



**Estrategias para
desestacionalizar
tu destino.**

Contenidos

1	Benidorm	03
2	Mojácar	06
3	Chaves-Verín	09
4	iUrban	12



1. Benidorm

1. Benidorm

1.1. Acción clave fuera de temporada

¿qué hicisteis, para quién y con qué resultado?

Benidorm comenzó su proceso de **desestacionalización** en **1976** y ha mantenido una ocupación media anual **superior al 80%**. Esto se debe a su clima benigno durante todo el año y a una **estrategia** enfocada en la temporada media.

En los últimos años, el uso de **inteligencia turística** y el **análisis de datos** han sido clave para atraer eventos que **generen demanda en temporada baja**.



Un ejemplo clave es la **evolución de las competiciones deportivas**, un evento de running con pocos participantes fue rediseñado para hacerlo nocturno, diferente y **más atractivo**.

El cambio tuvo un **gran impacto**, de 1,000 corredores en 2018, se pasó a 6,500 en 2024, con un 40% de los participantes provenientes del Reino Unido.

La **estrategia** incluyó colaboraciones con influencers, medios especializados y ferias del sector. Como **resultado**, la ciudad se llena de corredores cada noviembre.

1. Benidorm

1.2. Innovación tecnológica en la experiencia turística

¿Cómo crees que la tecnología debería ayudar para fidelizar y atraer más visitantes?

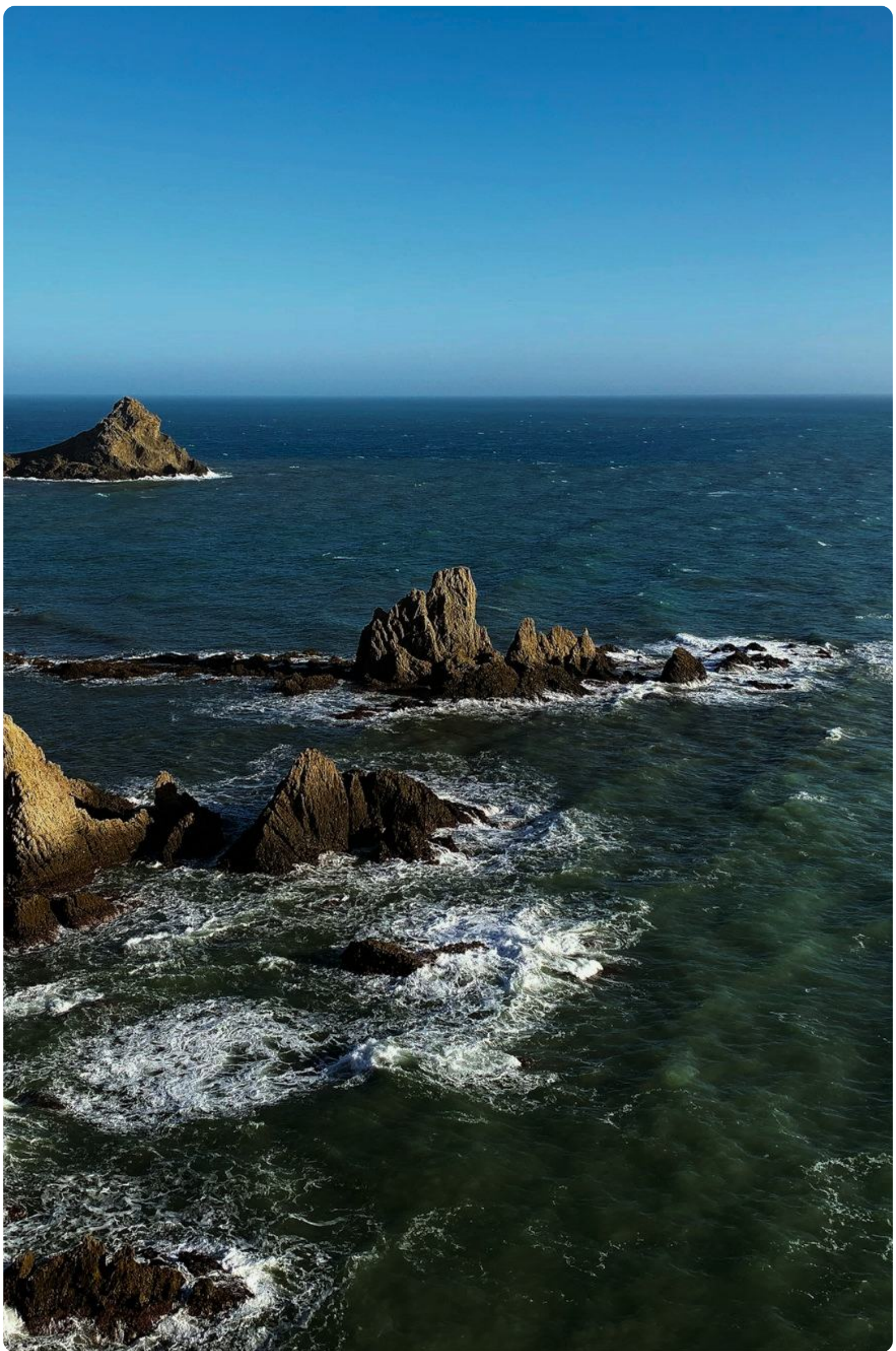
La tecnología es fundamental para conocer a los turistas y adaptar las estrategias de marketing según sus **perfiles**.



Actualmente, están avanzando en **digitalización** con el apoyo de los **Planes de Sostenibilidad** y la futura **PID**, todo liderado por el equipo de **VisitBenidorm**.

Aunque aún hay mucho por mejorar, en **Benidorm** están trabajando en la **fidelización automatizada** y en generar contenido más **adecuado a las preferencias de los turistas**.





2. Mojácar

2. Mojácar

2.1. Acción clave fuera de temporada

¿qué hicisteis, para quién y con qué resultado?



En **Mojácar**, se ha creado un **calendario de actividades** para mantener el destino activo durante **todo el año**, especialmente entre octubre y mayo.

Algunos de los eventos destacados son:

- **Festival Mojácar 5 Estrellas**
- **Yoga y patinaje en la playa:**
Actividades gratuitas los domingos desde octubre hasta mayo.
- **Fiesta Disney**
Evento familiar en noviembre con actividades y personajes en el casco antiguo.
- **Navidad y alumbrado especial**
Con Ferrero Rocher y mercadillo navideño.
- **Feria del outlet**
Feria de moda y arte en febrero.
- **Ciclistas entrenando en invierno**
Equipos profesionales y amateurs eligen Mojácar por su buen clima.

Gracias a estas iniciativas, **Mojácar** ha logrado **mantener el turismo fuera de temporada**, especialmente en otoño e invierno.

Esto ha permitido **fidelizar a los visitantes** familiares y deportivos, consolidando a **Mojácar** como un destino cultural y deportivo **durante todo el año**. Según las encuestas, las pernoctaciones en el primer semestre de 2025 ya superan las 238.116.

2. Mojácar

2.2. Innovación tecnológica en la experiencia turística

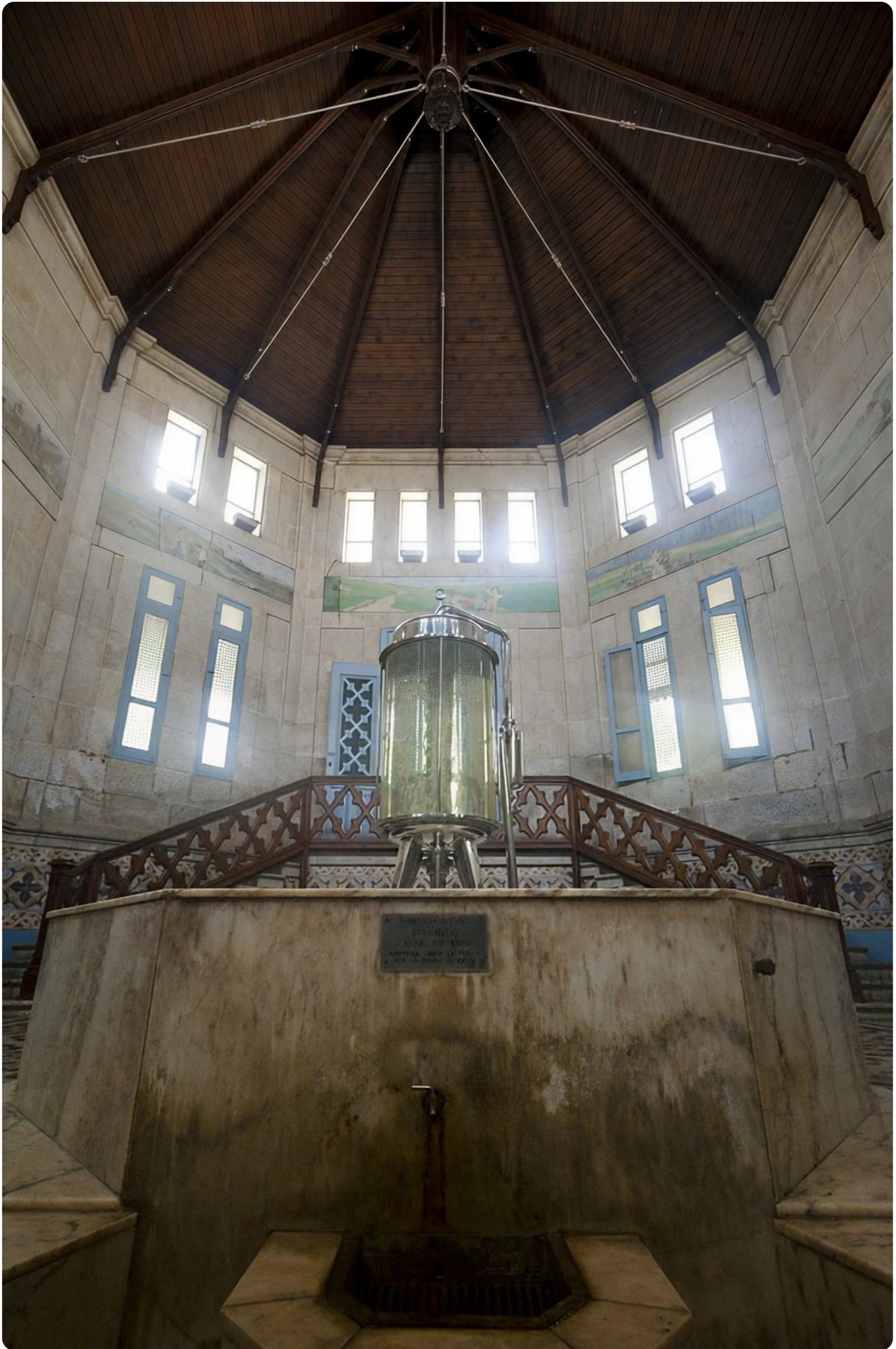
¿Cómo crees que la tecnología debería ayudar para fidelizar y atraer más visitantes?

El papel de la tecnología es **fundamental** para atraer turistas durante todo el año en **Mojácar**. El uso de redes sociales para difundir actividades en tiempo real y **crear campañas segmentadas** para inspirar visitas fuera de temporada es clave.

Además, herramientas como **apps personalizadas**, **rutasy autoguiadas con realidad aumentada**, y el uso de **big data** para **adaptar ofertas** a los intereses de los visitantes, mejoran la experiencia del turista.

Así, **la tecnología juega un papel estratégico** en la **desestacionalización** de **Mojácar** y refuerza su imagen como un destino vivo durante los 365 días del año.





3. Chaves-Verín

3. Chaves-Verín

3.1. Acción clave fuera de temporada

¿qué hicisteis, para quién y con qué resultado?

La Eurociudad Chaves-Verín es un destino transfronterizo que combina Portugal y España sin barreras. Su estrategia para atraer visitantes todo el año se basa en dos productos principales: termalismo y deporte/naturaleza.



1. **Termalismo 360°:** Crearon la Ruta Termal y del Agua, incluyendo balnearios y fuentes históricas, y abrieron Aquae Salutem, el primer complejo de piscinas termales al aire libre en Portugal. Esto ha atraído a turistas de bienestar, especialmente de Galicia y el norte de Portugal.
2. **Deporte y Naturaleza:** Organizaron eventos deportivos como rallies, maratones BTT y senderismo, atrayendo a aficionados y familias activas, con un enfoque en aumentar la ocupación fuera de la temporada alta.

Resultados: Se incrementó la ocupación en temporada baja, consolidando la Eurociudad como un destino activo durante todo el año.

3. Chaves-Verín

3.2. Innovación tecnológica en la experiencia turística

¿Cómo crees que la tecnología debería ayudar para fidelizar y atraer más visitantes?

La tecnología **no es un fin**, sino **un medio** para conocer al visitante, **personalizar su experiencia** y **automatizar la fidelización**.

Algunas acciones clave:

1. **Pasaporte termal digitalizado:** Registro de sellos mediante **QR/NFC**, recompensas y datos de uso.
2. **Planificador inteligente con IA:** Asistente 24/7 multilingüe que diseña itinerarios personalizados y **recopila métricas para optimizar la gestión del destino**.
3. **Gestión basada en datos:** Segmentación de **campañas y ofertas cruzadas**, anticipando picos de ocupación.
4. **Movilidad y aventuras suaves todo el año:** Señalización digital de rutas, paquetes “ride & relax” y propuestas familiares y senior fuera de verano.
5. **Storydoing transfronterizo:** Experiencias culturales **reservables online**, con **contenidos inmersivos** que atraen micro-nichos durante todo el año.





4. iUrban

4. iUrban



En iUrban, utilizamos **Cicerone** para **atraer visitantes todo el año**.

Captamos emails de visitantes a través de **la oficina de turismo o la web**, lo que nos permite enviar contenido **personalizado sobre rutas, fidelizando** a los turistas durante la temporada baja.

Captamos los **emails de los visitantes** desde la **oficina de turismo, la web al planificar su viaje, o señalética interactiva con QR** en puntos estratégicos del destino. Esto nos permite enviarles contenido personalizado y **fidelizarlos** con campañas continuas que los inviten a regresar en temporada baja.

El papel de la tecnología



Cicerone no solo recopila información, sino que también **crea productos turísticos personalizados** según los intereses del visitante.

La IA de **Cicerone** **segmenta mercados y genera campañas** dirigidas a turistas locales, regionales e internacionales.

También **optimiza la accesibilidad, destacando recursos adaptados para atraer a un público** con necesidades específicas y mayor poder adquisitivo.

4. iUrban

También **optimizamos la accesibilidad**, destacando alojamientos y recursos **adaptados** a turistas con **necesidades específicas**, atrayendo así a un público de nivel adquisitivo que busca destinos adaptados.

Finalmente, **medimos el impacto de nuestras campañas**: analizamos tasas de apertura, clics y bajas de suscripción para ajustar nuestra oferta **y seguir mejorando la experiencia del visitante** en cada temporada.

« De los **300 destinos analizados**, alrededor del **20% son de sol y playa**. Su mayor reto es el “después”: **cómo lograr que ese turista vuelva cuando llega el frío**. Benidorm —con **casi 300 espectáculos diarios**— y otros casos como Mojácar recuerdan que hay **ocio y naturaleza** para disfrutar sin masificaciones y con un **precio más amable para familias**. El problema no es la falta de oferta, sino **cómo hacerla llegar** al viajero adecuado. La solución pasa por 3 pasos:

1. **Analizar** la interacción del visitante para perfilar intereses.
2. **Crear producto** atractivo para fuera de temporada.
3. **Comunicar** con un **correo personalizado** que entregue un plan a medida gracias a un CRM

Todo esto **ya es posible con Cicerone**, la IA para destinos turísticos.»



Andrés Martínez

CEO & Co-founder

