creación de la fábrica de producción de papel que surtía a la Real Fábrica de Naipes de Macharaviaya. Esta acción se encuentra en fase desarrollo y se espera que esté finalizada en 2025.

El estado de las intervenciones es variado: mientras que el Centro de la Historia, el yacimiento de Molinillos y la Cueva del Toro (esta con algunas condiciones especiales) ya son visitables, tanto Benalroma como la Villa Romana de Torremuelle todavía atraviesan fases de trabajo diferentes.

L.6.3. Mejora ambiental, paisajística y urbanística del área urbana

Esta actuación aspira a mejorar las condiciones ambientales y paisajísticas del ámbito de la costa a través de corredores verdes, nuevos o preexistentes, que conecten con el corredor azul o litoral. En concreto, las acciones contempladas son las siguientes:

- Valorizar el entorno del Parque de la Paloma:
 - habilitar la Avenida García Lorca como corredor verde en sentido norte-sur, hacia el eje litoral. La intervención ha superado varias fases y ha incluido, además, nuevas plazas de aparcamiento.
 - dotar al Parque de nuevas instalaciones deportivas y de recreo, algunas de las cuales ya han sido instaladas.
- Intervenir en la Avenida Antonio Machado para complementar las acciones de la L.4.1, habiendo superado también varias fases de ejecución.
- Incrementar la presencia de carriles bicis en este entorno, ya ejecutado aunque con modificaciones respecto al proyecto original.
- Incrementar el uso de agua reciclada en la red de riego de este entorno, ya ejecutado y coordinado con acciones de la AU2030.

Por último, de entre el resto de líneas de actuación destacan las siguientes acciones concretas por su relevancia para el sector turístico:

- La creación de un vivero de empresas en la plaza Solymar con espacio para hasta 13 oficinas, con especial dedicación a propuestas artísticas, culturales y de servicios turísticos, algunos de los sectores más competitivos de Benalmádena. Los trabajos para instalar el vivero alcanzaron en mayo de 2024 las últimas fases para su finalización. Junto a esta iniciativa, la EDUSI contempla otra para impulsar iniciativas emprendedoras a través de Vives Emprende Benalmádena, ofreciendo un programa de apoyo técnico y competencial integral que además ofrece acceso a financiación para las mismas.

- El fomento de los programas de formación para el empleo, orientado al sector servicios, especialmente restauración y hoteles, y dirigido a colectivos vulnerables a través del programa de Empresas Solidarias con la Formación y el Empleo.
- La generación de un programa mensual de actividades en la calle que constituyan espacios de encuentro de la ciudadanía y dinamicen la actividad turística, con el objetivo de incrementar los ingresos de los comercios del entorno de los mismos.

4. Plan de Calidad Turística de Benalmádena 2018-2023 (PCTB)

El PCTB propone una serie de acciones para abordar diferentes problemáticas asociadas a un destino maduro: destacan la saturación de vías de comunicación, la agitación del tráfico y la obsolescencia de ciertos aspectos del sistema turístico, como Puerto Marina o Tivoli. Aunque muchas de ellas presentan partidas presupuestarias definidas, otras no tienen una valoración económica como tal, dependiendo su realización de mecanismos de financiación distintos, lo que se refleja en el resto de las estrategias analizadas. Se puede decir que las más relevantes son las siguientes:

- Impulsar la solicitud de Distintivos de Calidad: la acción busca mejorar los estándares de calidad del destino a través de certificaciones especializadas en el turismo. En la actualidad Benalmádena cuenta con las siguientes certificaciones, aunque se desconoce si las mismas derivan de acciones concretas de esta acción:
 - 4 Q de Calidad de empresas
 - 2 S de Sostenibilidad de Empresas
 - 5 Banderas Azules: 2 de ellas en playas, 2 en embarcaciones, y la restante en Puerto Marina.
- Mejoras varias de accesibilidad contenidas en múltiples acciones: Avenida Antonio Machado, playas y Paseo Marítimo. Todas las acciones incluidas tienen un presupuesto asociado. Además, su ubicación coincide con el ámbito de actuación de la EDUSI y de algunas actuaciones del PSTD, por lo que estas intervenciones han tenido una continuidad posterior para completarlas y ya presentan diferente grado de ejecución.
- Apertura del Parking Público Pueblosol. Operativo desde junio de 2024, suma 629 plazas de aparcamiento, 260 de las cuales serán de alquiler de larga temporada y las restantes en régimen de rotación diaria.
- Autobuses con horario ampliado: el objetivo es incrementar la frecuencia de los autobuses que recorren Benalmádena Pueblo, Arroyo de la Miel y Benalmádena Costa durante los fines de semana y en temporada alta. Desde julio de 2024, las líneas M103 y M107 amplían su frecuencia y recorrido
- Creación de *Corredor Verde*: la intervención contempla conectar los espacios verdes de Benalmádena, el Parque de la Paloma y el futuro Parque Al-Baytar, con el corredor azul de la costa, además de plantear mejoras en el Parque de la Paloma. En este sentido, el PSTD ha culminado diferentes fases del futuro Parque Al-Baytar: el Jardín de los Sentidos. Además, la EDUSI ha concretado la conexión del Parque de la Paloma con la costa a través de mejoras en la Avenida García Lorca.

- *Potenciar la zona comercial*: el objetivo es conseguir una zona comercial con marcas nacionales e internacionales que sea atractiva tanto para residentes como para turistas. Se proponen diferentes emplazamientos a valorar: Puerto Marina, la Explanada de Tívoli y el Centro Comercial de la Plaza Solymar. Se trata de una actividad que no ha superado la fase de proyecto: existen iniciativas recientes para revitalizar Puerto Marina con idéntico objetivo, una de ellas fue presentada en FITUR 2024, pero constituyen aún borradores.
- Mejoras varias para la recuperación y valorización turística de varios yacimientos *arqueológicos*: Molinillos, Benalroma, Torremuelle, Torres Vigías y Cueva del Toro. Este conjunto de intervenciones están orientadas al estudio y puesta en valor de yacimientos arqueológicos, ultimando su musealización para permitir visitas interpretativas. En esta línea, la EDUSI ha culminado las acciones de valorización en el yacimiento de los Molinillos, incluyendo un centro de la Historia de Benalmádena, quedando en diferente estado los trabajos en Benalroma, las Torres Vigías y Torremuelle, que dependen de otros instrumentos como el PSTD y aún no son visitables. Asimismo, La Cueva del Toro sigue un régimen de intervenciones y visitas particular, dirigido desde la administración local.

5. Plan para el Comercio y Artesanía Local (PCAL), PGOU y PMCC de Benalmádena

Estos tres documentos constituyen planes sectoriales muy diferenciados que atañen a diferentes cuestiones: el PCAL es un documento estratégico destinado al sector comercial minorista donde se realiza un diagnóstico y una propuesta de acciones para dinamizarlo; el PGOU es el documento rector del urbanismo del municipio; mientras que el PMCC es un documento de respuesta ante los cambios que la crisis climática obliga.

El diagnóstico del PCAL, una matriz DAFO, reincide en algunas reflexiones a las que ya llegaron documentos estratégicos anteriormente analizados (como la falta de aparcamientos), mientras que aporta luz sobre otras cuestiones no observadas. Entre ellas, destaca la situación de cambio generacional, propia de una población envejecida: tanto propietarios como clientes tienen una media de edad alta; la situación del alquiler, cuyo incremento preocupa también al sector comercial; la poca interacción entre el turismo y el comercio y la poca digitalización, formación y la resistencia al cambio que pueda solucionarlo. Como elementos positivos, observan un asociacionismo consolidado, una sensibilidad de la población por su comercio local y el potencial de actividad turística alta, con mucha población flotante todo el año.

Las principales propuestas de acción de este plan se resumen en:

- Homogeneización de la imagen de los comercios a partir de las ordenanzas de paisaje urbano del municipio (PGOU). Además, proponen una homogeneización de la calidad de sus productos: sello de calidad gestionado por el Ayuntamiento de Benalmádena que por ahora no se ha desarrollado. Del mismo modo, dada la tradición de los mercadillos en Benalmádena, se propone homogeneizar su imagen con una ordenación mínima de los mismos. En este sentido, existe un ordenamiento mínimo sobre el tamaño de los puestos, y la gestora de su ordenamiento, Provisé Benamiel, puede disponer de un modelo de puesto determinado para todos los comerciantes,

aunque por el momento no es el caso, por lo que esta acción aún no tiene ejecución (Provisé Benamiel, s.f.⁶²).

- Actualizar la señalización comercial y de aparcamientos en los tres núcleos urbanos de Benalmádena.
 - Proponen un sistema inteligente para informar sobre la ocupación de los aparcamientos, elemento que también abordaban los borradores de la EDUSI, sin concreción en el documento final.
 - En relación al aparcamiento, también se propone incrementar la rotación de las plazas de parking disponible, de forma similar a la ya implantada por el PCTB en el aparcamiento de Pueblosol.
- Focos comerciales de proximidad, pensados para espacios con baja densidad comercial:
 - Se trata de locales comerciales tutorizados temporalmente e instalados en zonas analizadas donde se detecten carencias comerciales.
 - Supone un acompañamiento público con diferentes incentivos (ayudas, cesión de espacios, subvenciones...) hasta consolidar esta nueva oferta comercial.
 - Existen iniciativas de apoyo al comercio local, especialmente en forma de subvenciones y formación, pero por el momento no se observa ninguna relativa a estas acciones.
- Reforzar la figura del Centro Comercial Abierto de Benalmádena, por las ventajas que supone para Ayuntamiento (como ayudas para mejora urbana de sus calles), y comerciantes (como ayudas para mejorar establecimientos y promoción conjunta).
 - A su vez, proponen concentrar el asociacionismo del tejido comercial en una única asociación que represente los intereses de todos. La Asociación de Comerciantes y Empresarios de Benalmádena (ACEB) es la que concentra un porcentaje de asociados más elevado en el municipio, aunque existen otras.

Otras propuestas relevantes abordan el relevo generacional del comercio, creando una bolsa de empresas sin relevo que ponga en contacto a comerciantes y emprendedores; la actualización de la plataforma *Benalmercado* desde directorio comercial hacia la comercialización; e impulsar la digitalización del comercio, liderada por el Ayuntamiento con un servicio de tutorización y apoyo económico o en especie para ello. De estas, la digitalización del comercio se está realizando mediante diferentes programas como las subvenciones del programa Impulsa Benalmádena.

Plan General de Ordenación Urbana (PGOU)

El PGOU reconoce la vocación turística de Benalmádena a lo largo de la memoria y de su normativa. No supone una excepcionalidad, puesto que este es el fin último de cualquier normativa urbanística: alinear los objetivos de todos los actores con intereses en el territorio, los de ahora y los del futuro. Es una de las responsabilidades de quien ejerce su tutela, además de compensar las fuerzas e influencias de actores muy diversos que pueden hacer presión sobre el territorio. Esto último es común a todos los PGOU, Benalmádena incluida, y queda reflejado en aspectos como la calificación de suelos no urbanizables, que responde a fines ambientales y sociales, pero que a su vez beneficia a

⁶² Provisé Benamiel (s.f.). *Normas de funcionamiento del mercadillo de segunda mano en Benalmádena*. <https://provisé.eu/wp-content/uploads/2023/04/NORMAS-MERCADILLO-2-MANO.pdf>

actividades como el turismo, al repercutir positivamente en el valor paisajístico de un destino cuyos atributos físicos son factor de elección.

A su vez, la delimitación de los espacios urbanizables es especialmente importante para un destino litoral con múltiples núcleos de población como Benalmádena. Solo una buena planificación y especialmente una gestión consecuente puede ayudar a paliar una de las debilidades comunes a muchos territorios de litoral: la urbanización dispersa que salpica el paisaje, complica y encarece la dotación de servicios públicos como el transporte, las carreteras, el alumbrado público, las traídas de agua y la gestión de residuos, que en tiempo reciente ha trascendido, junto a otros municipios de la Costa del Sol, por problemas de saturación en los puntos de recogida de basuras.

Se pueden destacar dos elementos recientes del PGOU que tienen un impacto directo en el turismo del destino:

2020 - Densidad máxima de viviendas

La medida aspira a frenar una dinámica al alza en muchos núcleos urbanos: el cambio de uso de locales comerciales a vivienda y la división de viviendas unifamiliares tradicionales en múltiples apartamentos. Este fenómeno, cuyo origen es multifactorial, es habitual en lugares donde la rentabilidad del suelo es alta y donde existe competencia entre los usos residenciales y los económicos, como el alquiler vacacional. Benalmádena aplica esta medida en aquellos núcleos donde la densidad máxima de viviendas no estaba delimitada: no regularlo supondría un crecimiento de población tanto residencial como flotante desproporcionado, sobrecargando unas infraestructuras que están planificadas para una carga de personas determinada que no contemplaba este fenómeno.

En una nota paralela, en el ámbito local existe cierta preocupación relacionada con el número de viviendas de uso turístico presentes en Benalmádena, especialmente después del incremento motivado por la actualización de la normativa andaluza sobre las mismas. Este cambio provocó que muchos propietarios solicitaran una licencia VUT ante un previsible endurecimiento de los requisitos para darse de alta, por lo que, aunque no es una problemática exclusiva de Benalmádena, puesto que el efecto se ha notado en muchos municipios andaluces, sí ha generado cierta inquietud en algunas capas de la sociedad local.

2022 - Tívoli

Otra de las revisiones más recientes del PGOU en materia turística tiene que ver con el Parque de Atracciones Tívoli World. El Pleno de la Corporación del Ayuntamiento de Benalmádena aprobó en 2022 por unanimidad la modificación puntual del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU). El cambio aprobado garantiza que el espacio de la parcela donde se ubica Tívoli sea un parque de atracciones, permitiendo que en las zonas aún sin desarrollar pueda crearse infraestructura, como un hotel o un centro comercial, pero con la condición de la apertura del parque de atracciones. Esta modificación se llevó a cabo con el ánimo de clarificar y fortalecer en el Plan General el carácter de equipamiento comunitario del Parque de Atracciones Tívoli, el cual satisface interés o necesidades generales, pero de titularidad y gestión privada. El parque se encuentra sumido en un largo proceso judicial por la propiedad del mismo que, en la práctica, genera una inseguridad jurídica incompatible con cualquier inversión. Con esta modificación, se pretende bloquear cualquier operación especulativa a la vez que se facilitan nuevos desarrollos, siempre que Tívoli continúe funcionando.

Plan Municipal contra el Cambio Climático de Benalmádena (PMCC)

La Ley 8/2018 de medidas frente al Cambio Climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía obliga a los municipios andaluces a elaborar planes municipales contra el cambio climático. Estos planes deben incluir, entre otras cosas, una evaluación de las emisiones del municipio y una caracterización de los elementos vulnerables del municipio. Estos elementos vulnerables se realizan a partir del cálculo de escenarios de emisiones y una estimación calculada de los impactos y riesgos, de la que resulta que en Benalmádena, el Turismo es una de las áreas más afectadas por la crisis climática, la cuarta de las áreas estratégicas definidas y la primera actividad económica afectada, con el 11% de los riesgos totales comprometiendo su desarrollo (Ayuntamiento de Benalmádena, s.f.d⁶³).

Tabla 15. Áreas estratégicas según su afectación de riesgos

Áreas estratégicas	%	Áreas estratégicas	%
Salud	15,18	Comercio	6,13
Biodiversidad y servicios ecosistémicos	12,80	Migraciones asociadas al cambio climático	6,13
Recursos hídricos	11,73	Movilidad e infraestructuras viarias, ferroviarias, portuarias y aeroportuarias	5,16
Turismo	11,09		
Litoral	9,88	Energía	5,04
Urbanismo y ordenación del territorio	7,25	Prevención de inundaciones	2,53
Edificación y vivienda	7,08	Agricultura, ganadería, acuicultura, pesca y silvicultura	0,00

Fuente: PMCC Benalmádena.

Los principales impactos de la crisis climática en Benalmádena tienen que ver con las afectaciones de la franja litoral a causa del incremento del nivel del mar, la desertificación del territorio y la presión hídrica, la frecuencia e intensidad de las olas de calor y la frecuencia e intensidad de fenómenos extremos como incendios forestales, además de las lluvias torrenciales. Algunos de ellos son especialmente lesivos para la actividad turística al afectar a elementos básicos de la misma: compromete uno de los principales productos de Benalmádena, sus playas; afecta al confort térmico humano al incrementarse los episodios de calor extremo; y merma el acceso a un recurso básico para el turismo, el agua. Estos impactos confirman análisis previos, como el del Análisis Preliminar de Vulnerabilidad de la Costa de Andalucía a la Subida del Nivel del Mar. Este estudio confirmó que la costa de Benalmádena tiene un riesgo moderado en su mitad oriental: esto es relevante, puesto que es en esta mitad donde se concentran algunas de las playas más visitadas del municipio, junto a su Puerto Deportivo y varios kilómetros lineales de paseo marítimo continuo.

Las principales actuaciones que afectan a la actividad turística son las siguientes:

- La futura creación de una zona de bajas emisiones (ZBE) comprometerá los lugares donde los turistas podrán circular con su vehículo privado, lo que obligará a reordenar el tráfico. En

⁶³ Ayuntamiento de Benalmádena (s.f.d). *Plan Municipal contra el Cambio Climático de Benalmádena*. https://www.benalmadena.es/docs/legislacion/cambio_climatico/PMCC_Benalmadena.pdf

Benalmádena, actualmente la ZBE se encuentra en trámite de aprobación y se limita, de forma preliminar, al entorno del Arroyo de la Miel. La ampliación y mejora de itinerarios peatonales, con un nuevo plan de sombras y de plantación de alcornocques, junto a los nuevos carriles bici y las medidas para el fomento del transporte público, todas previstas en el PMCC y en otros planes revisados (EDUSI, PSTD), pueden solventar problemáticas derivadas de la aplicación de la ZBE.

Tabla 16: Impactos de la crisis climática que más afectarán a Benalmádena

Impactos	Suma de riesgos
a) Inundación de zonas litorales y daños por la subida del nivel del mar	151,25
h) Procesos de degradación de suelo, erosión y desertificación	106,25
j) Frecuencia, duración e intensidad de las olas de calor-frío y la pobreza energética	100,00
f) Cambios de la disponibilidad del recurso agua y pérdida de calidad	97,50
g) Incremento de la sequía	96,25
d) Cambios en la frecuencia, intensidad y magnitud de los incendios forestales	92,50
a) Inundaciones por lluvias torrenciales y daños debidos a eventos climatológicos extremos	63,00
c) Pérdida de biodiversidad y alteración del patrimonio natural o servicios ecosistémicos	52,50
k) Cambios en la demanda y en la oferta turística	49,50
i) Alteración del balance sedimentario en cuencas hidrográficas y litoral	43,75
ñ) Incidencia en la salud humana	38,75
m) Modificaciones en el sistema eléctrico: generación, transporte, distribución, comercialización, adquisición y utilización de la energía eléctrica	27,75
l) Modificación estacional de la demanda energética	27,50
e) Pérdida de calidad del aire	24,00
o) Incremento en la frecuencia e intensidad de plagas y enfermedades en el medio natural	21,00
p) Situación en el empleo ligado a las áreas estratégicas afectadas	21,00
n) Migración poblacional debida al cambio climático, especialmente en el medio rural	15,00

Fuente: Adaptación desde PMCC Benalmádena.

- Los incentivos fiscales para la instalación de energías renovables (bonificación del IBI) pueden ser un motor de transformación energética del sector turístico, especialmente alojamiento y campos de golf. Asimismo, las medidas para la rehabilitación energética de edificios privados pueden ser empleadas por propietarios de VUT para hacer más eficientes sus alojamientos.
- Se prevé fortalecer la promoción del patrimonio natural y producto local como atractivo para turistas y residentes, restaurando los elementos naturales deteriorados y fomentando la compra de productos locales.
- La creación de una Asamblea ciudadana de Benalmádena puede servir como punto de encuentro de la ciudadanía, empresas, asociaciones y administraciones para intercambiar conocimiento y medidas de adaptación para, entre otras áreas, el turismo.

6. Gestión de la Sostenibilidad Turística en Benalmádena

El análisis de las estrategias y políticas actuales culmina con la aplicación en Benalmádena de la metodología utilizada por el Observatorio Auren de Turismo Sostenible, que permite monitorear y evaluar la sostenibilidad en los destinos turísticos españoles, brindando una visión detallada y comparativa. Para realizarlo, se ha remitido el cuestionario de dicho informe a los responsables de Turismo del Ayuntamiento de Benalmádena para su cumplimentación.

El primer bloque dedicado a la Gestión General del Destino está compuesto por diferentes ámbitos que abarcan la planificación estratégica, la participación de los agentes locales, los recursos del ente gestor, el seguimiento y evaluación del destino y su balance turístico y las certificaciones del mismo.

Los resultados de Benalmádena son generalmente similares al resto de destinos turísticos, aunque se detectan ciertas áreas donde cabe margen de mejora:

- El principal instrumento de participación local declarado por Benalmádena es la Mesa de Turismo, aunque la periodicidad de las reuniones es inferior a la media del estudio: los agentes locales de los destinos del estudio se reúnen más de 4 veces al año, mientras que Benalmádena 3-4 veces.
- En materia de seguimiento y evaluación del turismo, Benalmádena se encuentra en una posición menos competitiva al relegar esta labor de evaluación únicamente, según la información del Observatorio Turístico de Turismo y Planificación de Costa del Sol. La monitorización activa del impacto turístico está reducida a las áreas que esta institución considera relevantes. En los destinos analizados, es habitual el análisis de redes sociales, la información que remiten las empresas, la realización de encuestas y la contabilización de métricas turísticas (llegadas, reservas...) y no turísticas, pero sensibles al turismo, por ejemplo, el volumen de residuos.

De igual manera, no se emplean indicadores de seguimiento de la actividad turística. Los más habituales en los destinos sujetos de estudio son los de satisfacción y socioeconómicos, seguidos de los de gobernanza, medioambiente y cultura: Benalmádena tiene amplio margen de mejora.

- Benalmádena declara no utilizar la información recopilada para realizar políticas o actuaciones de mejora turística, lo que la sitúa en una posición menos competitiva que la mayoría de destinos del estudio, que emplea esta información para reformular la planificación y gestión del destino, para rediseñar las infraestructuras y la dotación de servicios y para aliviar problemáticas de saturación.
- En materia de certificaciones, la única presente en Benalmádena son las Banderas azules, lo que la sitúa en una posición menos competitiva que el resto de destinos del estudio. Casi la mitad (44%) de estos destinos cuentan con un SICTED, uno de cada tres cuenta con la certificación DTI, y el 28 y 24% cuentan con alguna Q de Calidad Turística o una Bandera Azul, respectivamente.
- En materia de integración de tecnologías en el destino, Benalmádena no utiliza una de las herramientas más relevantes, las app móviles, pues un 70% de destinos sí las usa. Tampoco recurre a Realidad Virtual o Aumentada (34%) o a plataformas de comercialización (34%). No obstante, aunque la única opción tecnológica que posee son herramientas de analítica y seguimiento del comportamiento del usuario y sistemas de gestión de datos, las razones para no hacerlo no recaen en el coste asociado, sino en la falta de personal cualificado, soporte técnico y sus problemas de seguridad o privacidad.
- La alta estacionalidad y los desajustes de la oferta de alojamientos son los referidos principalmente por Benalmádena, en sintonía con el resto de destinos litorales del estudio.

3.3. DIAGNÓSTICO DAFO

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> - Predominio de segundas residencias y VUT en la oferta de alojamiento local. - Elevada concentración de VUT en Benalmádena Costa. - Escaso empleo de certificados de calidad entre las empresas locales. - Percepción de masificación de infraestructuras y servicios por la afluencia de turistas en la costa. - Saturación de servicios locales e infraestructuras de saneamiento integral. - Percepción de obsolescencia de las infraestructuras del puerto deportivo. - Notable dependencia de turismo de sol y playa. - Elevada dependencia del mercado británico. - Ausencia de una marca turística definida. - Inexistencia del Plan de Marketing del destino. - Limitadas estrategias de promoción individuales como municipio turístico. - Dificultades de movilidad urbana dentro del municipio entre la zona de costa y de interior - Falta de consenso político entre los representantes políticos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Renta de situación favorable. - Adecuada conectividad con el cercanías. - Destacable emprendimiento local. - Diversidad de recursos y productos. - Entorno natural y zonas verdes con potencial turístico. - Oferta hotelera moderna y prevalencia de la categoría de 4 estrellas. - Percepción de seguridad en el municipio por parte de residentes y turistas. - Potencialidad del Parque Tívoli. - Destacable posicionamiento y reputación <i>online</i> de recursos de ocio (Tripadvisor y Google). - Existencia de un Plan de Sostenibilidad Turística en Benalmádena (2022-2025) y de Destino Turístico Inteligente. - Gobernanza participativa (Mesa de Turismo).
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad económica y política a nivel mundial debido a conflictos bélicos. - Dificultad de acceso a la vivienda (alquiler y compra) para los residentes. - Marcada estacionalidad de la demanda turística. - Efectos de la crisis climática: subida de temperaturas, sequía, alga asiática y plaga de medusas... - Reducción de la superficie útil de la playa causada por la subida del nivel del mar y eventos catastróficos. - Saturación de infraestructuras y servicios de Cercanías de RENFE. 	<ul style="list-style-type: none"> - Clima atractivo. - Contexto general favorable para atraer nómadas digitales y capital creativo. - Óptima coyuntura de financiación europea y estatal para realizar mejoras locales. - Mayor interés por la sostenibilidad social, económica y medioambiental por parte de residentes y turistas. - Ampliación de la oferta de vuelos de larga distancia. - Nuevas tendencias de consumo entre los turistas: experiencias e hiperconectividad. - Percepción del viaje como una necesidad social.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y PLAN DE ACCIÓN

La finalidad principal del plan es la definición de una estrategia turística acorde a las peculiaridades de Benalmádena como destino turístico hasta 2030. El Plan permitirá gestionar la actividad turística en el municipio de manera eficiente, contemplando no solo el principio de sostenibilidad en todas sus vertientes (sociedad, economía y medio ambiente), sino también los intereses, preocupaciones y posibles problemáticas identificadas por los agentes del territorio.

Los objetivos específicos de esta propuesta son:

1. Incentivar una planificación y coordinación participativa de la actividad turística en Benalmádena.
2. Analizar la situación actual del destino turístico para promover una toma de decisiones inteligente.
3. Diseñar la estrategia turística y sus correspondientes líneas de actuación de forma colaborativa entre todos los agentes de Benalmádena.
4. Garantizar el cumplimiento de la estrategia turística al contemplar los intereses de todos los actores locales mediante el proceso participativo propuesto.
5. Difundir los resultados obtenidos del proceso que resulten de interés para los agentes locales.

Tras la realización del correspondiente análisis del destino Benalmádena, se han establecido las siguientes líneas estratégicas en función de los objetivos del presente Plan:

- LÍNEA 1 PRODUCTOS Y COMPETITIVIDAD: Mejorar la competitividad del destino turístico
- LÍNEA 2 SOSTENIBILIDAD Y TRANSICIÓN VERDE: Garantizar la sostenibilidad turística del destino y su transición verde.
- LÍNEA 3 GESTIÓN Y TRANSICIÓN DIGITAL: Optimizar la gestión turística y la transición digital.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	ACCIONES
1. Productos y competitividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de un club de producto turístico temático de ocio y turismo azul 2. Innovación y mejora de segmentos estratégicos: MICE, naturaleza, gastronomía, idiomas y cultura 3. Creación de un plan de recuperación del uso de los espacios del Parque Tívoli 4. Desarrollo y ejecución de las acciones de modernización y mantenimiento propuestas en el Plan de Dinamización del Puerto Deportivo 5. Elaboración del Plan de Marketing 6. Definición de una marca para el destino turístico de Benalmádena 7. Adhesión de Benalmádena a certificados de calidad a nivel de destino y sus empresas locales. 8. Realización de acciones de formación en digitalización y sostenibilidad entre el sector empresarial local 9. Puesta en valor de recursos y establecimientos ubicados en Benalmádena Pueblo
2. Sostenibilidad y transición verde	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de un Plan Especial como instrumento regulador de las Viviendas de Uso Turístico en el municipio 2. Refuerzo de servicios de limpieza y coordinación de servicios públicos en épocas de alta demanda 3. Priorización de las medidas de adaptación climática y eficiencia energética 4. Comunicación de acciones de mejora orientadas a la ciudadanía a través de la riqueza generada por el turismo 5. Captación del turismo de proximidad del ámbito andaluz y nacional 6. Integración de servicios de ocio turístico en una tarjeta: Benalmádena Card
3. Gestión y transición digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomento de la colaboración y participación de residentes y empresas en la Mesa de Turismo 2. Digitalización de rutas y senderos locales 3. Creación de un mapa interactivo de establecimientos y recursos locales georreferenciados para los recursos digitales de Turismo Benalmádena 4. Introducción de mejoras en la usabilidad y accesibilidad de la web de Turismo Benalmádena 5. Despliegue de un <i>marketplace</i> turístico con productos y servicios locales 6. Creación de una plataforma de inteligencia turística para la toma de decisiones del destino

5. FICHAS DE ACCIONES

Ficha 1

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.1. Creación de un club de producto turístico temático de ocio y turismo azul
Descripción	<p>Atendiendo a las nuevas tendencias de demanda y la potencialidad en torno a diferentes segmentos de Benalmádena, se propone la creación de un club de producto que integre la oferta de productos turísticos del destino en donde la colaboración público-privada y privada-privada sea un elemento clave.</p> <p>Benalmádena cuenta con antecedentes en esta figura turística en torno al producto del ocio: este bagaje debe aprovecharse integrando a las empresas turísticas como tractoras de este club de producto. Paralelamente tendrían que actuar como prescriptoras del mismo con otras empresas y productos.</p> <p>Una de las potencialidades de este club de producto está en el segmento de ocio orientado a diversos mercados, pero especialmente al turismo familiar -segmento líder en la Costa del Sol- y al turismo azul -segmento relevante al tratarse de un destino de sol y playa con una variedad destacable de recursos de ocio relacionados con el mar.</p> <p>Para crear un club de producto se precisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar, entre las instituciones locales y el tejido empresarial, un análisis de potencialidad de los productos que integrarían el club. - Determinar sus objetivos. - Identificar a los agentes turísticos involucrados. - Crear un ente gestor del club de producto - Crear un manual del club de productos, con su agenda de servicios turísticos. - Mantener vías de comunicación periódicas y permanentes.
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de clubes de producto creados. - Número de empresas adheridas a clubes de producto. - Número de acciones de comercialización.

Ficha 2

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.2. Innovación y mejora de segmentos estratégicos: MICE, naturaleza, gastronomía, idiomas y cultura
Descripción	<p>El análisis de los recursos de Benalmádena revela una serie de segmentos con alto potencial, cuya innovación podría incrementar significativamente la competitividad del destino. Entre estos segmentos se encuentran: Turismo MICE, de naturaleza, gastronómico, cultural e idiomático.</p> <p>Apostando por el turismo MICE, se explora la posibilidad de innovar, especialmente en el segmento de incentivos, aprovechando la calidad de las infraestructuras hoteleras y oferta de ocio del destino -club de productos-, pudiendo captar turistas que acudan a congresos en localidades cercanas.</p> <p>El turismo de naturaleza constituye un segmento con alta demanda y el entorno natural de Benalmádena cuenta con una cantidad importante de recursos susceptibles de promoción y mejoras en su posicionamiento, incluyendo la potenciación de prácticas como el senderismo o el cicloturismo.</p> <p>La gastronomía se destaca como un elemento complementario, con una oferta culinaria variada y de calidad que enriquece la experiencia del visitante y aporta valor diferencial al destino.</p> <p>A su vez, el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo idiomático tiene un gran potencial en la Costa del Sol, pudiendo combinar los segmentos de la demanda tradicional de sol y playa con aquella que se interesa por los aspectos culturales del destino y busca experiencias de aprendizaje. Para ello se considera relevante promocionar con una mayor intensidad la oferta de escuelas y academias de idiomas en Benalmádena en los eventos correspondientes. En la misma línea, el turismo cultural también es clave, y se busca potenciarlo mediante la valorización de su patrimonio arqueológico y eventos relevantes como el Festival de Cine de Benalmádena.</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia a ferias donde se promocionen los segmentos estratégicos. - Nº de campañas realizadas por segmento.

Ficha 3

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.3. Creación de un plan de recuperación del uso de los espacios del Parque Tívoli
Descripción	<p>La reciente revisión del PGOU de Benalmádena presenta nuevas oportunidades permitiendo la creación de infraestructuras turísticas y de ocio como un hotel o un centro comercial con la condición de reactivar el parque. El fin es garantizar la función social y de interés pública que Tívoli World ha desempeñado en la provincia de Málaga desde 1972.</p> <p>El plan busca incentivar y garantizar la operatividad de la inversión, mediante un marco de seguridad jurídica que evite especulaciones y fomente la inversión privada responsable, contemplando todas las posibles vías para la reapertura del parque, incluida la expropiación. El plan debe establecer las bases para revitalizar el Parque de Atracciones Tívoli World como un equipamiento turístico y comunitario esencial en la oferta de ocio de Benalmádena, contribuyendo a la potenciación del turismo familiar y de ocio. El objetivo es evitar el cierre prolongado que sufre desde 2020 dada su importancia social y económica en la Costa del Sol. Paralelamente, el plan de recuperación de Tívoli World debe preservar el patrimonio material e inmaterial asociado al parque de atracciones en sus más de 50 años de historia.</p> <p>El plan plantea dos líneas de trabajo paralelas: (1) seguir trabajando en la mejora del archivo histórico municipal de Tívoli World; y (2) poner en valor y musealizar el citado archivo histórico. Como resultado, este patrimonio sería objeto de actividades en los espacios expositivos y culturales del municipio, y en caso de reapertura del parque, ocuparía un espacio en las instalaciones del mismo.</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones de captación de inversores. - Trámites para solicitar la expropiación de Tívoli World. - Material digitalizado y catalogado en el archivo histórico de Tívoli World. - Proyecto de musealización e interpretación del patrimonio asociado a Tívoli World: exposición itinerantes, exposiciones permanentes, creación de un museo sobre Tívoli World.

Ficha 4

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.4. Desarrollo y ejecución de las acciones propuestas en el Plan de Dinamización del Puerto Deportivo
Descripción	<p>El deterioro de las infraestructuras del Puerto Deportivo de Benalmádena genera la necesidad de mejorar la funcionalidad operativa del puerto y potenciar su atractivo como espacio turístico.</p> <p>Esta actuación persigue avanzar en la ejecución de lo propuesto por el Plan Dinamizador del Puerto Deportivo, cuyos objetivos, entre otros son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento de la oferta náutica con la remodelación de la dársena. - Fomentar el uso recreativo del puerto con eventos y actividades a lo largo del año. - Diseño de nuevas infraestructuras: acuario, nuevo espacio comercial. - Peatonalización de espacios y creación de zonas de estacionamiento. - Fomentar el diseño de experiencias turísticas en el Puerto Deportivo que incluyan actividades subacuáticas, rutas de avistamiento, rutas arqueológicas marinas y todo tipo de recursos asociados al turismo náutico y al turismo azul. - Controlar, en la medida de lo posible, todos aquellos locales comerciales del Puerto que permanecen cerrados y emiten una imagen poco acogedora.
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Progreso en la construcción de las infraestructuras planteadas. - Número de actividades y eventos realizados en el puerto deportivo. - Número de empresas y experiencias turísticas de turismo azul ofertadas. - Número de locales comerciales abiertos.

Ficha 5

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.5. Elaboración del Plan de Marketing
Descripción	<p>El Plan de Marketing del destino turístico sirve como herramienta de gestión del destino para establecer los objetivos, las estrategias y el plan de acción para mejorar la competitividad del destino</p> <p>En primer lugar, se realizaría un Plan de Marketing cuyo principal objetivo se centrará en la comunicación, en siguientes etapas se trabajará con el producto, precio y la distribución.</p> <p>Respecto al Plan de comunicación de la primera fase, algunas de las acciones basadas en el presente plan serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar campañas específicas para el lanzamiento de productos potenciales como MICE, turismo de naturaleza, Turismo cultural, gastronómico e idiomático. - Elaborar campañas para mantener o mejorar el posicionamiento de los productos consolidados y de interés estratégico para el destino, por ejemplo, el turismo azul. - Reforzar la identidad del municipio como pueblo andaluz a través de la promoción de sus tradiciones y oferta gastronómica. - Potenciación de la promoción individual de Benalmádena como destino turístico en ferias a través de la creación de material personalizado y teniendo en consideración a los mercados objetivos. - Definir una estrategia de promoción <i>online</i> donde se detalle el uso de las redes sociales, así como la optimización de sitios web oficiales destinados a la promoción turística.
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del Plan de Promoción - Número de campañas promocionales realizadas. - Número de ferias y eventos asistidos. - Coste de campañas de promoción. - Diseño de la marca turística para el destino Benalmádena.

Ficha 6

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.6. Definición de una marca para el destino turístico de Benalmádena
Descripción	<p>Benalmádena cuenta actualmente con diversos logotipos diseñados y empleados por las administraciones locales.</p> <p>Es necesaria una estrategia enfocada a impulsar la configuración de una marca corporativa con un imago tipo asociado, que sirva para la promoción específica de productos y servicios turísticos prestados en el destino. Esta estrategia viene acompañada de la creación de un nuevo manual de Identidad Corporativa que aclare la utilización de los diferentes logotipos y marcas con los que cuenta el destino.</p> <p>Para garantizar el correcto desarrollo de esta actuación se considera relevante mantener una coordinación en la comunicación estratégica con lo establecido en la acción de desarrollo del Plan de Marketing (A.1.6).</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de materiales promocionales producidos y distribuidos que contengan la nueva marca. - Frecuencia con la que el nuevo logo aparece en la promoción de eventos turísticos, ferias, conferencias, y actividades en las que Benalmádena participe. - Implementación de Manual de Identidad Corporativa. - Coste de la reconfiguración o adaptación de la marca existente a la promoción turística.

Ficha 7

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.7. Adhesión de Benalmádena a certificados de calidad a nivel de destino y de sus empresas locales
Descripción	<p>Los viajeros actuales buscan, entre otros elementos, garantías que aseguren la calidad y satisfacción de los productos y servicios turísticos que adquieren. Por lo que se solicitará la adhesión de Benalmádena a certificados de calidad tanto a nivel de destino turístico, como de sus correspondientes empresas, para mejorar su posicionamiento a través de esta ventaja competitiva a todos los niveles.</p> <p>Por un lado, se llevarán a cabo las gestiones necesarias para solicitar la adhesión a certificados de calidad de destinos turísticos con el objetivo de garantizar estándares de protección solar en el destino Benalmádena.</p> <p>Por otro lado, se realizarán acciones de promoción y asesoramiento entre las empresas, para promover su adhesión a estos certificados de calidad. Los certificados que se recomiendan son el SICTED de destinos en base a la Q de calidad turística, la S de Sostenibilidad del Instituto de Calidad Turística Española y el certificado Soludable.</p>
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de certificados de calidad de destinos a los que se ha adherido Benalmádena. - Número de actividades promocionales realizadas entre las empresas. - Número de asistentes a las actividades organizadas para las empresas. - Número de empresas o autónomos que han solicitado asesoramiento para adherirse a algún certificado. - Número de empresas o autónomos que han logrado adherirse a algún certificado gracias a la actividad.

Ficha 8

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.8. Realización de acciones de formación en digitalización y sostenibilidad entre el sector empresarial local
Descripción	<p>En el sector turístico actual resulta fundamental la digitalización de los servicios, la adopción del principio de sostenibilidad en la operativa para garantizar la competitividad en el mercado, y la viabilidad de la actividad a largo plazo, especialmente en el caso de microempresas, PYMEs y personas autónomas. Por ello, se realizarán acciones de formación y concienciación en cuanto a estos elementos, para incentivar la adopción de los mismos en sus correspondientes actividades productivas.</p> <p>De un lado, se proporcionará un nivel mínimo de conocimiento sobre la digitalización, que contemple una planificación digital coherente y unas herramientas básicas principales (sitio web, motores de reserva y venta <i>online</i>), así como también se promoverá la incorporación de tecnologías más avanzadas y accesibles que tengan viabilidad de aplicación en sus negocios.</p> <p>Por otro lado, se concienciará en cuanto al desarrollo sostenible para no sólo abordar eficientemente el cambio hacia el nuevo modelo productivo en turismo, sino también para obtener una mayor rentabilidad debido al creciente interés que muestran los viajeros en este ámbito.</p> <p>Esta actuación permitirá incrementar la competitividad y rendimiento económico de los negocios locales, así como incentivar el emprendimiento de negocios turísticos entre la población residente.</p>
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de actividades formativas realizadas. - Número de asistentes a las actividades formativas realizadas. - Número de empresas y autónomos que han mejorado su digitalización/sostenibilidad gracias a su participación en las actividades. - Número de nuevas empresas y autónomos dados de alta gracias a su participación en las actividades.

Ficha 9

Línea estratégica	1. Productos y competitividad
Actuación	1.9. Puesta en valor de recursos y establecimientos ubicados en Benalmádena Pueblo
Descripción	<p>La mayor parte de los visitantes (turistas y excursionistas) que recibe Benalmádena se concentran en el litoral, dando pie a la existencia de ciertos desequilibrios económicos entre la costa y el interior. Por este motivo se diseñarán diferentes acciones, a implementar por parte de la Oficina de Turismo y otros agentes locales, que permitan poner en valor los recursos de interés turístico y los establecimientos locales que se encuentren en Benalmádena Pueblo. La finalidad será redirigir los flujos de turistas, característicos de la zona de costa, al interior del territorio.</p> <p>Esta actuación permitirá incrementar la visibilidad y el rendimiento económico de los negocios ubicados en el interior del municipio, además de reducir la concentración de turistas en el litoral, evitando el posible descontento de la población residente de esta zona por la percepción de saturación turística.</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de acciones promocionales diseñadas e implementadas. - Variación porcentual anual del número de turistas recibidos por estos negocios del interior (antes y después de la acción de puesta en valor).

Ficha 10

Línea estratégica	2. Sostenibilidad y transición verde
Actuación	2.1 Creación de un Plan Especial como instrumento regulador de las Viviendas de Uso Turístico en el municipio
Descripción	<p>La proliferación de las viviendas de uso turístico en el municipio, hasta convertirse en el alojamiento predominante a nivel local, representa uno de los mayores desafíos para la población residente. Por ello, se diseñará un plan que gestione estos establecimientos para garantizar en todo momento que el desarrollo de su actividad se realice de forma acorde a las peculiaridades y el entorno de Benalmádena. El plan debe incrementar los efectos positivos y mitigar los impactos negativos que se perciban a nivel local.</p> <p>En base a la realización de un estudio previo de impactos, este documento será elaborado por el Ayuntamiento con la colaboración de todas las partes implicadas en esta materia. De esta forma, se considerarán en la medida de lo posible, los intereses de todos los agentes involucrados en el territorio, además de contar con diferentes puntos de vista que resulten de interés para este Plan.</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración del Plan de Regulación de VUT a nivel municipal. - Número de actuaciones participativas realizadas para su elaboración. - Número de agentes participantes/involucrados en su elaboración. - Variación porcentual anual del número de VUT disponibles en el destino.

Ficha 11

Línea estratégica	2. Sostenibilidad y transición verde
Actuación	2.2. Refuerzo de servicios de limpieza y coordinación de servicios públicos en épocas de alta demanda turística
Descripción	<p>El objetivo de esta acción involucra a los servicios operativos del Ayuntamiento en una doble vertiente:</p> <p>Por un lado, la limpieza de algunas zonas estratégicas del destino puede verse comprometida por la intensa actividad turística en época estival, generando problemas en entornos como la franja costera.</p> <p>Por otro lado, el cronograma de obras e intervenciones del espacio público debe coordinarse con el calendario del sector turístico para evitar incomodidades a la población local y a los turistas en temporada alta, con el fin de que no afecte de forma negativa a la imagen de Benalmádena y a la experiencia de los visitantes.</p> <p>Esta actuación busca solucionar principalmente la problemática de coordinación de servicios, para lo cual se deben tener en cuenta las siguientes actuaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un diagnóstico de las zonas con mayor necesidad de limpieza durante épocas de alta demanda turística. - Fomentar la cooperación con los grupos de interés del sector turístico para que puedan comunicar incidencias relacionadas con la limpieza del espacio público. - Coordinar el calendario de obras e intervenciones urbanas con los ciclos de demanda turística, planificando en las mismas las pausas durante los meses de mayor demanda que permitan la actividad turística.
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de un mapa de zonas turísticas tensionadas con incidencias de limpieza y malos olores. - Creación de un canal de comunicación directo entre los servicios operativos y de limpieza del Ayuntamiento y los actores del sector turístico, siguiendo el modelo de “Chat verde” que existe para la ciudadanía. - Número de acciones de divulgación del citado canal. - Número de incidencias recibidas a través del canal. - Calendario de obras en las vías y espacios públicos en función de la estacionalidad turística. - Número de obras de la vía pública con previsión de pausa durante la temporada alta.

Ficha 12

Línea estratégica	2. Sostenibilidad y transición verde
Actuación	2.3. Priorización de las medidas de adaptación climática y eficiencia energética
Descripción	<p>Benalmádena cuenta con numerosas iniciativas de adaptación climática (sequía, lluvias torrenciales...), eficiencia energética y ahorro de recursos naturales -especialmente el agua- en sus diferentes planes urbanos, territoriales y de destino. El objetivo de esta acción es ordenar su ejecución, en función de las diferentes prioridades detectadas en el municipio, de manera que no se reiteren las intervenciones en un mismo espacio a lo largo del tiempo, sino que se realicen de forma simultánea.</p> <p>Para ello se precisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisar y recabar las acciones de adaptación climática y eficiencia energética de los planes activos de Benalmádena. - Realizar un cronograma de plazos previstos y ajustar aquellos procesos que permitan realizarse de forma simultánea. - Coordinar esta actuación con la A.2.2 para seguir el mismo criterio de intervenciones durante la temporada alta de demanda turística.
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Listado de acciones de adaptación climática y eficiencia energética. - Tiempo ahorrado tras el ajuste del cronograma. - Número de procesos realizados de forma simultánea.

Ficha 13

Línea estratégica	2. Sostenibilidad y transición verde
Actuación	2.4. Comunicación de acciones de mejora orientadas a la ciudadanía a través de la riqueza generada por el turismo
Descripción	<p>El desarrollo de la actividad turística en un territorio requiere de un beneficio social en mejoras orientadas a sus residentes en línea con la sostenibilidad social del turismo en Benalmádena.</p> <p>Se debe establecer una serie de medidas que el residente identifique para la sociedad local a través de la riqueza generada por el turismo. Es el caso de la financiación de eventos culturales, las medidas para mejorar la calidad de las infraestructuras, los servicios sanitarios, el empleo o la formación. Es imprescindible informar de cómo se reinvierte en la mejora de servicios e infraestructuras debido a lo que el sector turístico genera en el municipio. El proyecto SOSTUR indica en que se gasta cada euro ingresado por turismo.</p> <p>Por tanto, se requiere la realización de</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incentivar el consenso entre los organismos de gobierno municipal para acordar el mecanismo de distribución de los beneficios/impactos económicos del turismo - La coordinación del gobierno local para acordar las áreas de inversión más apropiadas - Informar a los ciudadanos de los resultados obtenidos a través de memorias anuales de los beneficios/impactos económicos generados por el turismo. <p>Esta iniciativa busca que los ciudadanos de Benalmádena tengan una visión transparente sobre los impactos económicos del turismo en Benalmádena, el impulso a la economía local y mejora de la calidad de vida en el municipio en diferentes ámbitos económicos y sociales.</p>
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de acciones recogidas en la memoria. - Presentación a la ciudadanía de la memoria. - Número de publicaciones de la memoria en los medios.

Ficha 14

Línea estratégica	2. Sostenibilidad y transición verde
Actuación	2.5. Captación del turismo de proximidad del ámbito andaluz y nacional
Descripción	<p>Los mercados de proximidad suponen un porcentaje muy elevado de turistas de Benalmádena, especialmente aquellas personas procedentes de las provincias andaluzas de Córdoba, Cádiz, Sevilla y Granada, que, junto con la provincia de Madrid, suman un total de 3 de cada 4 turistas españoles que visitan el destino. Por ello, se propone reforzar las actividades de promoción dirigidas a estos mercados, contribuyendo a equilibrar la dependencia del segmento internacional y a aliviar la huella de carbono de los turistas del destino.</p> <p>Se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profundizar en el perfil del turista de proximidad residente en España, desde el punto de vista sociodemográfico y psicográfico. - Orientar las acciones de comunicación y promoción del destino en estos mercados hacia esos productos en el Plan de Marketing (Acción 1.5). - Realizar alianzas de promoción con los <i>influencers</i> naturales de dos de los principales mercados de proximidad emisores, Córdoba y Madrid, haciéndoles embajadores del destino (coordinado con la Acción 1.5 de Plan de Marketing).
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Informes sobre el perfil del turista de proximidad. - Número de acciones de comunicación realizadas. - Número de campañas de comunicación de <i>influencers</i> realizadas.

Ficha 15

Línea estratégica	2. Sostenibilidad y transición verde
Actuación	2.6. Integración de servicios de ocio turístico en una tarjeta: Benalmádena Card
Descripción	<p>La tarjeta turística es una forma de comercialización muy utilizada por los grandes destinos turísticos a nivel mundial, ya que permiten incluir diferentes ofertas de empresas individuales, así como de paquetes turísticos prediseñados y comercializarlos de forma sencilla. El soporte admite otras posibilidades, como ofertas y descuentos especiales en productos y servicios complementarios, como el propio transporte público.</p> <p>Esta tarjeta puede integrar el servicio de transporte público de Benalmádena de forma paralela a la tarjeta de transporte existente, de forma que incentive el uso del servicio por parte de los turistas en detrimento del vehículo particular. Además, ofrece un complemento atractivo a la población residente que aún no sea usuaria del transporte público, que también puede verse beneficiada por estas ofertas.</p> <p>Esta acción debe coordinarse con la acción 3.5 (<i>marketplace</i>) y con la acción 1.1. (club de producto de ocio), para aprovechar las sinergias entre la nueva plataforma de comercialización y los nuevos paquetes de ocio que puedan surgir.</p>
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de servicios adheridos a la tarjeta turística. - Número de tarjetas emitidas tras su implantación.

Ficha 16

Línea estratégica	3. Gestión y transición digital
Actuación	3.1. Potenciación de la Mesa de Turismo entre la población residente y el sector empresarial local
Descripción	<p>Se potenciará la actual Mesa de Turismo presencial y virtual a través de una planificación regular y del fomento de su uso entre los agentes locales.</p> <p>Se incentivará la participación de la población residente a través de representantes de la sociedad civil organizada, trabajadores turísticos y sus representantes, el empresariado turístico a través de sus asociaciones y representantes de las áreas municipales con mayor incidencia en el desarrollo turístico (urbanismo, medioambiente, empleo, cultura, extranjeros...). A su vez, se programarán de forma periódica (cada dos meses) las Mesas de Turismo presenciales para las cuales se deberá definir de manera oficial a los integrantes.</p> <p>Este tipo de foros suponen un mecanismo eficiente para tratar las cuestiones y problemáticas vigentes, además de debatir las temáticas que se detecten a través del buzón de sugerencias proporcionado por la Mesa de Turismo virtual.</p> <p>Las acciones que componen esta actuación son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Designación de un representante de cada agente local para su asistencia a la Mesa de Turismo. - Definición de procedimientos básicos de funcionamiento y canales de información y comunicación - Identificación de problemas de interés turístico y alcance interdepartamental. - Promoción del empleo de la Mesa de Turismo virtual entre toda la ciudadanía y personas implicadas en el sector turístico local.
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Fecha de publicación interna de los integrantes de la mesa. - Fecha de publicación interna del reglamento de funcionamiento. - Número de reuniones mantenidas - Número de acciones anuales incentivadas por la Mesa de Turismo. - Número de usuarios que han empleado la Mesa de Turismo virtual.

Ficha 17

Línea estratégica	3. Gestión y transición digital
Actuación	3.2. Digitalización de rutas y senderos locales
Descripción	<p>El diagnóstico previo de la situación del destino ha permitido conocer los diferentes recursos actuales y potenciales del municipio relacionados con el entorno natural, donde aquellos relacionados con la práctica de actividades al aire libre constituye una de las tendencias clave entre la demanda turística.</p> <p>Se considera fundamental garantizar la adecuación y la accesibilidad a este tipo de recursos en el entorno natural de Benalmádena con la mejora de instalaciones físicas, facilitando su accesibilidad y visibilidad digital.</p> <p>Para abordar este enfoque desde una perspectiva integral se considera esencial la realización de siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incorporación de todas las rutas de senderismo y de turismo activo del entorno natural de Benalmádena en la plataforma Wikiloc. - Integrar los senderos digitalizados en las páginas de información turística sobre el municipio. - Elaboración de un repositorio digital de fotos y recursos multimedia de calidad de rutas y senderos para incorporarlos en las plataformas de consulta y visualización de este tipo de recursos.
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Número de rutas actuales y nuevas digitalizadas a través del sistema Wikiloc. - Número de sitios donde aparecen integradas las rutas digitalizadas. - Número de recursos multimedia creados para cada ruta.

Ficha 18

Línea estratégica	3. Gestión y transición digital
Actuación	3.3. Desarrollo de un mapa interactivo de establecimientos y recursos locales georreferenciados para los recursos digitales de Turismo Benalmádena
Descripción	<p>La digitalización de recursos y contenidos permite no sólo ampliar su alcance y accesibilidad para los turistas, sino también brinda la posibilidad de gestionar dichos recursos de manera más eficiente y sostenible, al ofrecer la personalización de servicios y experiencias. Mediante esta acción se pretende facilitar la búsqueda y disfrute de los recursos del destino turístico, centralizando la información disponible sobre estos.</p> <p>Concretamente se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación un espacio digitalizado interactivo que se pueda emplear tanto en la web, como en los paneles digitales informativos en las Oficinas de Turismo. En este espacio se recogen todos los recursos turísticos del municipio y se accede a la descripción completa, información sobre los precios, horarios y otra información de interés. - Integración de funciones de gestión, consulta y descarga personalizada de la información de interés para el turista, de modo que pueda seleccionar una serie de recursos o productos y generar su propia ruta por el destino.
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación del mapa interactivo en los recursos digitales de Turismo Benalmádena. - Número de establecimientos, recursos y productos locales georreferenciados y digitalizados.

Ficha 19

Línea estratégica	3. Gestión y transición digital
Actuación	3.4. Introducción de mejoras en la usabilidad y accesibilidad de la web de Turismo Benalmádena
Descripción	<p>Las herramientas digitales representan un elemento fundamental de posicionamiento en el mercado turístico actual, por lo que se debe garantizar la accesibilidad, el uso correcto y eficiente del sitio web de promoción turística del municipio. Para ello se prevé:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de diferentes directrices y códigos de accesibilidad web con referencia a la W3C de niveles de accesibilidad, con la finalidad de asegurar el uso de la web Turismo de Benalmádena a turistas potenciales y a todas las personas, incluyendo personas con discapacidad y personas de edad avanzada, de forma autónoma o mediante las ayudas técnicas pertinentes (herramientas de lectura, colores fácilmente legibles, tamaño de letra adecuado...). - Mejora de la usabilidad de la web dotándola de recursos e información de utilidad para los usuarios: aumentar y mejorar la calidad del banco de imágenes del municipio y los recursos/establecimientos locales, actualizar los eventos y actividades programadas en la agenda cultural, etc. - Mejora de aspectos técnicos relativos a la navegación dentro de la web, como la velocidad y la seguridad del sitio.
Prioridad	Media
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de protocolos de accesibilidad web en Turismo Benalmádena. - Número de mejoras de usabilidad y navegación incorporadas al sitio web. - Sesión media de los usuarios que visitan la web.

Ficha 20

Línea estratégica	3. Gestión y transición digital
Actuación	3.5. Creación de un <i>marketplace</i> turístico con productos y servicios locales
Descripción	<p>Los avances en la digitalización han permitido mejorar el posicionamiento, visibilidad y sostenibilidad de las empresas, siendo especialmente relevante en los destinos turísticos con un elevado índice de competitividad. Se considera, por lo tanto, de interés para Benalmádena implementar una solución digital que facilite el acceso a los productos y servicios turísticos en términos comerciales y fortalezca su posicionamiento competitivo.</p> <p>Se desarrollará una herramienta de comercialización <i>online</i> que permita poner a disposición de los usuarios en un único espacio, todo tipo de productos y servicios de los negocios de Benalmádena, incentivando el consumo local y de cercanía entre los turistas y el municipio.</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición del <i>marketplace</i> local. - Fecha de su puesta en funcionamiento. - Número de empresas participantes. - Número de transacciones realizadas a través de la herramienta.

Ficha 21

Línea estratégica	3. Gestión y transición digital
Actuación	3.6. Priorizar la creación de una plataforma de inteligencia turística presente en los planes vigentes en Benalmádena
Descripción	<p>El análisis de datos turísticos y territoriales, junto a su posterior interpretación, son elementos primordiales para una correcta gestión del destino turístico.</p> <p>Se desarrollará una plataforma digital que pueda conectarse de forma interoperable mediante APIs a fuentes de información de acceso abierto que proporcionen datos de Benalmádena. En segundo lugar, deberá sintetizar y procesar esta información para su posterior uso; y por último, debe permitir la visualización gráfica de los diferentes datos a través de cuadros de mandos intuitivos que faciliten su interpretación.</p> <p>Esta herramienta será compatible con la incorporación de posibles indicadores turísticos que se planteen a nivel local y/o se extraigan de iniciativas en las que participe Benalmádena, como la estrategia actual de DTI, EDUSI y otros.</p>
Prioridad	Alta
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de la plataforma de inteligencia turística. - Número de fuentes de información conectadas. - Número de indicadores turísticos desarrollados. - Número de cuadros de mando creados para la síntesis e interpretación de la información. - Número de usuarios de la plataforma. - Número de acciones de divulgación y formación entre los agentes de interés del sector turístico para el manejo de la plataforma.

6. CRONOGRAMA

ACTUACIONES	2025			2026			2027			2028			2029			2030		
	Q1	Q2	Q3															
1.1. Creación de un club de producto turístico temático de ocio y turismo azul																		
1.2. Innovación y mejora de segmentos estratégicos: MICE, naturaleza, gastronomía, idiomas y cultura																		
1.3. Creación de un plan de recuperación del uso de los espacios del Parque Tívoli																		
1.4. Desarrollo y ejecución de las acciones de modernización y mantenimiento propuestas en el Plan de Dinamización del Puerto Deportivo																		
1.5. Elaboración del Plan de Marketing																		
1.6. Definición de una marca para el destino turístico de Benalmádena																		
1.7. Adhesión de Benalmádena a certificados de calidad a nivel de destino y sus empresas locales																		
1.8. Realización de acciones de formación en digitalización y sostenibilidad entre el sector empresarial local																		
1.9. Puesta en valor de los recursos y establecimientos ubicados en Benalmádena Pueblo																		
2.1. Creación de un Plan Especial como instrumento regulador de las Viviendas de Uso Turístico en el municipio																		
2.2. Refuerzo de servicios de limpieza y coordinación de servicios públicos en épocas de alta demanda																		
2.3. Priorización de las medidas de adaptación climática y eficiencia energética																		
2.4. Comunicación de acciones de mejora orientadas a la ciudadanía a través de la riqueza generada por el turismo																		
2.5. Captación del turismo de proximidad del ámbito andaluz y nacional																		
2.6. Integración de servicios de ocio turístico en una tarjeta: Benalmádena Card																		
3.1. Fomento de la colaboración y participación de residentes y empresas en la Mesa de Turismo																		
3.2. Digitalización de rutas y senderos locales																		
3.3. Creación de un mapa interactivo de establecimientos y recursos locales georreferenciados para los recursos digitales de Turismo Benalmádena																		
3.4. Introducción de mejoras en la usabilidad y accesibilidad de la web de Turismo Benalmádena																		
3.5. Despliegue de un <i>marketplace</i> turístico con productos y servicios locales																		
3.6. Creación de una plataforma de inteligencia turística para la toma de decisiones del destino																		

PLAN ESTRATÉGICO Y DE CALIDAD TURÍSTICA DE BENALMÁDENA

2025-2030

