UNNIUN
BUSINESS
EDUCATION

MESA REDONDA · TURISMO DEPORTIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

El turismo deportivo en Alicante

DIAGNÓSTICO, MODELO Y GOBERNANZA

Francisco Monllor Fuster

Grupo SIRHO · Universidad de Alicante · 6 de octubre de 2026

PUNTO DE PARTIDA

Por qué merece un análisis propio

El turismo deportivo no se estudia como actividad aislada, sino como un componente más del sistema turístico de la ciudad, interdependiente del territorio, el alojamiento, la movilidad, los eventos, los residentes y la gobernanza.

RAZÓN 1 · ECONÓMICA Y ESTRATÉGICA

Diversifica, alarga la temporada y atrae mejor gasto

Permite crear productos especializados y captar visitantes con estancias y gasto potencialmente superiores a los del turista convencional.

RAZÓN 2 · METODOLÓGICA

Hay un estudio aplicado de referencia

El informe técnico encargado por el Ayuntamiento de Alicante (2026) es una fuente primaria que permite un nivel de detalle que no existe para otros segmentos.

MARCO CONCEPTUAL

De actividad complementaria a industria

Turismo de eventos

Asistir a competiciones y acontecimientos deportivos.

Turismo activo

Viajar para practicar deporte. Con el de eventos, el más relevante en el Mediterráneo gracias al clima.

Turismo nostálgico

Visitar lugares ligados a la historia y la cultura del deporte.

Su valor va más allá del gasto

- Estancias largas, servicios especializados y visitas repetidas.
- Activa el espacio público y fomenta hábitos saludables entre los residentes.
- En los eventos, lo que cuenta es el **legado**: infraestructuras, redes, reputación, posicionamiento.
- Conecta con la **economía azul**: mar, deporte, turismo e innovación.

DATOS Y MÉTODO

Cómo se ha estudiado

Fuentes

- Estadísticas internacionales, nacionales, autonómicas y locales.
- Sistema de Inteligencia Turística de Alicante.
- Revisión bibliográfica: turismo deportivo y eventos, economía azul, sostenibilidad.

Tres herramientas estratégicas

- **Benchmarking** nacional e internacional.
- **DAFO-CAME** para pasar del diagnóstico a líneas de actuación.
- **Escenarios prospectivos** con horizonte 2035.

Una limitación que es también un resultado

Alicante no dispone de una estadística específica de turistas con motivación deportiva (número, gasto, estancia). Las cifras son **órdenes de magnitud**, no mediciones exactas, y esa carencia justifica crear un sistema propio de indicadores de turismo deportivo.

DIAGNÓSTICO · RECURSOS

El territorio como infraestructura deportiva

La principal ventaja de Alicante es un conjunto de recursos que ninguna inversión convencional puede reproducir.

Clima

Insolación alta y temperaturas moderadas gran parte del año: amplía el calendario de práctica y capta demanda en temporada media y baja. Clave para ciclismo, running, triatlón y resistencia.

Mar

Náutica y aguas abiertas: canal balizado de Serra Grossa (más de 2.000 m en la Albufereta) e isla de Tabarca. Conecta con la relación histórica con el Mediterráneo y con la economía azul.

Montaña

El relieve interior está a pocos kilómetros del litoral: ciclismo, senderismo, trail y entrenamiento en un radio reducido.

Convertir el territorio en producto exige infraestructuras complementarias, servicios especializados y organización.

DIAGNÓSTICO · INFRAESTRUCTURAS Y ACTORES

Una red amplia, pero poco articulada

Infraestructuras abiertas

Playas, paseos, viario, parques y espacios naturales que sirven para hacer deporte sin recintos específicos. Útiles para el turista y para el residente, y mejoran el espacio público. El canal de Serra Grossa es el ejemplo más claro.

Sistema náutico

Puertos, clubes, instalaciones y servicios ligados al mar: la pieza estratégica del componente azul del modelo.

El ecosistema

- Clubes y federaciones
- Empresas especializadas y turísticas
- Administraciones públicas y autoridad portuaria
- Universidad de Alicante como polo de conocimiento

Que existan es condición necesaria, pero no suficiente: la competitividad depende de la calidad, estabilidad y densidad de las relaciones entre ellos.

El aeropuerto abre los mercados europeos

El aeropuerto Alicante-Elche Miguel Hernández, por su volumen y sus conexiones directas, es uno de los grandes activos competitivos: en turismo deportivo el desplazamiento forma parte de la experiencia.

Mercado emisor	Productos con mayor afinidad
Reino Unido y Alemania	Golf, ciclismo, senderismo y productos de bienestar
Países Bajos y Bélgica	Ciclismo, running, triatlón y actividades náuticas
Países escandinavos	Ciclismo, running, triatlón y actividades náuticas

Diversificar por producto y por mercado reduce la dependencia de una sola modalidad u origen y hace al destino más resistente a los vaivenes de la demanda.

DIAGNÓSTICO · BALANCE

Un subsistema deportivo en construcción

Condiciones de partida favorables

- Clima que alarga la temporada
- Litoral y relieve interior cercanos
- Red de instalaciones y espacios abiertos
- Ecosistema institucional, empresarial y asociativo
- Conectividad aérea con los mercados europeos

pero

La brecha está en la gobernanza

- Recursos y competencias repartidos entre administraciones, clubes, federaciones, empresas, puerto y universidad
- Sin estructuras consolidadas de coordinación
- Activos de alta calidad que no generan sinergias entre sí

La pregunta ya no es si Alicante tiene recursos, sino cómo articularlos para generar especialización, diferenciación y valor.

DEL RECURSO AL MODELO

Alicante Blue Sports Destination

No describe una realidad consolidada: es una propuesta estratégica que ordena bajo un marco común recursos y productos con distinto grado de desarrollo.

1

Economía azul

Marco territorial y de sostenibilidad.

2

Cartera de productos

Diversificada por mercados y épocas del año.

3

Activos de posicionamiento

Con The Ocean Race al frente.

EL MODELO · ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE

Tres dimensiones que suelen ir por separado

Turismo deportivo

Actividad económica, motivación de viaje y generador de experiencias especializadas.

Economía azul

Aprovechamiento sostenible del medio marino, con innovación y conservación de los ecosistemas.

Calidad de vida mediterránea

Clima, espacio público, bienestar y la posibilidad de hacer deporte en un entorno urbano y litoral.

El modelo no busca promocionar más actividades deportivas, sino construir una relación reconocible entre **deporte, mar, territorio, bienestar y experiencia urbana** y convertirla en una propuesta de posicionamiento propia.

Cuatro productos principales, muchos complementarios

Náutico

Posición central: relación directa con el mar y la economía azul. Segmentos especializados y de mayor valor añadido.

Ciclismo

Cicloturismo y training camps. Clima, litoral e interior cercanos: atrae deportistas cuando en el norte de Europa no se puede rodar.

Running, triatlón y aguas abiertas

Inversión reducida: usan la ciudad, el litoral y el espacio público como infraestructura.

Golf

Producto consolidado en la Costa Blanca, segmentos internacionales de gasto alto y actividad en temporada media y baja.

+ deportes de playa, senderismo, turismo activo y bienestar

La diversificación reparte riesgos, distribuye la actividad a lo largo del año y facilita adaptarse a los cambios de la demanda.

EL MODELO · ACTIVO DE POSICIONAMIENTO

The Ocean Race: más que un evento

Asocia Alicante con innovación, conocimiento del mar, sostenibilidad y cooperación internacional. Su valor está en convertir un acontecimiento periódico en un activo permanente: el **legado**.

SALIDA 2022-2023 · ESTUDIO PWC (2023)

71,6 M€
aportación al PIB español (58,5 M€ en la Comunitat Valenciana)

+1.200
empleos equivalentes a tiempo completo

+300.000
visitantes al Ocean Live Park

BALANCE ACUMULADO DESDE 2009 · AYUNTAMIENTO (2026)

1,65 M
visitantes

+8.000
puestos de trabajo

467 M€
aportación acumulada al PIB

Las dos series no se suman entre sí ni a la estimación general del turismo deportivo: pueden solaparse con otras categorías de gasto.

EL MODELO · IMPACTO ECONÓMICO

Órdenes de magnitud, no mediciones

ESCENARIO DE REFERENCIA (HOY)

≈ 60 M€

impacto directo estimado

≈ 96 M€

impacto total con multiplicador 1,60

ESCENARIO DE CRECIMIENTO 2035

≈ 114 M€

impacto directo estimado

≈ 183 M€

impacto total con el mismo multiplicador

- Cálculo simplificado: turistas deportivos estimados × estancia media × gasto diario. El multiplicador 1,60 es un supuesto de modelización, no un valor observado en Alicante.
- Posible doble contabilización: un turista deportivo consume también sol y playa, gastronomía, bienestar o eventos.
- Lo relevante es la **cadena de valor** que activa: alojamiento, restauración, transporte, instalaciones, comercio especializado, eventos y servicios técnicos.

Beneficios que hay que construir, no dar por hechos

Social

Las mismas inversiones sirven a visitantes y residentes: espacios para la actividad física, uso deportivo del litoral, vitalidad urbana y hábitos saludables.

Ambiental

La práctica en espacios costeros y naturales presiona ecosistemas sensibles si crece sin planificar. Exige capacidad de carga, gestión de residuos, movilidad sostenible y adaptación climática.

Desestacionalización

Muchas modalidades tienen su mejor época en primavera, otoño e incluso invierno: reparte la actividad, el empleo y el uso de infraestructuras a lo largo del año y alivia los picos de presión.

Algunas modalidades suman en positivo al medio ambiente: movilidad activa, uso de infraestructuras existentes y sensibilización sobre el valor del litoral y los ecosistemas marinos.

EL MODELO · AGENDA 2030

Alineación con seis Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS 3
Salud y bienestar
Actividad física, envejecimiento activo, hábitos saludables.

ODS 8
Trabajo y crecimiento
Actividad y empleo, menos estacionalidad, tejido empresarial deportivo-turístico.

ODS 11
Ciudades sostenibles
Uso activo del espacio público, movilidad no motorizada, mejores infraestructuras urbanas.

ODS 13
Acción por el clima
Adaptación climática y modalidades con menos emisiones.

ODS 14
Vida submarina
El componente azul: protección de ecosistemas marinos y educación oceánica.

ODS 17
Alianzas
Cooperación entre administraciones, deporte, turismo, universidad, puerto y municipios.

La alineación no garantiza la sostenibilidad, pero da un marco para fijar objetivos e indicadores y conecta con programas de financiación europea.

POSICIONAMIENTO · BENCHMARKING

Qué enseñan los destinos de referencia

ESPAÑA

Destino	Lección para Alicante
La Nucía	Apuesta institucional continuada y liderazgo público estable
Benidorm	El deporte como herramienta de desestacionalización en un destino maduro
Málaga	Deporte integrado en una estrategia de ciudad, innovación y transformación urbana
Mallorca	Especialización reconocible en cicloturismo, con comercialización internacional

INTERNACIONAL

Destino	Lección para Alicante
Algarve	Cooperación supramunicipal para una oferta integrada
Costa Azul	Deporte, litoral y estilo de vida en una propuesta de alto valor percibido
Croacia	Recursos naturales y autenticidad como eje del turismo activo
Malta	Deporte como vía de apertura internacional y diversificación

Los líderes no se distinguen por tener mejores recursos, sino por convertirlos en productos estructurados y sostener mecanismos estables de cooperación.

POSICIONAMIENTO · ÍNDICE SINTÉTICO DE COMPETITIVIDAD DEPORTIVA

Fuerte en recursos, flojo en gobernanza

8,3/10

Valor sintético de Alicante en la escala interna del estudio. Instrumento exploratorio propio: no es un ranking ni una escala validada externamente.

Dimensiones mejor valoradas

Clima · Conectividad · Oferta turística

Dimensiones con más margen de mejora

Gobernanza, y en menor medida eventos e infraestructuras

Su utilidad no es dar una nota absoluta, sino hacer visibles las diferencias entre componentes del subsistema. Converge con el diagnóstico cualitativo y con el benchmarking.

POSICIONAMIENTO · DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

DAFO-CAME: corregir antes que ampliar

Fortalezas · mantener

- Clima y conectividad aérea
- Litoral y espacios naturales cercanos
- Planta turística consolidada

Debilidades · corregir

- Gestión fragmentada
- Sin estructura estable de coordinación
- Escasa integración y comercialización conjunta

Oportunidades · explotar

- Auge del turismo activo, la salud y el bienestar
- Economía azul
- Programas europeos de sostenibilidad e innovación

Amenazas · afrontar

- Más competencia entre destinos
- Cambio climático
- Saturación de espacios o momentos si se crece sin planificar

La cuestión no es qué recursos adicionales necesita Alicante, sino qué estructuras permiten coordinar los que ya posee.

GOBERNANZA · HACER OPERATIVO EL MODELO

Primero organizar, luego ampliar

Mesa de gobernanza del destino deportivo

Estructura estable que reúna a administraciones, clubes y federaciones, empresas, puerto y universidad en torno a una estrategia compartida. La administración lidera, pero decide con los demás.

Sistema de información e indicadores

Perfiles de demanda, uso de infraestructuras, impacto de eventos, gasto y efectos sociales y ambientales, integrado en la inteligencia turística de la ciudad.

Gobernanza adaptativa 2027-2035

Objetivos verificables y revisiones periódicas: la hoja de ruta como proceso de aprendizaje, no como documento cerrado.

El riesgo más grave es la falta de coordinación

Entre competencia, cambio climático, saturación y descoordinación, esta última combina la mayor probabilidad e impacto, y además reduce la capacidad de responder a todas las demás.

Un primer paso, no una estructura

La convocatoria municipal de mayo de 2026 (hasta 120.000 €) para promocionar Alicante como destino deportivo muestra que hay instrumentos de apoyo, pero no sustituye a una gobernanza estable e integrada.

CONCLUSIONES

La brecha no está en los recursos, sino en su integración

Base competitiva sólida

Clima, litoral, conectividad, diversidad de productos y eventos de proyección internacional sitúan a Alicante entre los destinos con potencial en el Mediterráneo deportivo.

Un modelo claro

Alicante Blue Sports Destination: deporte, economía azul y calidad de vida mediterránea, con una cartera diversificada y The Ocean Race como activo de posicionamiento.

Un mismo diagnóstico desde tres ángulos

Benchmarking, índice de competitividad y DAFO-CAME coinciden: lo que falta es una estrategia estable y compartida que articule lo que ya existe.

La gobernanza es la condición, no el complemento

Coordinar instituciones, empresas, entidades deportivas y universidad es lo que convierte recursos dispersos en ventaja competitiva sostenible.

Disponer de recursos es el punto de partida; la capacidad de coordinación decide cuánto de ese potencial se convierte en valor económico, social y territorial.