



Memoria de actuaciones BENISSA 2017

Departamento de Turismo
Ayuntamiento de Benissa



BENISSA
www.benissa.es

Contenido

GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA	4
ACCIONES POR PRODUCTOS	4
1. SOL Y PLAYA	4
Acción 1.1. DOTACIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA LÚDICO-CULTURAL-FESTIVA EN TEMPORADA ALTA COMO APOYO AL PRODUCTO “SOL Y PLAYA”	4
1.1.1. VIU LA PASQUA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
1.1.2. VIU L’ESTIU	4
1.1.3. HOLA VERANO	5
2. BENISSA GASTRONÒMICA	5
Acción 2.1. MOSTRA GASTRONÒMICA	5
Acción 2.1. #MOSCATELIZATEBENISSA	8
3. TURISMO CULTURAL	10
Acción 3.1. FESTIVAL MULTICULTURAL	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
Acción 3.2. APOYO A LAS AAVV Y ASOCIACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO EN LA REALIZACIÓN DE VISITAS GUIADAS POR EL CENTRO HISTÓRICO DE BENISSA Y PASEO ECOLÓGICO	10
Acción 3.3. RUTA INTERACTIVA CON CÓDIGOS QR POR EL CENTRO HISTÓRICO	10
4. TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO	11
Acción 4.1. APOYO AL DESARROLLO DE EVENTOS DE TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO	11
Acción 4.2. DIFUSIÓN DE RUTAS DE SENDERISMO, SUBMARINISMO, ASÍ COMO DE EVENTOS DEPORTIVOS A TRAVÉS DE SOPORTES OFF Y ON-LINE	12
5. TURISMO EVENTOS	12
Acción 5.1. APOYO A LA PROMOCIÓN DE LOS EVENTOS EN BENISSA	12
Acción 5.2. APOYO A EVENTOS DE INTERÉS ESPECIAL QUE REPERCUTAN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO	12
ACCIONES DE PROMOCIÓN GENERAL Y GESTIÓN TURÍSTICA	13
6. PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LOS MERCADOS EMISORES	13
Acción 6.1. ASISTENCIA A FERIAS TURÍSTICAS	13
Acción 6.2. DIFUSIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	16
Acción 6.3. BENISSA FILM OFFICE	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
7. SOCIAL MEDIA	16
Acción 7.1. BENISSA EN SOCIAL MEDIA	16
Acción 7.2. OBJETIVOS	16
Acción 7.3. SEGUIMIENTO MENSUAL DE BENISSA EN LAS REDES SOCIALES	16
7.3.1. FACEBOOK	16
7.3.2. TWITTER	19
Acción 7.4. OTRAS RRSS Y PLATAFORMAS	22

8.	<i>SUBVENCIONES</i>	24
	ACCIÓN 8.1. PROGRAMA 2.2 IMPULSO A LA IMAGEN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA.	24
	8.1.1. CONTRATACIÓN DE UNA INFORMADORA TURÍSTICA	24
	8.1.2. PROYECTO VIU LA PASQUA Y VIU L'ESTIU A BENISSA 2018	24
	INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS	25
9.	<i>ENCUESTA TOURIST INFO</i>	25
	ACCIÓN 9.1. CAPTACIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS	25
	ACCIÓN 9.2. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO BENISSA	25
	9.2.1. CONCLUSIONES	25
10.	<i>REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO</i>	26
	ACCIÓN 10.1. ESTADÍSTICAS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	26
	CONTROL DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES Y TURISTAS RECIBIDOS EN LAS OFICINAS TOURIST INFO BENISSA Y BENISSA – PLAYA	26
	10.1.1. ANÁLISIS ANUAL DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	26
	10.1.2. ATENCIÓN EN MOSTRADOR. CONSULTAS DE INFORMACIÓN EFECTUADAS	29
	ACCIÓN 10.2. CONTROL DE LA OCUPACIÓN EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO	29
	ACCIÓN 10.3. OTRAS ESTADÍSTICAS:	34
	10.3.1. COLABORACIONES EN EVENTOS Y A ASOCIACIONES Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	34
11.	<i>REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN</i>	35
	ACCIÓN 11.1. ACTUALIZACIONES DIARIAS DE LA WEB TURÍSTICA DE BENISSA	35
12.	<i>RECURSOS HUMANOS</i>	38
	ACCIÓN 12.1. REFUERZO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN TEMPORADA ESTIVAL	38
	ACCIÓN 12.2. ACCIONES EN RECURSOS HUMANOS	38
	12.2.1. PLAN DE FORMACIÓN DEL PERSONAL	39
	12.2.2. PERSONAL EN PRÁCTICAS	39

GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

El Ayuntamiento de Benissa, en seguimiento de su estrategia general de actuación, desarrolla diferentes acciones estructuradas del siguiente modo:

- Estrategia de actuación dirigida a la consolidación del producto sol y playa al objeto de seguir manteniendo nuestra cuota de mercado en mercados consolidados e incrementar demanda en nuevos mercados.
- Estrategia de actuaciones dirigidas a la diferenciación por productos, especialmente el producto gastronómico y cultural, al objeto de desestacionalizar el destino y complementar al producto sol y playa.
- Otras Estrategias de diferenciación por productos turísticos.

Seguidamente, detallamos las acciones efectuadas en los principales productos turísticos del destino:

ACCIONES POR PRODUCTOS

1. SOL Y PLAYA

Acción 1.1. Dotación de oferta complementaria Lúdico-Cultural-festiva en temporada alta como apoyo al producto "Sol y Playa"

Durante la temporada alta, los departamentos de Comercio, Cultura, Fiestas, Deportes y Turismo amplían la oferta de actividades dada la alta afluencia de turistas motivados por el producto "Sol y Playa".

1.1.1. Viu l'Estiu

El programa "Viu l'estiu" organizado desde finales de junio hasta principios de septiembre, ofrece una gran PROMOCIÓN en 4 idiomas de los eventos organizados por los diversos departamentos del Ayuntamiento:

Cultura: Exposiciones, Cinema al carrer y La mar de cine, conciertos como el de música festera, bailes tradicionales y actuaciones de música...

Deportes: Deportes en la playa (Body fitness y zumba), excursiones en kayak y paddle surf gratuitas, partidas de pelota valenciana, Milla Verde...

Fiestas: Fiestas en los diferentes barrios y partidas, Moros y Cristianos

Participación Ciudadana: Mercat dels Porxes en el centro de Benissa y el Mercat de la Terra, en la playa la Fustera.

Comercio y Turismo: Ruta de Tapas, #MoscatelizateBenissa catas de vino y menús degustación teniendo en cuenta la uva moscatel en todos ellos; y Food Trucks.

Medio Ambiente: Servicio de silla anfibia, exposiciones, servicio de socorrismo

Turismo: visitas guiadas patrimoniales por el centro histórico de Benissa en español, inglés y francés, Mercado Jurásico y teatralizadas tematizadas.



1.1.2. Hola Verano



la gastronomía local en los Chiringuitos.

Con motivo de dar a conocer nuestra costa y toda su oferta náutica, deportiva y gastronómica, la Concejalía de Turismo en colaboración con las empresas ubicadas en el club náutico, así como los bares y chiringuitos de la costa, el club de golf Ifach y de tenis Buenavista organizan el primer sábado de junio una jornada de puertas abiertas. Durante toda una jornada ofrecen por un precio simbólico o incluso en algunos casos gratuitos, actividades como: buceo, paseo en catamarán, en kayak, bautismos de golf y de tenis así como degustaciones de

2. BENISSA GASTRONÒMICA

Con el producto “**Benissa Gastronòmica**” identificamos aquel producto en el que una de las principales motivaciones para la elección del destino es la gastronomía.

Según la última encuesta realizada en los servicios de Información Turística Tourist Info Benissa, en el año 2018, la gastronomía es uno de los cinco motivos principales valorados en la elección del destino y una de las cuatro actividades que el turista realiza en Benissa durante su estancia. Por tanto, la incidencia de la gastronomía en nuestro destino es significativa.

El proceso de tránsito de la oferta Gastronómica a producto gastronómico se ha realizado progresivamente de manera natural, gracias a la existencia de unos recursos naturales excelentes y un buen hacer empresarial.

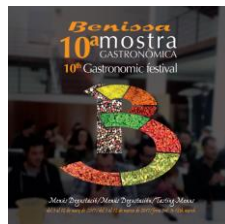
Acción 2.1. Mostra gastronòmica



Del **3 al 5 de marzo 2017**, el segundo fin de semana de marzo, tuvo lugar, en el **Centre d'Art Taller d'Ivars**, la **10ª Mostra Gastronòmica de Benissa**. Organizada entre los Departamentos de Turismo y Comercio del Ayuntamiento de Benissa y con la participación de **11 empresas**.

Se ofrecieron, a modo de feria, tapas típicas e innovadoras, por un módico precio, además de un variado programa de concurso de coctelería, catas de cervezas, concurso de vinos, etc.

Paralelo a la Mostra en el Centre d'Art Taller d'Ivars, **a partir del 3 de marzo** durante 10 días, se celebró la **Gastronòmica**, donde 8 colaboradores, elaboraron Degustación de entre 20 a 30 incluido) con platos, recetas y autóctonos pero respetando estilo culinario propio de cada establecimiento.



d'Art Taller **marzo, Semana restaurantes** Menús= euros (IVA productos siempre el

Objetivos:

- Ampliar promoción del destino y su producto gastronómico a través de Internet y las redes sociales.

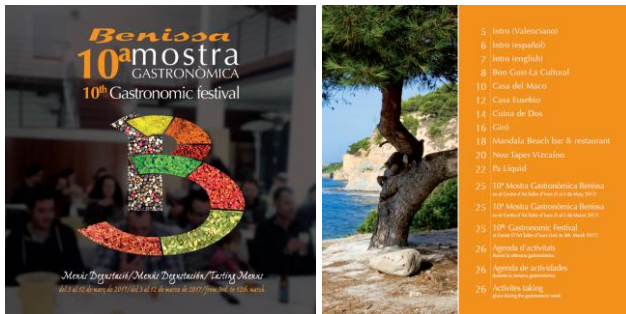
- Captar turistas potenciales que queden satisfechos e incida en una mayor difusión del destino con el boca a boca entre familiares y amigos.
- Potenciar la desestacionalización del destino al incentivar las "escapadas a Benissa".

Material promocional: Se realizaron los siguientes folletos promocionales en el desarrollo de la campaña:

- 2500 **trípticos 10ª Mostra Gastronòmica** en español, 1000 uds en valenciano y 1000 uds en inglés, explicativo del programa, las tapas que se ofrecen y los establecimientos colaboradores, para repartir entre los establecimientos colaboradores, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta. Disponible también en PDF en www.benissa.es:



- 1500 **libritos 10ª Mostra Gastronòmica. Semana Gastronòmica**, explicativo de los Menús-Degustación y los establecimientos colaboradores. Se reparten entre los establecimientos colaboradores, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta. Disponible también en PDF en www.benissa.es:



- 200 **pósters de la 10ª Mostra Gastronòmica y Semana Gastronòmica**. Se reparten entre los establecimientos colaboradores, otros establecimientos de Benissa y comarca mediante una empresa externa de reparto publicitario, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta.

- 2 **Pancartas** que se colgaron en las dos entradas de acceso a Benissa:

Campaña On-line:

Web turística. Se fijó un banner directo desde la Home de la Web Turística de Turismo Benissa www.benissa.es. Además el evento se publicó en Otros Eventos del Apartado Fiestas y Eventos, insertando la programación en pdf. Y se programó en el apartado Agenda de la web.

Facebook, Twitter e Instagram. Turismo Benissa gestionó la difusión del evento creando posts y un evento al respecto.

Acción 2.2. #MoscatelizateBenissa.

Las Concejalías de Comercio y Turismo de los Ayuntamientos de Benissa, a través de Afic Creama, organizan **#MoscatelizateBenissa**.

Durante mucho tiempo el paisaje tradicional de Benissa ha sido el de los bancales de uva de moscatel separados por márgenes de piedra seca heredados de civilizaciones pasadas que habitaban nuestro pueblo. Un paisaje que cambiaba en cada estación del año, mostrándonos siempre la belleza de la cepa, desnudándose en otoño, desnuda en invierno, brotando de vida en primavera y vestida totalmente de verdes hojas de parra y de granos de uva color dorado intenso en verano.

Fuente de importantes ingresos en una época significativa donde la agricultura era vital para el desarrollo de nuestro pueblo, ahora reinventamos nuestro moscatel con **#MoscatelizateBenissa**.

Con todo ello se organizaron diferentes actividades relacionadas con la uva:

- **Atardeceres entre viñas.** Se realizaron, en las dos bodegas locales, visitas guiadas a la bodega, y una degustación de sus variedades de vino. Las visitas se hicieron en español e inglés. En total hubo un total de 60 participantes.
- **Ruta teatralizada "L'estisoradora".** Visita gratuita por el Centro histórico de Benissa, conociendo sus costumbres y tradiciones.
- **Menús degustación con uva moscatel.** 9 restaurantes locales ofrecieron menús degustación cuyo protagonista era la uva moscatel por un precio de entre 20 a 28 €.

Objetivos:

- Ampliar promoción del destino y su producto gastronómico a través de Internet y las redes sociales.
- Enriquecer la oferta complementaria dirigida a los turistas y residentes durante el periodo estival.
- Captar turistas potenciales e incidir en una mayor difusión del destino con el boca a boca entre familiares y amigos.

Material promocional:

-Para difundir este evento, se imprimieron un total de **2000 LIBRITOS** trilingües (Español / Valenciano / Inglés) muy manejable con la relación de todas las actividades y menús. Se repartió entre los establecimientos colaboradores, establecimientos de Benissa y alrededores mediante una empresa externa de reparto publicitario, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta. Disponible también en PDF en www.benissa.es:



- **Se imprimieron 200 pósters.** Se repartieron entre los establecimientos colaboradores, otros establecimientos de Benissa, Calpe y Teulada Moraira y comarca, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta.:

Campaña On-line:

Web turística. Se fijó un banner directo desde la Home de la Web Turística de Turismo Benissa www.benissa.es. Además, el evento se publicó en Otros Eventos del Apartado Fiestas y Eventos, insertando la programación en pdf. Y se programó en el apartado Agenda de la web.

Redes Sociales: Turismo Benissa gestionó la difusión del evento creando posts y un evento al respecto a través de Facebook, Twitter e Instagram con el hashtag #MoscatelizateBenissa.

Acción 2.3. 2ª Ruta de Tapas #BCTM.

Las Concejalías de Comercio y Turismo de los Ayuntamientos de Benissa, Calpe y Teulada- Moraira, a través de Afic Creama, organizan esta **2ª RUTA DE TAPAS #BCTM**.

Se degustaron **desde el 11 al 23 de junio en Calpe, del 23 de junio al 7 de julio en Teulada Moraira y del 7 al 21 de julio en Benissa, 78 tapas variadas en 389 establecimientos** distribuidos por los municipios de Benissa, Calpe y Teulada-Moraira.

Las 78 tapas que se degustaron, combinaban el dulce y el salado, respetando el estilo culinario de cada establecimiento. Todo ello por un módico precio. **TAPA + REFRESCO = 2€**

Objetivos:

- Ampliar promoción del destino y su producto gastronómico a través de Internet y las redes sociales.
- Enriquecer la oferta complementaria dirigida a los turistas y residentes durante este período estival que visitan estos tres destinos turísticos.
- Captar turistas potenciales e incidir en una mayor difusión del destino con el boca a boca entre familiares y amigos.

Material promocional: Para difundir este evento, se imprimieron un total de **5000 LIBRITOS** trilingües (Español / Valenciano / Inglés) muy manejable con la relación de todos los establecimientos y sus tapas. Se repartió entre los establecimientos colaboradores, establecimientos de Benissa y alrededores mediante una empresa externa de reparto publicitario, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta. Disponible también en PDF en www.benissa.es:



- Se imprimieron **100 pósters**. Se repartieron entre los establecimientos colaboradores, otros establecimientos de Benissa, Calpe y Teulada Moraira y comarca, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta.:



Campaña On-line:

Web turística. Se fijó un banner directo desde la Home de la Web Turística de Turismo Benissa www.benissa.es. Además, el evento se publicó en Otros Eventos del Apartado Fiestas y Eventos, insertando la programación en pdf. Y se programó en el apartado Agenda de la web.

Redes Sociales: Turismo Benissa gestionó la difusión del evento creando posts y un evento al respecto a través de Facebook, Twitter e Instagram con el hashtag #taparutaBCTM.

Campaña Off-line:

Se contrataron espacios publicitarios en:
Periódicos:

- Canfali Marina Alta
- Rádios (cuñas):
- Cadena Ser. Radio Litoral

3. TURISMO CULTURAL.

Acción 3.1. Apoyo a las AAVV y Asociaciones sin ánimo de lucro en la realización de Visitas Guiadas por el Centro Histórico de Benissa y Paseo Ecológico.

Al objeto de que un gran número de turistas conozca los recursos turísticos de Benissa, se han habilitado y formado a Guías Voluntarios que realizan, a petición de Asociaciones sin ánimo de lucro, visitas guiadas por el Centro Histórico de Benissa y Paseo Ecológico por la costa de Benissa.

Además, el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, coordina las visitas de las Agencias de Viajes, para que dispongan de los recursos turísticos visitables abiertos.

Total visitas realizadas y participantes en 2017: 10 visitas guiadas gestionadas por la oficina de Turismo de Benissa, de las cuales 4 han sido realizadas por guías voluntarios. Total: 347 personas.

Cabe destacar que más de la mitad de estas visitas guiadas se han llevado a cabo durante las programaciones de Viu l'Estiu.

Acción 3.2. Ruta interactiva con códigos QR por el Centro Histórico

Con el fin de dotar de calidad al producto Cultural de Benissa, se pretende convertir al municipio en una **ciudad museo**. En cada punto de interés, el usuario tendrá acceso a información del lugar en su idioma. Por el contenido didáctico de los vídeos también pretende ser una herramienta para que la población local pueda conocer un poco más su municipio. Cuenta con **vídeos en 6 idiomas** (castellano, valenciano, inglés, francés, alemán y ruso) y a modo de guía virtual, el turista podrá conocer más sobre la historia y esencia del punto de interés que está visitando.

Se pretende **llegar al usuario** a través de 9 vídeos de una duración aproximada de 2 minutos cada uno, con información concreta y precisa de los siguientes monumentos: **Plaça del Portal, Placeta de l'Església Vella, Seu Universitària, Sala del Consell, Monumento al Riberer, Casa Museo Abargues, Casal dels**

Joves, Iglesia de la Purísima Xiqueta y el Convento franciscano. Cada uno de estos elementos dispone de una identificación acompañada de un código QR que es el que hay escanear para disfrutar del audiovisual.



Además, cada uno de los vídeos se pueden visualizar en el apartado de **Patrimonio** de la web turística www.benissa.es.

De este modo se ofrece un nuevo atractivo fomentando una actividad para el turista, y que éste pueda convertirse en un prescriptor del destino compartiendo el contenido en redes sociales.

4. TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO

Acción 4.1. Apoyo al desarrollo de Eventos de Turismo Activo y Deportivo.

Benissa Turisme ha colaborado en la **X Edición el Open FotoSub GEAS** un certamen de Fotografía Subacuática con un gran prestigio a nivel nacional colaborando los **Ayuntamientos de Teulada-Moraira y Benissa**.

En toda la semana, del 22 al 24 de septiembre, los participantes podrán tener una primera toma de contacto con el medio marino, probando sus equipos antes de la competición y buscando la foto que les asegure estar entre los primeros puestos. El viernes a partir de las 18:30 horas tuvo lugar en **L'Espai La Senieta de Moraira** la presentación de este **X OPEN GEAS** con la asistencia de los participantes junto a los representantes de los **Ayuntamientos de Benissa y Teulada**.



Ese mismo viernes a partir de las 21:00 horas dió comienzo el **X OPEN FOTOSUB GEAS** en las instalaciones del **Club Náutico de Moraira** con una inmersión nocturna, dando la oportunidad a estos fotógrafos submarinos a captar especies que son difíciles de capturar con sus cámaras de día. Sábado por la mañana, de nuevo partieron las embarcaciones que llevaron a estos fotógrafos submarinos a sus puntos de inmersión para conseguir la postal submarina que muchos de ellos ya tienen en sus cabezas.

Entre todos estos participantes procedentes de distintos puntos de la península y en especial de nuestra Comunidad Valenciana fueron este año el **campeón de Europa Rafa Fernández**, campeones de España y varios de ellos clasificados para representar a sus comunidades en el Campeonato de España que tuvo lugar del 04 al 08 de octubre en Tenerife.

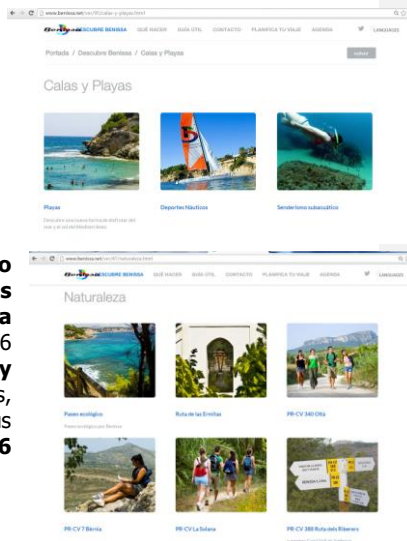
El domingo día 24 se celebró a partir de las 12:00 la entrega de premios en el **Salón de Actos de l'Espai Cultural de Les Cases del Batle en Benissa (C/ Puríssima, 38)**, los asistentes disfrutaron de las colecciones presentadas por los participantes junto con un vídeo con lo acontecido el día anterior.

Acción 4.2. Difusión de Rutas de senderismo, submarinismo, así como de eventos deportivos a través de soportes Off y On-line.

En cuanto a **soportes de promoción Off-line** destacamos los folletos sobre rutas de senderismo, así como el plano del término municipal, donde aparecen marcadas las rutas de senderismo y de BTT.

Los soportes on-line son: La Página web de www.benissa.es, Facebook, Instagram y Twitter de Turismo Benissa, páginas oficiales de la Costa Blanca y de la Comunidad Valenciana.

En la página web www.benissa.es, hay una amplia sección de **Naturaleza** donde se incluye: el **Paseo Ecológico**, las 8 rutas de senderismo (la **Ruta de las Ermitas**, PR-CV 340 **Oltà**, PR-CV 7 **Bèrnia**, PR-CV **La Solana**, PR-CV 388 **Ruta dels Riberers**, SL-CV 136 **Ruta del Molí del Quisi**, **Caminos de piedra y Agua**, PRCV7 / PR-CV 436 **Font de Bèrnia**). Además, en la sección de **Calas y Playas** (con sus características, empresas de deportes náuticos y **6 rutas de "Senderismo subacuático"** (snorkel).



5. TURISMO EVENTOS

Acción 5.1. Apoyo a la promoción de los Eventos en Benissa

El Departamento de Turismo ha colaborado en la promoción de iniciativas Comerciales ("Open Night", Mercat de Nadal, etc), organizadas por la Concejalía de Comercio al objeto de **dinamizar el comercio de Benissa**; Deportivas, como la Milla Verde y la San Silvestre organizadas por el Departamento de Deportes.

Desde el departamento de Turismo, se le ha dado promoción en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) y la web www.benissa.es diversos días.

También se repartieron folletos de éste y otros eventos desde las dependencias de ambas oficinas de turismo.

Acción 5.2. Apoyo a eventos de interés especial que repercutan en el desarrollo turístico del destino.

El Departamento de Turismo efectúa a lo largo del año una serie de colaboraciones directas en apoyo a asociaciones, presentaciones, actividades y eventos culturales, deportivos y festivos que tienen lugar durante todo el año en Benissa, al objeto de dinamizar el ocio en el municipio así como de potenciar la imagen de Benissa como destino turístico en medios publicitarios y medios de comunicación.

Por otra parte Turismo apoya diferentes eventos organizados por el propio Ayuntamiento, empresas, así como a diversas Asociaciones:

- **Asoc. Grupo de recreación deportiva 4x4** (9 de enero). Folletos genéricos y bolsa.
- **Asociación de vehículos históricos**: Feria de vehículos históricos (5 de noviembre). Roller
- **Asociación de Carreterers i caballistes** (Junio) Folleto informativo de Benissa.
- **Torneo Golf Club de Golf Ifach**. Folletos de información turística y pegatinas.

- **Open Foto Sub.** Folleto genérico, pegatinas y Roller corporativo de Benissa.

ACCIONES DE PROMOCIÓN GENERAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

Para la promoción de Benissa como destino turístico y todos sus productos se ha desarrollado un plan de acción centrado en:

Crear un plan de promoción nacional a través de acciones tales como Asistencias a Ferias, campañas de publicidad on y off line, acciones de relaciones públicas (apoyo institucional a eventos, etc.) siempre dirigido a los mercados reales y potenciales de más interés y promocionando cada producto a través de la acción adecuada.

Realizar acciones de gestión turística tales como la creación de soportes informativos y promocionales necesarios y captación de subvenciones.

A continuación definimos las acciones:

6. PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LOS MERCADOS EMISORES.

Promoción de los diversos Productos turísticos de Benissa en los principales mercados emisores nacionales a través de diversas acciones de promoción.

Acción 6.1. Asistencia a Ferias Turísticas

La presencia de Benissa en las diferentes ferias ha sido, de forma general, bajo la marca **Costa Blanca** y /o **Comunidad Valenciana** como marcas paraguas. Con ello se consigue tanto una asociación de imagen y de marca con la provincia y la comunidad autónoma así como un aprovechamiento de los recursos existentes al ahorrar gastos que son subvencionados por dichos organismos.

La elección de las ferias turísticas se ha realizado siguiendo varios pasos:

Con un **Estudio previo del mercado actual de Benissa y potencial por parte del Departamento de Turismo de Benissa**: análisis de mercados. **Fuentes:** datos estadísticos propios del departamento de turismo e informes de asistencia a ferias de años anteriores realizados por turismo Benissa.

Con el consenso entre el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa y el empresariado. Reunión para un análisis breve de los mercados y conveniencia de asistencia a las diferentes ferias. Propuesta y votación.

La decisión de la asistencia a ferias prima la rentabilidad directa, decidiendo asistir a las ferias más destacadas en el mercado nacional.

Ferias:

FITUR (Madrid). Del 18 al 22 de enero 2017. De carácter mixto (profesional y público). El municipio de Benissa estuvo presente, con la marca Costa Blanca en un espacio, para toda la provincia. La localidad exhibió en la el folleto de alojamientos turísticos diseñado por el propio Dpto. de Turismo, con las tarifas del año 2017 y dos nuevos catálogos (genérico y de calas, rutas de snorkel y paseo ecológico) dirigido tanto al público de las oficinas de turismo en su servicio postventa como para mostrar en acciones promocionales directas en mercados emisores en el que tanto la imagen como la calidad de la información ocupan un lugar destacado.

Objetivos de la presencia de Benissa en Fitur:

Mantener el posicionamiento como destino turístico.

Servir de apoyo a la comercialización de la oferta privada básica del destino.

Actos protocolarios realizados en la Feria:

- Presentación, juntamente con el Ayuntamiento de Teulada, el X Fotosub Geas Valencia (campeonato de fotografía submarina).

- Show Cooking dirigido por tres empresas del municipio, Raúl Pastor del Restaurante Pa Líquid, Pere Santacreu del Restaurante Bon Gust-La Cultural y un equipo de cocineros compuesto por: Juan José Bertomeu, Andrés Ortolá, Juan Cabrera, y M^a Francisca Cabrera, bajo la dirección de Ximo Cabrera de la empresa Uvas Cabrera, que elaboraron en directo la coca de moscatel de Benissa, que degustaron unas 300 personas aproximadamente. Juntamente con la coca de moscatel se sirvió el vino de moscatel seco que lleva por nombre Ximo Cabrera, en cuya elaboración ha participado Daniel Belda, prestigioso bodeguero de Fontanars dels Alforins y medalla de oro por la D.O. Valencia 2016, que también arropó el acto. Esta presentación contó con el apoyo técnico y logístico de la empresa HostelBe.



- Ese mismo día a las 14:30h. se presentó un novedoso evento a celebrar en la localidad el mes de agosto y la primera semana de septiembre I #MoscatelízateBenissa, evento que aúna paisaje, cultura, tradición y gastronomía.

-El viernes, 20 de enero a las 12:00h. se presentó la VI Perimetral a Benissa (carrera de montaña) contando con la presencia de representantes del Grup de Muntanya Margalló y el Club d'Atletisme Ginestar Benissa.

Las principales peticiones se centraron en: información sobre "sol y playa", alojamientos turísticos, qué hacer en la ciudad y qué visitar por la zona.

MEDSEA (Alicante). Del 25 y 26 de marzo 2017. De carácter mixto.

MEDSEA nace con la idea de otorgarle a la provincia de Alicante y a la Costa Blanca la feria de Actividades Acuáticas que se merece y que tanto esperaba y demandaba el sector.

Con el mar como escenario, MEDSEA aglutinó todas las actividades para que las personas estén más en contacto con el medio y de la manera más natural, aunque, eso sí, aprovechando nuevos materiales y tecnologías pero respetando el mar y tratando de molestar lo menos posible a sus moradores. Por ello, en este salón tienen cabida el submarinismo, snorkel, apnea o el kayak mar, así como el surf y todas sus variantes como kite, wind, paddle, etc.

MEDSEA recogió una amplia oferta de actividades paralelas entre las que podremos encontrar: seminarios de Biología Marina, workshops de Apnea y Fotografía aplicada al buceo, conferencia de Buceo Técnico, novedades de materiales en surf y kayak,



novedades de materiales en buceo recreativo técnico y apnea, novedades de Agencias Certificadoras, conferencia: vuelta a Nueva Zelanda en surf, destinos de viaje, sorteos así como venta directa de producto.

MEDSEA contó con una gran piscina de cinco metros de profundidad donde las marcas expositoras presentes pudieron probar sus artículos y novedades en el propio salón y ser un atractivo único para todos los visitantes.

La feria es de ámbito profesional y dirigida al público en general.

Benissa llevó a la feria los catálogos con información genérica del municipio así como el de calas, rutas de snorkel y paseo ecológico en los que la imagen y la información descriptiva de toda la oferta benissera ocupan un lugar destacado.

Al certamen se desplazaron dos empresas de actividades acuáticas del municipio: El Centro de Buceo Les Basetes y Mar Océano Watersports que ofrecieron actividades los dos días de feria. El sábado 25 de marzo de 11:45 a 12:15 el Centro de Buceo Les Basetes ofreció un Bautismo de buceo y el domingo 26 de marzo de 15:15 a 16:00h, Mar Océano Watersports ofreció unas prácticas de Paddle Surf. Además, desde el stand de Benissa se sortearon una salida en kayak o paddle surf para dos personas. Los datos de los participantes permitieron al Dpto. de Turismo crear una base de datos de personas interesadas en el producto náutico de Benissa.

Además, en colaboración con el Ayuntamiento de Teulada y el Club de Buceo Geas Valencia, Benissa presentó el sábado 25 de marzo a partir de las 10:15 el X Fotosub Geas Valencia. Al finalizar la presentación se realizó un taller sobre fondos marinos dirigido al público infantil.

III Fira Marina Alta amb els 5 sentits. Ondara (10 y 11 noviembre) De Carácter mixto. **Benissa** participó los días **10 y 11 de noviembre, en la IV Fira Marina Alta amb els 5 sentits: "L'Aroma, els nostres vins"** que se celebró en el recinto del Prado en Ondara. Pretende ser un escaparate de todos los vinos que se producen en la Marina Alta.

Es la tercera edición de la feria comarcal; después del gusto (nuestra cocina), **este año la promoción se centra en el sentido del olfato** y, consecuentemente, el vino de la Marina Alta; se fundamentará en la concienciación social del vino de la Marina Alta como un fenómeno cultural.

La Mancomunitat Cultural de la Marina Alta, entidad que coordina el fórum comarcal, ha avanzado que este año la feria comarcal apuesta por prestigiar la denominación comarcal y la potenciación del consumo y distribución interior. Conceptos que se desarrollaron a lo largo de todo el fin de semana mediante **catas de las distintas variedades de vino, como el moscatel, tintos, blancos, rosados y dulces** y, sobre todo, a través de los **stands de los Ayuntamientos y Oficinas de Turismo** actuando como un gran escaparate inmejorable para representar la Marina Alta.

Benissa asistió conjuntamente con la Mancomunitat de la Vall de Pop. Información de Benissa: planos, rutas de senderismo, centro histórico y costa formaron parte de la oferta institucional a la que se suman también las posibilidades de turismo activo del municipio.



Acción 6.2. Difusión de la Imagen Turística en medios de comunicación.

La contratación de la publicidad en medios de comunicación escritos tales como periódicos y revistas turísticas se ha basado en una selección importante del soporte, optando por la promoción del producto sol y playa en su vertiente de vacaciones familiares y por el producto fin de semana.

7. SOCIAL MEDIA

Acción 7.1. Benissa en Social Media

Debido al impacto e importancia de las redes sociales como canal de promoción de los destinos turísticos, Turismo Benissa está presente en las Redes Sociales con el objetivo de interactuar con nuestros turistas y ciudadanos, convertirlos en colaboradores de nuestra comunicación y, al mismo tiempo, fidelizarlos.

Las Redes Sociales son herramientas gratuitas que generan tráfico a nuestra web, a través de publicaciones que presentamos en las mismas.

Además, facilita el contacto más cercano con turistas fidelizados, empresas turísticas y turistas potenciales.

Benissa Turismo se registró en el año **2011 en Facebook**, en **2013 en Instagram** (@benissaturisme), en **2012 se creó en Youtube** (Benissa Turismo) y en **2015, en Twitter** (@benissaturisme).

Acción 7.2. Objetivos:

El OBJETIVO en RRSS es dar a conocer Benissa de forma distinta, de manera más cercana, con una interacción con el "turista". Las RRSS constituyen un canal más de promoción, que permiten conseguir nuevos seguidores y usuarios, generando tráfico a su vez a la web turística para convertirlos en potenciales turistas, fidelizar al visitante/seguidor y por último establecer un canal de atención a nuestros fans/seguidores.

Acción 7.3. Seguimiento mensual de Benissa en las Redes Sociales.

La Concejalía de Turismo, realiza una programación semanal y seguimiento mensual de estadísticas sobre el alcance de las publicaciones y las visitas a las RRSS de Turismo de Benissa, gracias a la actividad de los seguidores en sus redes sociales.

7.3.1. Facebook

Según las estadísticas facilitadas por el sistema de gestión para Administradores de Facebook, cabe destacar los siguientes datos:

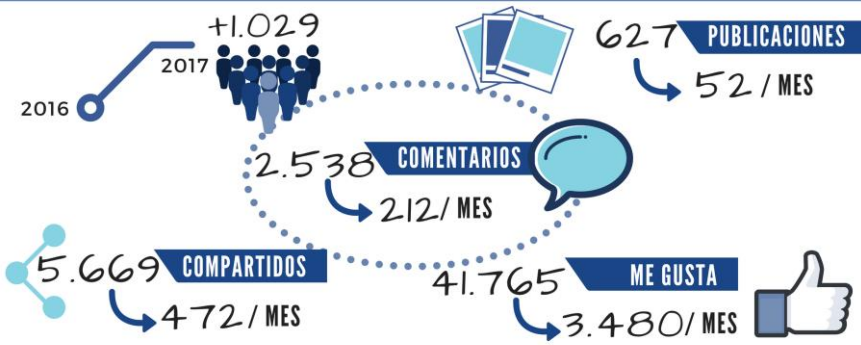
"Me Gusta"

Comentado [BR1]: Pendiente Actualizar redes sociales a fin de año



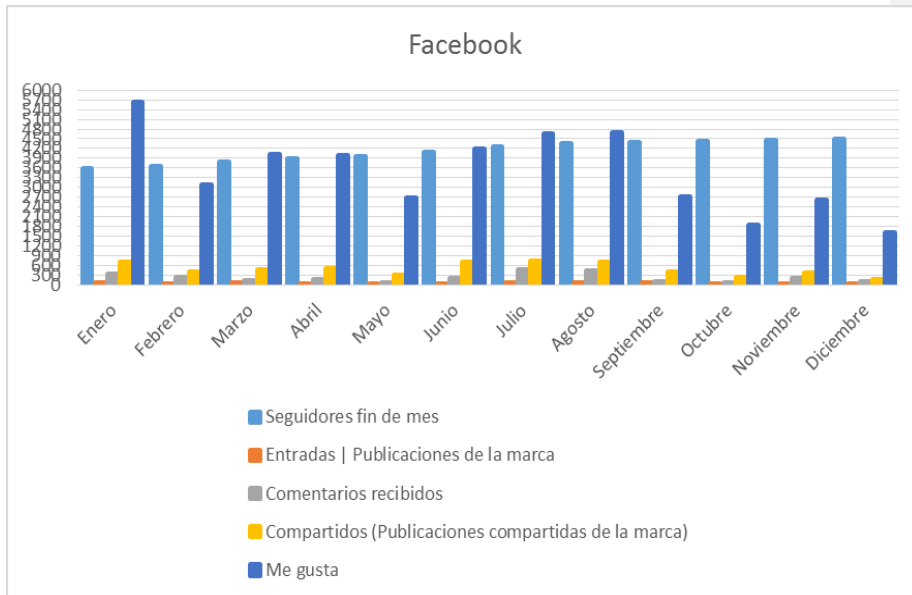
ESTADÍSTICAS
FACEBOOK 2017

4.487



Visitas al perfil

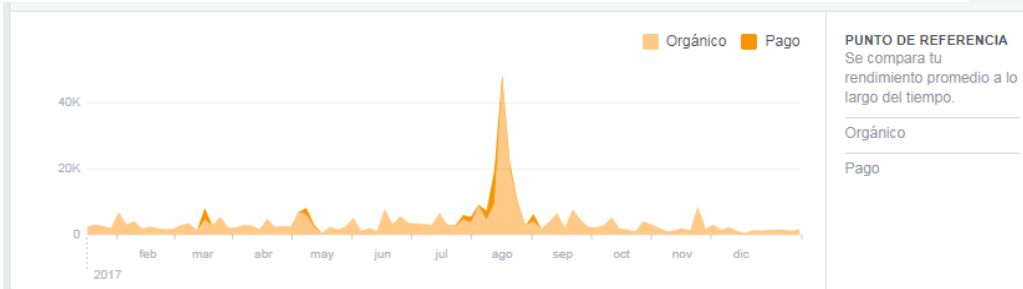
Se observa un notable pico de visitas en los meses de febrero, noviembre, junio y agosto.



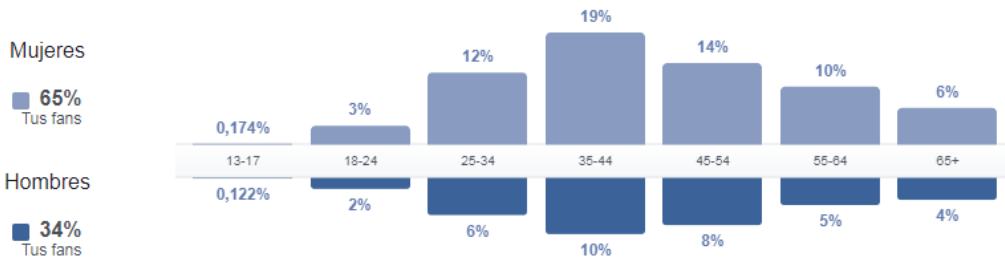
Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como tus publicaciones, publicaciones de otras personas en tu página, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas registradas.

Se observa un notable pico de actividad en los meses de agosto, seguido de noviembre y junio.



Perfil de los seguidores e Interacción



Del 65% de seguidores de sexo femenino, los grupos de edad de mayor interacción son:

- 19% entre 35 y 44 años
- 14% entre 45 y 54 años
- 12% entre 25 y 34 años

Del 34% de seguidores de sexo masculino, los grupos de edad de mayor interacción son:

- 10% entre 35 y 44 años
- 8% entre 45 y 54 años
- 6% entre 25 y 34 años

En cuanto a la Procedencia de los seguidores de Benissa Turismo en Facebook, en 1er lugar situamos a España, seguido de Bélgica, reino Unido, Países Bajos, Alemania y Francia. En cuanto a Comunidades Autónomas, se sitúa en 1er lugar los fans de Benissa, seguidos de Comunidad Valenciana y Madrid.

Haciendo referencia a los **idiomas** utilizados para visitar la página, el **66,40%** la ha visualizado en **castellano**; **10,02%** en **inglés**, **8,14%** en **holandés**, **6,35%** en **francés** y un **4,81%** en **alemán**.

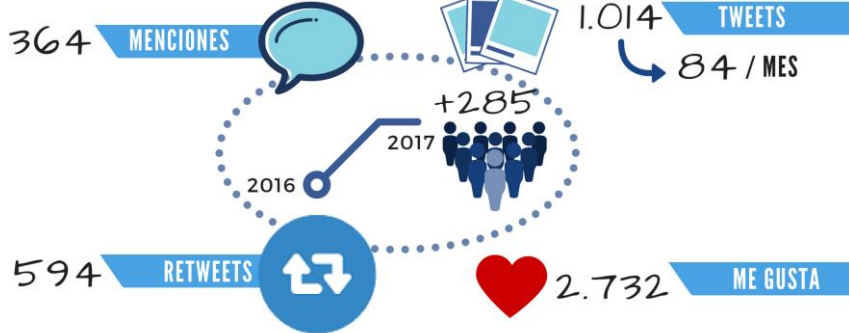
7.3.2. Twitter

@Benissaturismo comienza en 2015 a estar presente en Twitter.

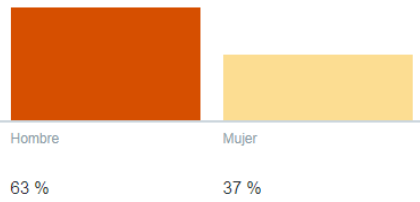


ESTADÍSTICAS TWITTER 2017

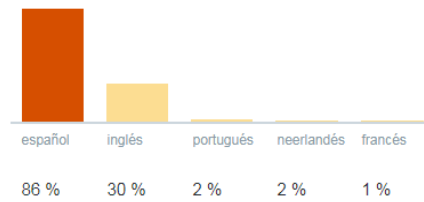
1.092+



Género



Idiomas



País

Nombre de país	% de la audiencia
España	79 %
Reino Unido	5 %
Estados Unidos	3 %
Países Bajos	2 %
Francia	1 %
Alemania	1 %

Región

Estado o región	% de la audiencia
Comunidad Valenciana / Valencia, ES	43 %
Alicante, ES	30 %
Valencia, ES	9 %
England, GB	5 %
Cataluña / Catalonia, ES	3 %
Comunidad de Madrid / Community of Madrid, ES	3 %
Barcelona, ES	2 %
Andalucía / Andalusia, ES	2 %
Castellón, ES	1 %
Castilla-La Mancha / Castille La Mancha, ES	1 %

7.3.3. Instagram

Esta red social, aunque @benissaturismo está dada de alta desde 2013, pero es en 2015, cuando comenzamos a darle más difusión.



ESTADÍSTICAS
INSTAGRAM 2017

3.078 +



1.181 PUBLICACIONES

98 / MES

535

COMENTARIOS



44 / MES

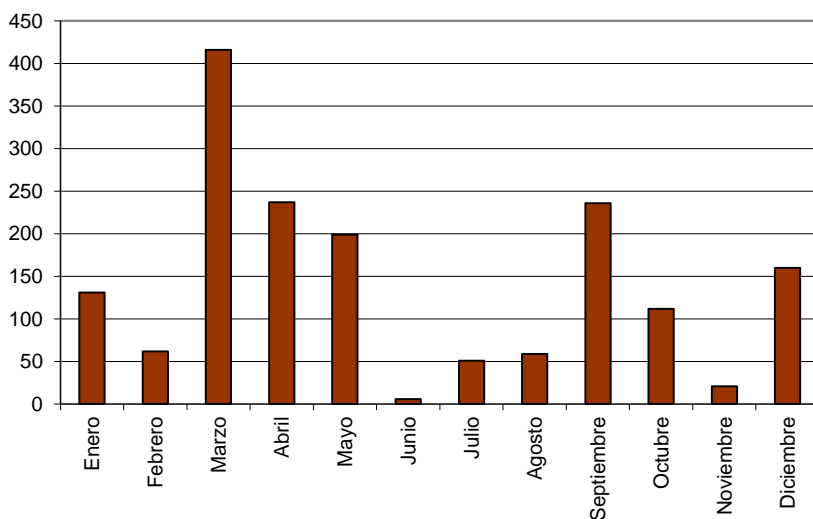


43.461

ME GUSTA

3.621 / MES

Incremento Follower/ mes



Acción 7.4. Otras RRSS y Plataformas

Elegidas las plataformas más adecuadas y una vez ya posicionados en las principales RRSS, Turismo Benissa inicia sus pasos para darse de alta en otras plataformas como Youtube, Google+, Pinterest, Youtube, Yelp, Bing Places y Foursquare, para conseguir así un mejor posicionamiento en internet.

De esta forma se amplían los canales de difusión de la oferta turística de Benissa y se internacionaliza la presencia online, realizando las siguientes acciones:

1. Inclusión de productos y eventos turísticos de Benissa en la web www.tuplancostablanca.com del Patronato de Turismo Costa Blanca.
2. Presencia en la Plataforma Pointeres con vídeos sobre el Patrimonio de Benissa.

8. SUBVENCIONES.

Con el fin de optimizar los recursos del Departamento de Turismo, se tramitan subvenciones procedentes de diversos organismos.

Comentado [BR2]: Mirar con Loli

Acción 8.1. Programa 2.2 Impulso a la imagen de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Turisme Comunitat Valenciana, tras la solicitud de ayudas, subvenciona al Ayuntamiento de Benissa con un importe de **3.721,04 €**, cuyo fin es la mejora de la información y el conocimiento de recursos turísticos de Benissa.

8.1.1. Contratación de una Informadora Turística

Con el fin de reforzar la atención al público de las Oficinas de Turismo de Benissa, la Concejalía de turismo de Benissa contrató durante el periodo comprendido de julio a noviembre, una Informadora Turística.

8.1.2. Proyecto Viu la Pasqua y Viu l'estiu a Benissa 2018

Al objeto de generar flujo de turistas y visitantes hacia el Centro Histórico de Benissa, se ofreció un completo programa de actividades enfocadas a un turismo familiar e incluyen: ruta de tapas con actuaciones musicales, conciertos y microconciertos de diferentes estilos en espacios con encanto, cine al aire libre, ferias temáticas, evento de videomapping, evento de food trucks, open night en la que los establecimientos abren hasta la media noche con actuaciones musicales en directo, #moscatelízatebenissa que promueve el conocimiento, por parte de todo el público, de la actividad del moscatel y su importancia para Benissa incluyendo visitas a viñedos, participación en labores agrícolas y degustaciones de platos temáticos relacionados con la cultura del moscatel, Festival Multicultural Benissa con exposiciones y degustaciones gastronómicas de las diferentes culturas que conviven en Benissa

INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS

9. ENCUESTA TOURIST INFO

Acción 9.1. Captación de datos a través de realización de encuestas.

A través de unas encuestas analizamos la satisfacción de visitantes, perfil, características y motivaciones al objeto de detectar mejoras a realizar en el destino y en la oferta turística.

Acción 9.2. Realización de la encuesta Tourist Info Benissa

El Departamento de Turismo de Benissa en colaboración con el área de estudios Turisme Comunitat Valenciana realiza todos los veranos el cuestionario Tourist Info.

En época estival, la Turisme Comunitat Valenciana elabora y distribuye anualmente una encuesta a las Tourist Info de la Comunidad Valenciana. Al finalizar el periodo estival, una vez efectuados los cuestionarios, el Departamento de Turismo recibe unas tablas de explotación de encuestas Tourist Info referentes a las dos oficinas de Benissa desde donde se realizaron. Con los datos analizados, el Departamento de Turismo, elabora un informe del cual se extraen las siguientes conclusiones:

El proceso de la Encuesta *Tourist Info* correspondiente al verano de 2018 se ha realizado durante los meses de julio, agosto y la primera quincena de septiembre, periodo de máxima afluencia de flujos de visitantes a los municipios turísticos de la Comunitat Valenciana. Se realizaron un total de **129 encuestas** entre las dos oficinas.

Objetivos de Información de la encuesta Tourist Info:

Conocer el perfil del usuario de la oficina Tourist Info objeto del estudio.

Averiguar el grado de satisfacción del usuario de la red acerca de su visita a la Comunitat Valenciana.

Evaluar el nivel de calidad de las oficinas que componen la red Tourist Info.

9.2.1. Conclusiones

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- Un **57,5%** de los encuestados **residen en el extranjero**, procedentes en su mayoría de Francia, Reino Unido, Bélgica, Holanda, Alemania y Suiza. El resto de los encuestados, **un 43%, residen en España**, destacando los turistas de la Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Castilla León y País Vasco.
- La muestra corresponde a un **37 % de mujeres** y un **51 % de hombres**.
- El rango de edades principal de la muestra es entre 46 y 65 años, seguido de 36 a 45 años.
- Los encuestados **con estudios universitarios representan el mayor porcentaje**, con un 61% sobre el total, seguido de un 30% que representan los encuestados con estudios secundarios.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Un **70 % pernocta en Benissa**.
- Un **57,1%** de los encuestados **repiten su estancia** en la Comunidad Valenciana.
- Cabe destacar que dependiendo de donde se ha realizado la encuesta, varía la respuesta, los encuestados en la costa que se alojan en Benissa emplean **principalmente la vivienda alquilada**, la vivienda alquilada, la vivienda de amigos

o familiares, vivienda en propiedad y el hotel, en cambio, los encuestados en la oficina del centro, destacan por alojarse en principalmente en vivienda alquilada y hotel.

- El automóvil es el medio de transporte más empleado por la muestra, seguido por el avión.
- **Menos de la mitad de los encuestados han realizado reservas** en la preparación de su viaje.
- **Un 53% de encuestados señalan viajar en familia**, un 28% en pareja y un 12,5% con amigos.
- El principal medio para la **obtención de información** turística sobre Benissa ha sido con un **42,8% a través de Internet** y amigos y familiares (35,45%).
- La muestra ha empleado Internet principalmente para obtener información sobre el destino y realizar reservas.
- Un 39,4% de los encuestados, han visitado la web turística de Benissa **www.benissa.es**.
- Un 87,15% de los encuestados afirman ser usuarios de Smartphone o Tablet, de los cuales lo van a utilizar (50,9%) con su propia conexión a Internet y un 31,75% con wifi gratuito.
- **Los turistas usan su Smartphone o Tablet principalmente para Consultar planos**, mapas o rutas locales, consultar información sobre el destino además de compartir imágenes, información o vídeos con familiares o amigos.

CARACTERÍSTICAS Y VALORACIÓN DE LA VISITA A BENISSA

- Los **principales motivos de visita** de los turistas a Benissa son el **descanso, la playa, el clima**, la naturaleza y la gastronomía.
- Las principales actividades previstas o realizadas por los encuestados que pernoctan en el municipio son la playa, visitas culturales, degustaciones gastronómicas y visitar espacios naturales.
- Un 87% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benissa.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,25 puntos sobre 10 la satisfacción de las expectativas generadas sobre el municipio.

VALORACIÓN DE LA CALIDAD OFRECIDA POR LA OFICINA TOURIST INFO BENISSA

- La calificación media de los ítems evaluados por los encuestados para conocer la **calidad ofrecida por la Tourist Info ha sido de 9,37** puntos sobre 10.
- Los ítems mejor valorados han sido el tiempo de espera, el tono de voz empleado y amabilidad, presencia e imagen del personal, la atención recibida, la fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida.
- Los usuarios expresaron su **satisfacción** sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una **puntuación media de 9,6** puntos sobre 10.

10. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO

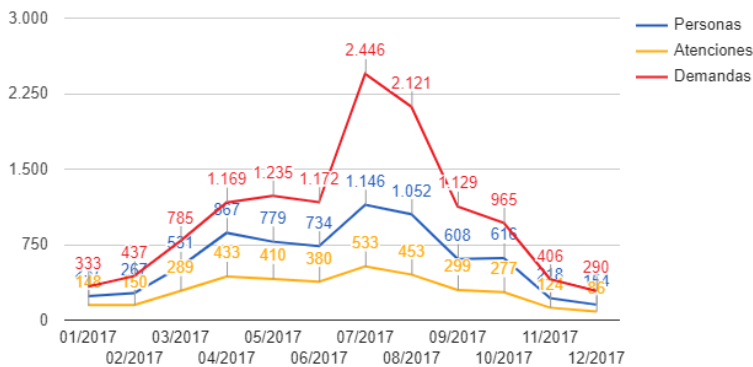
Acción 10.1. Estadísticas del servicio de Información turística.

Control de la afluencia de visitantes y turistas recibidos en las Oficinas Tourist Info Benissa y Benissa – Playa

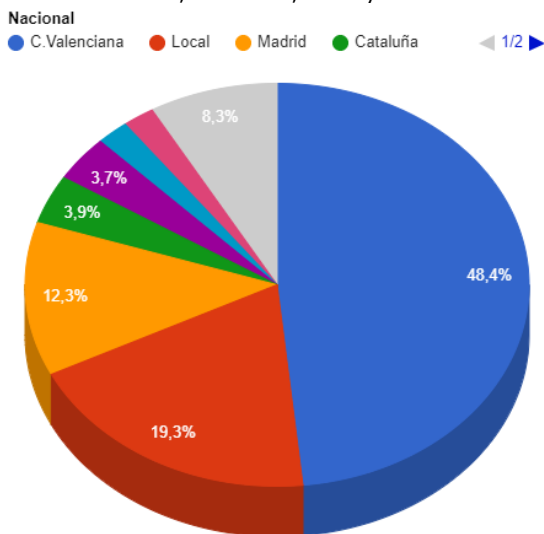
El Departamento de Turismo toma registro diariamente de las consultas, que realizan los visitantes y turistas que visitan sus oficinas.

10.1.1. Análisis anual del servicio de información turística.

Se han recibido un total de 7209 turistas entre las dos oficinas de turismo en el 2017



Si observamos los porcentajes de visitas en su conjunto, los meses de mayor afluencia son julio, seguido de agosto, abril y octubre. En cambio, los meses de menor afluencia, de menor a mayor, han sido diciembre, noviembre, enero y febrero.

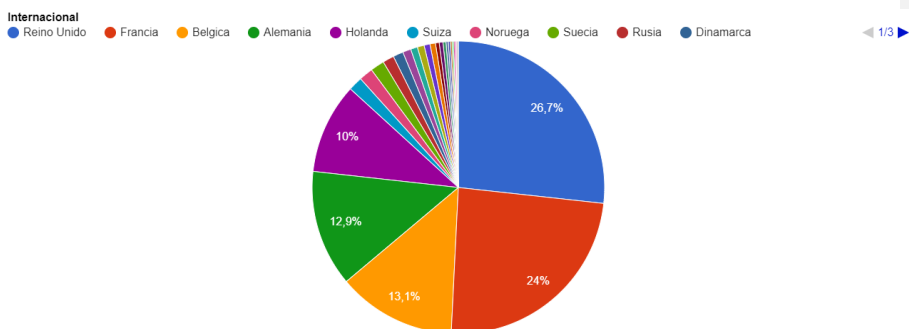


Procedencia Nacional

Cabe destacar que según la situación de la oficina de turismo, recibe un tipo de turista u otro. Hemos querido desglosar la gráfica en tres para que se pueda diferenciar mejor, la procedencia de los visitantes nacionales en ambas oficinas y en general.

Un **48,4%** de los visitantes nacionales proceden de la **Comunidad Valenciana**, por su proximidad, en segundo lugar, con un **19,3%**, son visitas de **locales**, predominando las visitas a la oficina del centro, ya que además de disponer de información de Benissa y

Comunidad Valenciana, ofrece información turística de ámbito Nacional; y un **12,3 %** de **Madrid**



Procedencia Internacional

Como bien hemos destacado anteriormente, dependiendo de la oficina turismo, se recibe un tipo de turista u otro. Con lo que lo hemos desglosado por oficinas y el total en porcentaje.

Un **26,7%** del turista Internacional procede de **Reino Unido**, en segundo lugar, un **24%** procede de **Francia**, por su proximidad, destacan las visitas a la Oficina de Turismo de la playa, **13,1%** de **Belgica**, **el 12,9%** de **Alemania** y el **10%** de **Holanda**.

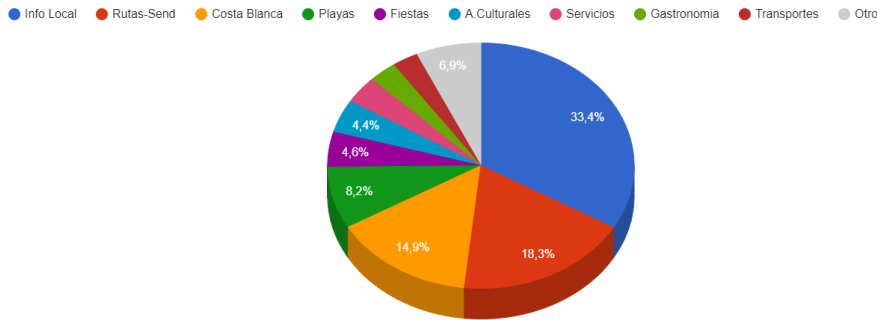
Análisis de Afluencia por oficinas

Cabe destacar que la máxima afluencia de visitantes se recibe en la oficina de Turismo de Benissa playa, por su situación próxima a la playa y por estar en pleno Paseo Ecológico. Destacan en la Oficina de la playa las visitas en julio y agosto. En la oficina del centro destacan junio e igualmente los meses de temporada alta.

10.1.2. Atención en mostrador. Consultas de información efectuadas.

El número total de consultas efectuadas durante el 2017: 12.488 consultas

Tipología de la demanda:



Tipología de consultas en % más destacadas

Información turística de Benissa: 33,4% (engloba todos los recursos turísticos del municipio)

Rutas de senderismo: 18,3% (locales y de la comarca)

Información sobre la Costa Blanca: 14,9%

Paseo Ecológico y playa: 8,2% (Costa Benissera)

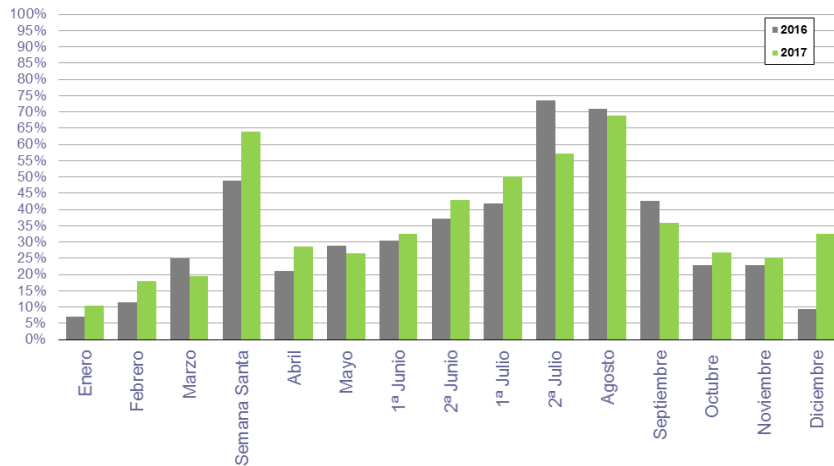
Fiestas: 4,6%

Acción 10.2. Control de la Ocupación en el alojamiento turístico.

El departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, como cada año, hace balance del porcentaje de ocupación obtenida en el alojamiento turístico del municipio. Toda esta información ha sido facilitada por las empresas de alojamiento turístico de Benissa. A través de un seguimiento mensual, el Departamento de Turismo solicita a las empresas los datos de ocupación y previsión, así como el perfil de turista que recibe.

El número total de plazas en el 2017 ha sido de una media de 520 plazas, ha descendido en referencia al año anterior en 234 plazas. Cabe destacar que el incremento o decremento de plazas influye en el porcentaje de ocupación del alojamiento de alquiler.

Ocupación de Alojamiento Turístico 2016-2017



El alojamiento turístico alcanzó en 2017 una media de un 35,92%, un 1,21% más que en 2016.

Destaca el aumento pronunciado del **alojamiento hotelero**, teniendo una media de **50,03%**, un 4,01% más que el año anterior.

Los porcentajes del alojamiento hotelero oscilan entre un 15% y un 78%. Los meses de ocupación más baja han sido noviembre, enero y febrero (15%, 21% y 22,50%) y los periodos más altos han sido el mes de agosto, la semana santa y la 2ª quincena de Julio (en torno a un 78,57 %, 77% y 70%).

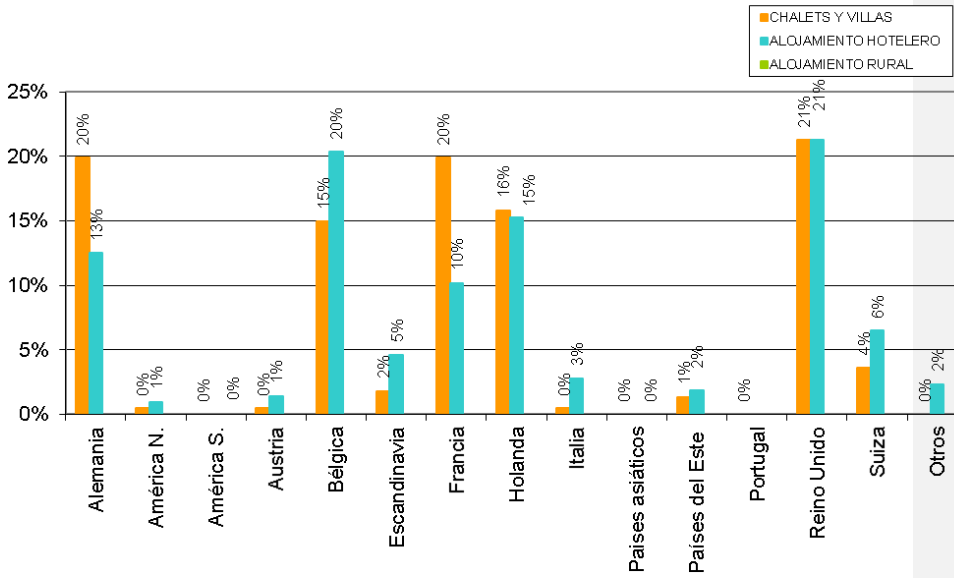
El **alojamiento rural**, presenta una ocupación media de **19,61%**, un 7,10% más que en 2016.

El alojamiento rural ha presentado a lo largo del año porcentajes que oscilan entre 0% y 50%. Los meses de ocupación más baja han sido de abril y septiembre. El periodo de mayor porcentaje ha sido en Semana Santa, noviembre y diciembre.

Por último el **alojamiento de alquiler** que ha aumentado un 0,86% más que el año anterior, teniendo una media de ocupación de un **38,11%**.

Destacamos el mes de agosto, teniendo una ocupación de un 94,40% alcanzando el porcentaje más alto, seguido de la segunda quincena de julio (en torno al 78,72%). Los meses de ocupación más baja fueron en Enero y diciembre, teniendo un 7,86% y 9,50%.

Procedencia Internacional por categorías



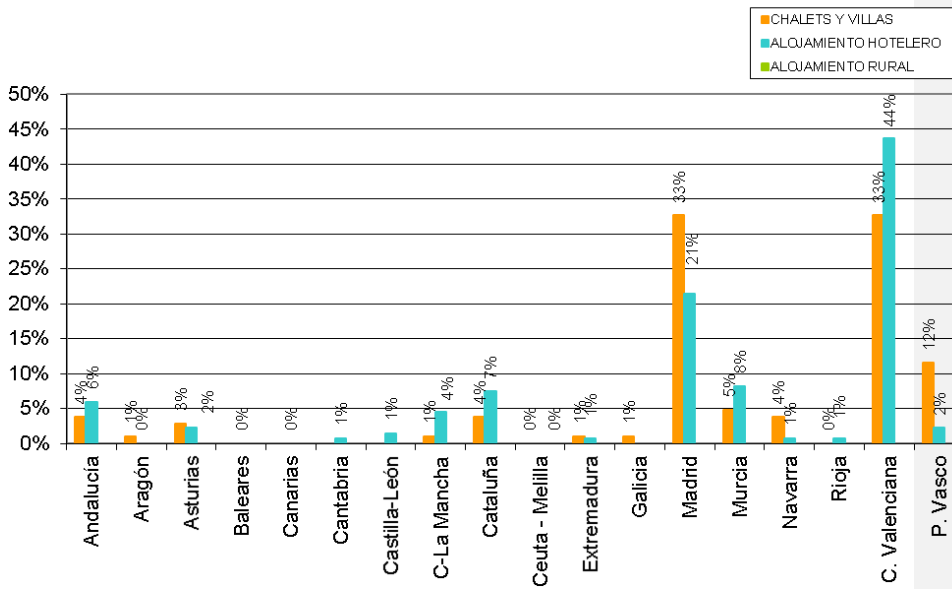
La procedencia de turistas obtenidos en los diferentes tipos de alojamiento es la siguiente:

Alojamiento de alquiler turístico: Reino Unido, Francia y Alemania y en menor medida Holanda y Bélgica.

Alojamiento hotelero: Reino Unido y Bélgica y en menor medida Holanda, Alemania y Francia.

Alojamiento rural: Francia y Reino Unido

Procedencia Nacional por categorías

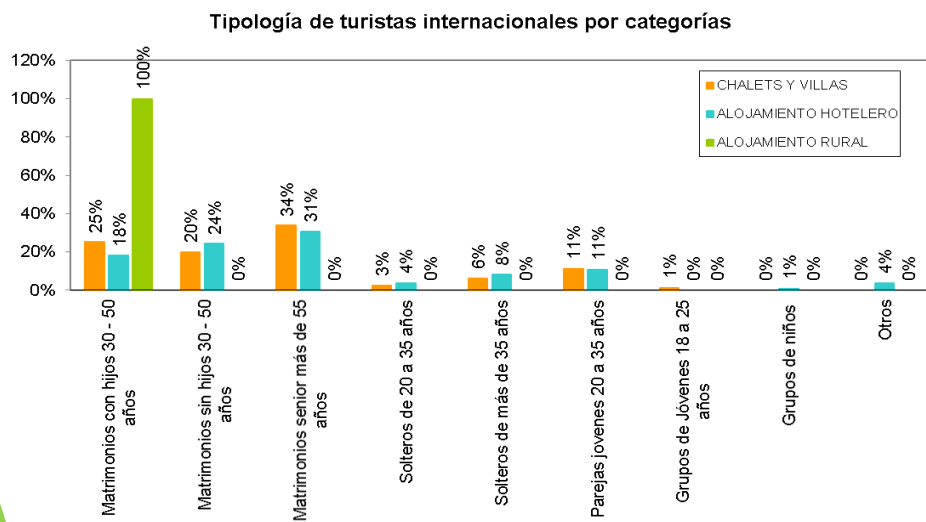


La procedencia de turistas obtenidos en los diferentes tipos de alojamiento es la siguiente:

Alojamiento de alquiler turístico: Madrid y Comunidad Valenciana y en menor medida, País Vasco y Murcia.

Alojamiento hotelero: Comunidad Valenciana, Madrid, Cataluña y Andalucía.

Alojamiento Rural: Comunidad Valenciana, Madrid y Cataluña



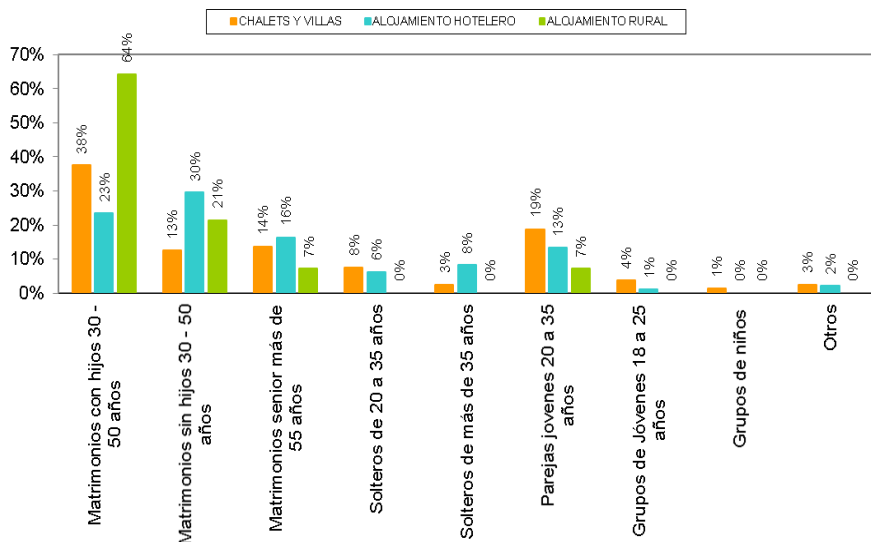
Tipología del Turista Internacional por alojamientos:

Alojamiento de alquiler turístico: matrimonios senior de más de 55 años, matrimonios con hijos de entre 30 a 50 años y matrimonios sin hijos de entre 30 a 50 años.

Alojamiento hotelero: matrimonios senior de más de 55 años, matrimonios sin hijos de entre 30 a 50 años y matrimonios con hijos de 30 a 50 años.

Alojamiento rural: Matrimonios con hijos de 30 a 50 años.

Tipología del Turista Nacional por Tipología de turistas nacionales por categorías alojamientos:



Alojamiento de alquiler turístico: matrimonios con hijos de entre 30 a 50 años, parejas jóvenes de 20 a 35 años, matrimonios senior de más de 55 años y matrimonios sin hijos de entre 30 a 50 años.

Alojamiento hotelero: matrimonios sin hijos de entre 30 a 50 años, matrimonios con hijos de 30 a 50 años, matrimonios senior más de 55 años y parejas jóvenes de 20 a 35 años.

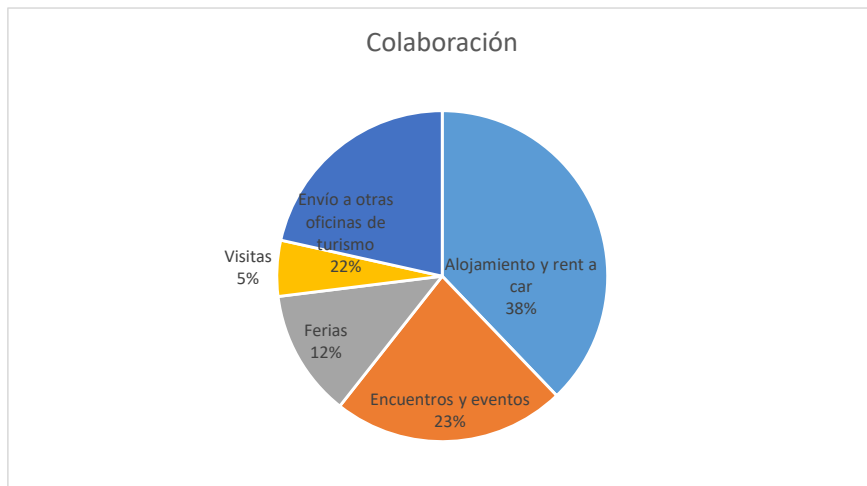
Alojamiento rural: matrimonios con hijos de entre 30 a 50 años, matrimonios sin hijos, matrimonios senior de más de 55 años y parejas jóvenes de 20 a 35 años.

Acción 10.3. Otras estadísticas:

10.3.1. Colaboraciones en eventos y a asociaciones y establecimientos turísticos.

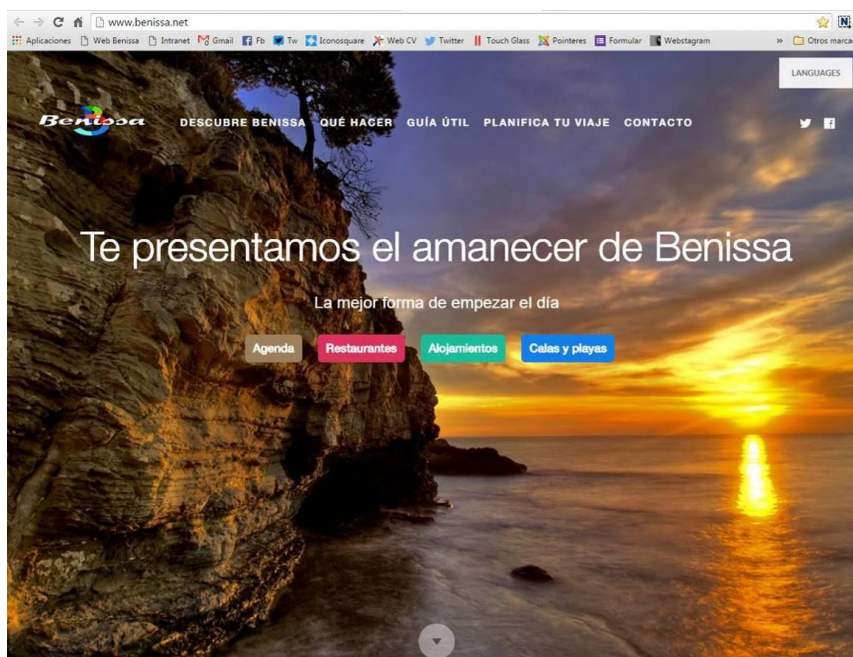
Ejemplares turísticos de Benissa entregados gratuitamente para colaborar en eventos especiales, como encuentros, eventos culturales, visitas, peticiones de establecimientos turísticos u otras empresas turísticas, etc. Se han entregado un total de 2218 ejemplares.

La aportación mayoritaria es a las **empresas turísticas del destino**, tales como Alojamiento, Rent a Car, etc. con un **38%**, seguido de un **23%** para **encuentros y eventos**, para las **oficinas de turismo** con un 22%, y en menor medida en visitas y ferias.



11. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN

Acción 11.1. Actualizaciones diarias de la web turística de Benissa



Para un buen funcionamiento de la web, durante todo el año, el departamento de Turismo actualiza de forma continua el contenido caduco como los eventos anuales, la agenda cultural o la actualización de los datos de las empresas en la web en 5 idiomas. Adapta el contenido a las necesidades del turista y usuario en busca de información de Benissa.

Cambia el **banner de destacados**, dando más relevancia a los eventos importantes de cada temporada como:

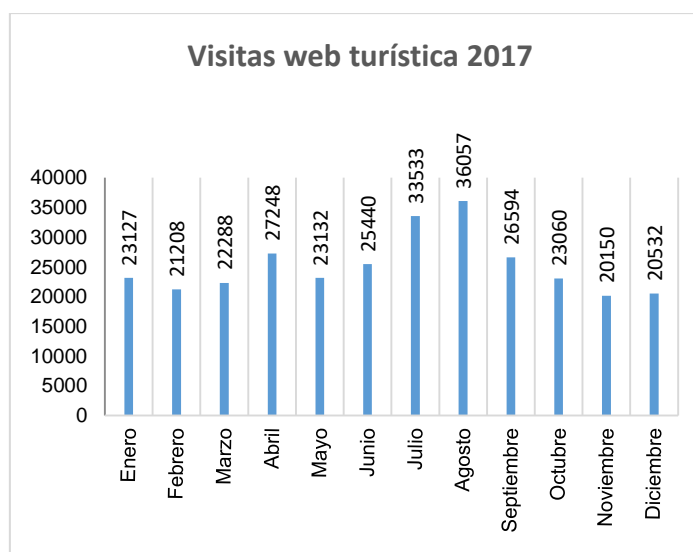
La Fira i Porrat de Sant Antoni (Febrero)

Fiestas de Moros y Cristianos (Junio)

Actividades Verano (Julio y agosto)

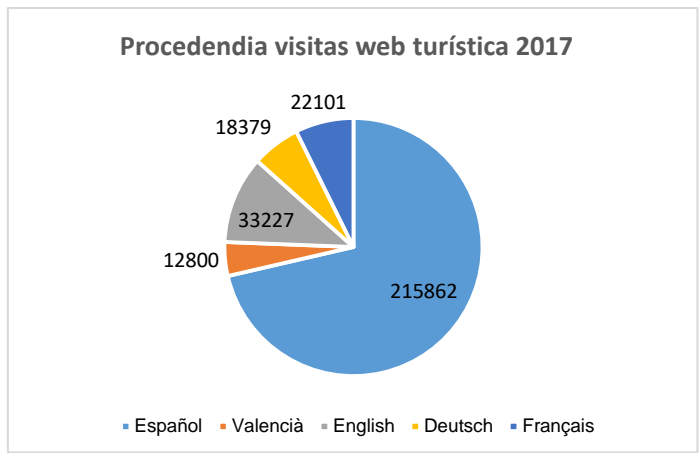
Visitas a la web en 2017:

Durante el 2017 se han recibido un total de **302.369 visitas** a www.benissa.es, una media de 828 visitas al día aproximadamente. De las cuales han sido 178.567 visitantes distintos que han visto 2.163.636 páginas distintas.

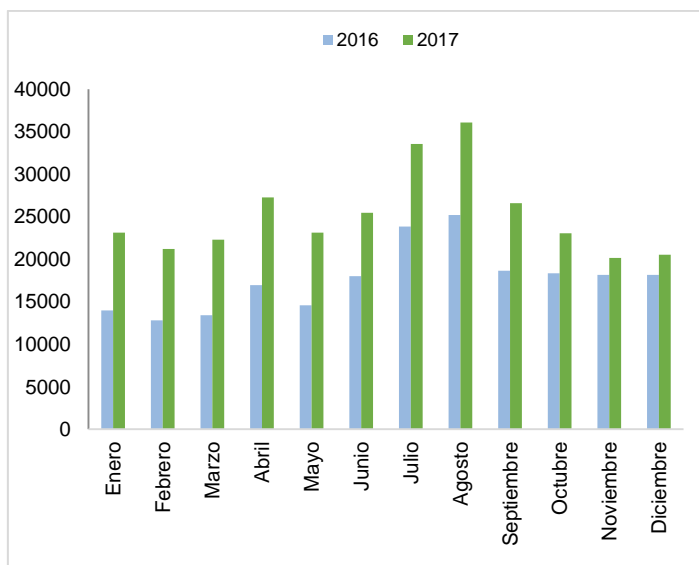


Se han realizado visitas a www.benissa.es, por orden de mayor a menor, durante los meses de **Agosto, Julio, abril y septiembre** y los de menor Noviembre, diciembre y Febrero.

Los idiomas de la web más visitados son principalmente Español, seguido del Inglés, Francés y el alemán y en menor medida en Valenciano.

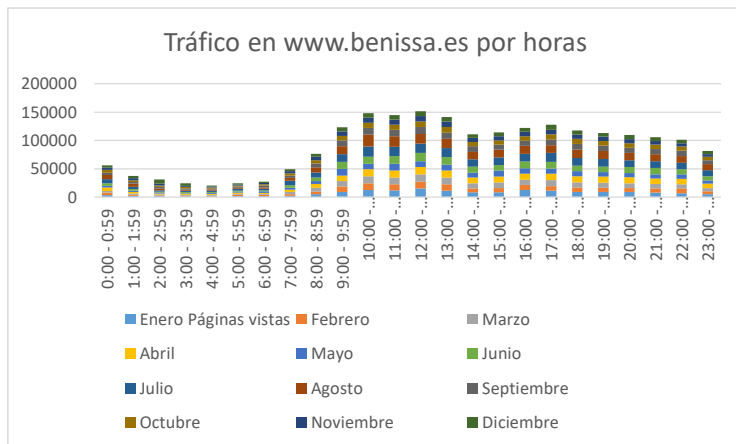


Cabe destacar que en 2017 ha aumentado el número de consultas con respecto al año anterior.



Tráfico por horas de las visitas a www.benissa.es:
 La franja horaria en la que mayor número de visitas se concentran es entre las 10.00h y las 13.00h, por las mañanas y entre las 16.00h y las 18.00 por las tardes.

Es de utilidad este tipo de información para conocer y elegir el mejor momento del día para publicar novedades y tener así la mayor visibilidad posible.



Actualización de otras webs turísticas.

Mensualmente el Departamento de Turismo incluye la agenda cultural, fiestas y otros eventos en la web turística de la Comunidad Valenciana.

12. RECURSOS HUMANOS

Acción 12.1. Refuerzo de los servicios de Información Turística en Temporada estival.

Uno de los principales objetivos del Departamento de Turismo es ofrecer un servicio de asesoramiento e información turística al visitante, en horarios flexibles y en una ubicación adecuada para ser más accesible al turista.

En 2017 el servicio que se ofreció de información turística fue el siguiente:

Oficina Central:

De lunes a viernes de 09.30 a 14.00 y de 16.00 a 18.30h, sábados de 09.00 a 14.00 y festivos de 10.00 a 14.00.

Oficina Playa:

De lunes a viernes de 10.00 a 14.00, sábados de 09.30 a 14.30 y festivos cerrado.

En temporada alta, se AMPLIA LA APERTURA DE LA OFICINA DE TURISMO PLAYA, permaneciendo abierta de lunes a viernes de 10.00 a 14.00 y 16.30 a 18.00 horas, sábados y domingos de 10.00 a 14.00 horas.

Este refuerzo es vital puesto que la oficina de la zona costera presenta altos niveles de afluencia.

Acción 12.2. Acciones en Recursos Humanos.

Contratación y formación de informadores en la temporada estival y personal en prácticas.

12.2.1. Plan de formación del personal

Con el fin de actualizar permanentemente los conocimientos en relación a las Nuevas Tecnologías y Redes Sociales, durante el 2019 el personal de la Oficina de Turismo asistió a los siguientes cursos de formación:

Curso de tratamiento de imágenes digitales. Nivel Avanzado (Junio 2017 | 24 horas)

Jornada de conocimiento Ruta del Vino (Febrero 2019 | 7 horas)

Curso de Vídeos en tiempo real (Marzo| 10 horas)

12.2.2. Personal en prácticas.

El Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa acogió en 2019, a una persona en prácticas del Programa de EURODISEA gracias al convenio ya establecido con la misma, en el cual la persona seleccionada estudia un mes intensivo de español en Valencia y a continuación inicia su contrato durante 5 meses como Informador/a turística en la Oficina de Turismo de Benissa.

El alumno actual, procedente de Bélgica, ha iniciado sus prácticas el 1 de noviembre de 2019 y finaliza su contrato el 31 de marzo de 2020.