



Memoria de actuaciones BENISSA 2018

Departamento de Turismo
Ayuntamiento de Benissa



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	4
1.1.2. VIU L’ESTIU	5
1.1.3. HOLA VERANO	5
2. BENISSA GASTRONÓMICA	5
ACCIÓN 2.1. MOSTRA GASTRONÒMICA	6
ACCIÓN 2.1. #MOSCATELIZATEBENISSA.	7
3. TURISMO CULTURAL.....	9
ACCIÓN 3.1. FESTIVAL MULTICULTURAL	9
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.	9
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.	11
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	16
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	17
7.3.2. TWITTER.....	18
ACCIÓN 7.4. OTRAS RRSS Y PLATAFORMAS.....	19
8. SUBVENCIONES.....	20
ACCIÓN 8.1. PROGRAMA 2.2 IMPULSO A LA IMAGEN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA.	20
8.1.1. CONTRATACIÓN DE UNA INFORMADORA TURÍSTICA	20
INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS	21
9. ENCUESTA TOURIST INFO.....	21
ACCIÓN 9.1. CAPTACIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS.....	21
ACCIÓN 9.2. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO BENISSA.....	21
9.2.1. CONCLUSIONES.....	21
10. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO	22
ACCIÓN 10.1. ESTADÍSTICAS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.	22
CONTROL DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES Y TURISTAS RECIBIDOS EN LAS OFICINAS TOURIST INFO BENISSA Y BENISSA – PLAYA.....	22
10.1.1. ANÁLISIS ANUAL DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.	23
10.1.2. ATENCIÓN EN MOSTRADOR. CONSULTAS DE INFORMACIÓN EFECTUADAS.	25
ACCIÓN 10.2. CONTROL DE LA OCUPACIÓN EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO.	26
ACCIÓN 10.3. OTRAS ESTADÍSTICAS:	29
10.3.1. COLABORACIONES EN EVENTOS Y A ASOCIACIONES Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS.	29
11. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN.....	30
ACCIÓN 11.1. ACTUALIZACIONES DIARIAS DE LA WEB TURÍSTICA DE BENISSA	30
12. RECURSOS HUMANOS	33
ACCIÓN 12.1. REFUERZO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN TEMPORADA ESTIVAL.	33
ACCIÓN 12.2. ACCIONES EN RECURSOS HUMANOS.	33
12.2.1. PLAN DE FORMACIÓN DEL PERSONAL	33
12.2.2. PERSONAL EN PRÁCTICAS.....	34

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 la Pasqua

El programa con el nombre "Viu la Pasqua", es un programa de actividades para toda la familia organizado en Semana Santa (la propia de la Comunitat Valenciana + la semana anterior en la que muchas CC.AA. cuentan ya con vacaciones escolares). Ofrece una amplia PROMOCIÓN en 3 idiomas de todos estos eventos organizados por los diversos departamentos del Ayuntamiento:

Cultura: Danzas tradicionales, conciertos al aire libre, teatro, exposiciones, música interior en el que se programa un ciclo de microconciertos en espacios singulares, conciertos de música clásica...

Deportes: Partidas de Pelota Valenciana.

Fiestas: procesiones de Semana Santa

Comercio y Turismo: Fireta de Pasqua; con presencia de Food Trucks, productos tradicionales, artesanía, talleres..., el mercado tradicional valenciano; con decoración, vestimenta, oficios y juegos tradicionales, talleres...

Turismo: visitas guiadas experienciales de Pascua por el Centro Histórico de Benissa, donde además de conocer la villa, los turistas elaboran su mona de pascua en una panadería.



1.1.2. 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, exposició "Art al ras" en plena villa medieval, microteatro, "llavadors poètics" música y poesía...

Deportes: Deportes en la playa (Pilates).

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: #MoscatelizateBenissa: catas de vino y menús degustación teniendo en cuenta la uva moscatel en todos ellos; Tast FemeVi, cata de vinos dirigida por mujeres sumiliers 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, y teatralizadas tematizadas.

1.1.3. Hola Verano



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 la gastronomía

local en los Chiringuitos.

2. BENISSA GASTRONÓMICA

Con el producto "**Benissa Gastronómica**" 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 **2 al 11 de marzo 2018**, el segundo fin de semana de marzo, tuvo lugar, en el **Centre d'Art Taller d'Ivars**, la **11ª Mostra Gastronòmica de Benissa**. Organizada por los Departamentos de Turismo y Comercio del Ayuntamiento de Benissa 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 vermouths, catas de vinos maridadas con embutido local, etc.

Paralelo a la Mostra en el Centre d'Art Taller d'Ivars, **a partir del 2 de marzo**, durante 10 días, se celebró la **Semana Gastronómica**, donde 8 restaurantes colaboradores, elaboraron Menús-Degustación de entre 20 a 30 euros (IVA incluido) con platos, recetas y productos autóctonos pero respetando siempre el estilo culinario propio de cada establecimiento.

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:

- 4000 libritos 11ª Mostra Gastronòmica en valenciano, español e inglés, explicativo del programa, las tapas que se ofrecen, los Menús-Degustación 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.



- 300 pósters de la 11ª 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 2.1. #MoscatelizateBenissa.

Las Concejalías de Comercio y Turismo de los Ayuntamientos de Benissa, a través de Afic Crema, 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 25 participantes.
- **Ruta cicloturística.** Ruta familiar entre viñedos y paisajes llenos de color verde dorado y aroma a uva madura con construcciones típicas y únicas en el mundo, los "Riuraus", cuya estructura ha estado ligada a funciones agrícolas y de producción de uva pasa de moscatel. Con un total de 5 participantes.
- **Ruta teatralizada "L'estisoradora".** Visita gratuita por el Centro histórico de Benissa, conociendo sus costumbres y tradiciones. Participando en ella un total de 43 turistas, superando el máximo de participantes.
- **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.

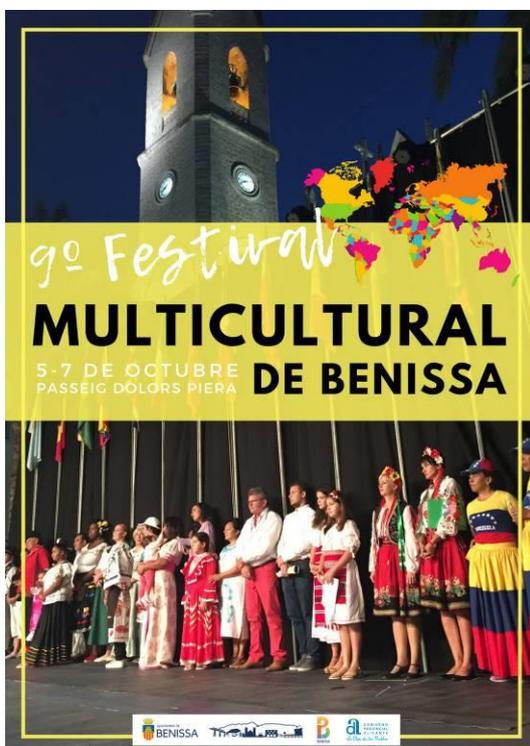
Redes Sociales: Turismo Benissa gestionó la difusión del evento creando posts y un evento al respecto a través de Facebook, Twitter e Instagram con el hashtag #MoscatelizateBenissa.

3. TURISMO CULTURAL.

Acción 3.1. Festival Multicultural

Con carácter bienal, celebrándose los años pares, el 9º Festival Multicultural de Benissa incorporó novedades en esta edición. Además del contexto de multiculturalidad, visto a través de las diversas tipologías de artesanía, costumbres autóctonas, bailes o gastronomía, en 2018 contó con un espacio de diálogo para compartir experiencias o aspectos de cada nacionalidad a partir de unas preguntas de base, generando un momento para debatir aspectos relacionados con la integración o la igualdad.

De este modo, desde el viernes 5 hasta el domingo 7 de octubre, el parque de Dolores Piera se convirtió en una encrucijada de culturas que mostraron la realidad multicultural de Benissa y de La Marina Alta. Un punto de encuentro para las personas que conviven en el municipio y otros pueblos vecinos.



Material promocional:

-Para difundir este evento, se imprimieron un total de **3500 folletos** en español, 500 en valenciano, 2500 ejemplares en inglés con el programa del evento. Se repartió entre los países participantes, 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 250 pósters en español y 250 posters en valenciano. Se repartieron entre los países 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.

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.

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 2018: 22 visitas guiadas gestionadas por la oficina de Turismo de Benissa, de las cuales 11 han sido realizadas por guías voluntarios. Total: 426 personas.

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

Acción 3.3. 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 que 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 **XI Edición el Open FotoSub GEAS – VI Copa FASCV**, un certamen de Fotografía Subacuática con un gran prestigio a nivel nacional colaborando los Ayuntamientos de Teulada-Moraira y Benissa, con una participación de 50 buceadores llegados desde distintos lugares de nuestro territorio nacional. Durante toda la semana, los participantes tuvieron una primera toma de contacto con el medio marino, probando sus equipos antes de la competición y buscando una bonita foto de nuestros fondos marinos de Benissa y Teulada-Moraira que les asegure estar entre los primeros puestos. El viernes tardese presentó, en el Salón de Actos de la Seu Universitària de Benissa, este **XI OPEN GEAS** con la asistencia de los participantes junto a los representantes de los Ayuntamientos de Benissa y Teulada.



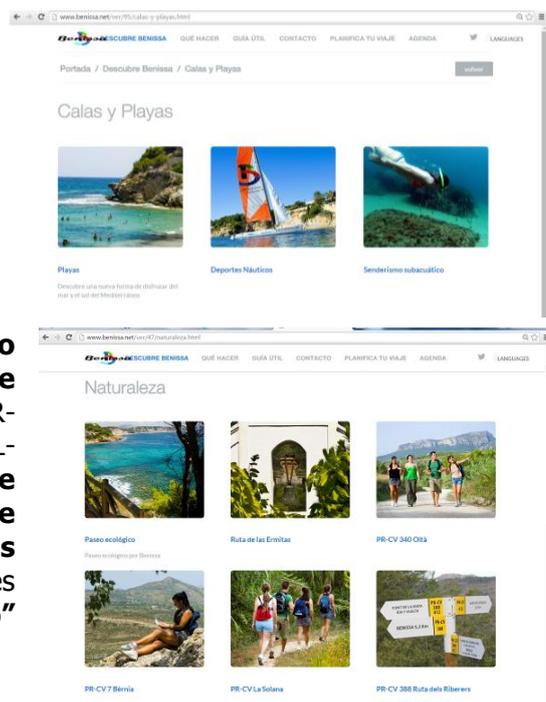
El sábado por la mañana tuvo lugar el XI OPEN FOTOSUB GEAS en las instalaciones del Club Náutico de Bassetes. Después de recibir todas las indicaciones por parte del jurado, las embarcaciones llevaron a estos fotógrafos submarinos a sus puntos de inmersión para conseguir la postal submarina que muchos de ellos ya tienen en sus cabezas. Entre todos estos participantes procedentes de distintos puntos del territorio nacional y en especial de nuestra Comunidad Valenciana fueron el canario campeón de España y Subcampeón del Mundo Yeray Delgado, que competirá contra varios campeones autonómicos y Campeones de España en años. Muchos de los participantes de este Open representaron a sus Comunidades en el Campeonato de España que tuvo lugar en Cabo de Palos del 3 al 7 de octubre 2018.

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:

- **Asociación de Land Rover** (16 de enero). Folletos genéricos y de calas.
- **Asociación de vehículos históricos**: Feria de vehículos históricos (5 de noviembre). Roller
- **Asociación de Carrereters 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 17 al 21 de enero 2018. 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 feria el folleto de alojamientos turísticos con las tarifas del año 2018 así como los dos catálogos (genérico y de calas), planos y las 6 rutas de senderismo recientemente editadas. Este material, como novedad, se expuso en un pequeño espacio rotulado con el nombre de Benissa. Se trata de un material que va 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 **XI Fotosub Geas Valencia** (campeonato de fotografía submarina) que contó con la presencia del campeón mundial de Fotografía Submarina, Rafael Fernández Caballero.

- Se presentó la acción promocional **"EXPERIENCIAS MEDITERRÁNEAS ÚNICAS. Ahora sí, tienes una excusa para conocer Benissa"**. Acción que se llevó a cabo durante el fin de semana (los días de público), en la que se regalaron 200 Micro-experiencias a todos los visitantes que se acercaron al mostrador de Benissa. El objetivo de esta acción fue animar al público madrileño a descubrir Benissa mediante la entrega de regalos seguros consistentes en consumiciones varias en pleno Centro Histórico o a la orilla de alguna de nuestras calas, experiencias náuticas, visitas guiadas, asientos en el desfile de gala de Moros y Cristianos, actividades de turismo activo tales como clases de hípica, clases de tenis, bautismos de golf, etc. Algunas de estas micro-experiencias han sido aportadas gratuitamente por diferentes empresas como: **Padesucre, Esplai, Plaça 5 Dolç i Salat, la Raspa, Bocateria Racó, Coral Beach, Xiringuito l'Eriçó, Club Hípic Benissa, Club de Golf Ifach Club de Tenis El Collao y les Bassetes Dive Centre. Regalos seguros para que ésta sea la excusa perfecta para visitar Benissa.**

- **Show Cooking** que tuvo como protagonista **AL EMBUTIDO ARTESANAL DE BENISSA** y que estuvo dirigido por dos empresas del municipio: **Restaurante Cuina de Dos y Restaurant Casa Cantó** que elaboraron en directo dos tapas: Mini pelota de blanquet con esencia de caldo de arroz de putxero con sal de botifarra (Cuina de Dos) y Calabacín relleno de longaniza cubierto con sobrasada tostada (Casa Cantó), que degustaron unas 200 personas aproximadamente. Las tapas se sirvieron con vinos del Celler Joan de la Casa: blanco seco de moscatel Nimi 2015 y tinto de Giró Terra Fiter 2012. Esta presentación contó con el apoyo técnico y logístico de la empresa HostelBe. Durante el show cooking se proyectó un vídeo sobre la elaboración de las principales especialidades de embutido de Benissa que ha contado con la colaboración de: Carnicería Benissa y Carnicería Pinzeller.

- Con motivo de la tramitación del expediente de la declaración de la **festividad de Moros y Cristianos de Benissa como Fiesta de Interés Turístico Provincial**, la Filà Templaris y la Filà Corsàries, ambas cristianas participaron el sábado 20 de enero, en el Gran Desfile Provincial junto a un millar de festeros procedentes de toda la provincia de Alicante para recorrer la Plaza de Callao, la Calle Preciados y la Puerta del Sol.

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 16 al 18 de marzo 2018. De carácter mixto.

En la presente edición la **feria amplía su duración con una jornada más en la que se realizarán actividades**, demostraciones, concursos y sorteos especializados en el sector náutico. Además, el MEDSEA 2018, como sucedió en la campaña anterior, mostró una completa y variada exposición de artículos de actividades acuáticas.

MEDSEA contó con una piscina gigante, de más de 32m3, en la que realizaron actividades



como bautismos de buceo y apnea, pruebas de material técnico, demostraciones, exhibiciones y también concursos.

A través del propio stand del Patronato Costa Blanca, los 15 municipios con actividades acuáticas de la provincia de Alicante promocionaron **actividades de buceo, apnea, snorkel, pesca submarina, surf, windsurf, kitesurf, paddle surf o kayak, entre otros.**

En total, en la **edición 2018 participan 15 municipios costeros de Alicante:** Xàbia, Teulada-Moraira, **Benissa**, Calp, Altea, Benidorm, Villajoyosa, El Campello, Alicante, Elche, Santa Pola, Guardamar del Segura, Torrevieja, Orihuela y Pilar de la Horadada. Únicamente no participaron en la feria los municipios con costa de Dénia, Els Poblets, Benitatxell, L'Alfàs del Pi y Finestrat.

La feria es de ámbito profesional y también 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. Además, dada la proximidad de la Semana Santa, también se llevaron a la feria folletos de "Viu la Pasqua a Benissa", un programa lleno de actividades dirigidas a toda la familia.

Al certamen se desplazó una empresa de actividades acuáticas del municipio: el **Centro de Buceo Les Basetes**

Además, en colaboración con el Ayuntamiento de Teulada y el Club de Buceo Geas Valencia, se dió difusión al **XI FOTOSUB GEAS VALENCIA, campeonato nacional de fotografía subacuática** que se celebrará del 21 al 23 de septiembre del 2018 en aguas de Benissa y Teulada-Moraira.

IV 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: "la Vista, el nostre Paisatge"** que se celebró en el recinto del Prado en Ondara. Pretende ser un escaparate y al mismo tiempo un homenaje al paisaje de la Marina Alta.

Es la cuarta edición de la feria comarcal; después del olfato (los vinos de la Marina Alta), y el gusto (nuestra cocina), **este año la promoción se centra en el sentido de la vista** y, consecuentemente, el paisaje de la Marina; es uno de los sentidos más transversales a la hora de divulgar y vertebrar el conjunto de la comarca.

La Mancomunitat Cultural de la Marina Alta, entidad que coordina el fórum comarcal, ha avanzado que este año la feria comarcal se sustenta en ámbitos como el **turismo sostenible**, las rutas senderistas o el medio ambiente, entre otros; conceptos que se desarrollaron a lo largo de todo el fin de semana mediante **talleres y actividades** y, sobre todo, a través de los **stands de los Ayuntamientos y Oficinas de Turismo** actuando como un gran escaparate inmejorable para representar el paisaje de la Marina Alta.

La apuesta de Benissa fue una **gran imagen del Centro Histórico** que presidió el stand **acompañado de unos grandes ojos** (sentido de la vista) que llevaron incorporados imágenes de los principales recursos y productos turísticos del municipio. 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: experiencias en jeep, hípica, buceo y deportes náuticos. Durante el horario de la feria los **visitantes se sumergieron en los diferentes paisajes de Benissa** mediante el uso de unas **GAFAS DE REALIDAD VIRTUAL** que permitía visualizar imágenes 360º de Benissa, animación creada por el Dpto. de Turismo con motivo de la temática de la feria y para aumentar el número de visitantes al stand.



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.

Acción 6.3. Benissa Film Office

Nuevo proyecto dirigido a la promoción del destino y a conseguir traer producción audiovisual a Benissa (rodajes de películas, publicidad, TV.). Para ello, la Benissa Film Office da apoyo profesional, logístico, administrativo, de gerencia o empresarial, a las productoras y empresas del sector. También facilitará la gestión de autorizaciones, licencias y permisos para rodar en los determinados espacios seleccionados y, además, proporcionará información específica a las productoras sobre los recursos y características de la zona.

Durante el 2018 la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, creó una nueva web para este servicio <http://filmoffice.benissa.net/>.



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

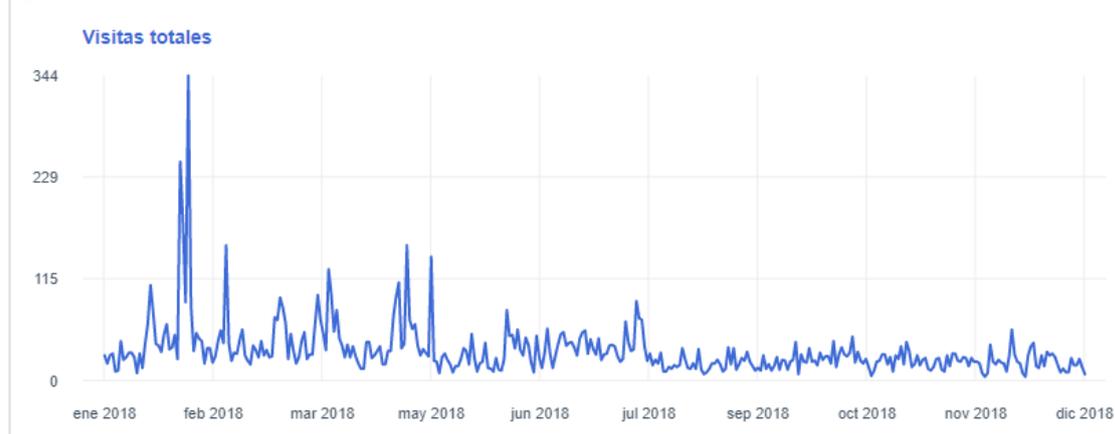
Según las estadísticas facilitadas por el sistema de gestión para Administradores de Facebook, cabe destacar los siguientes datos:

“Me Gusta”

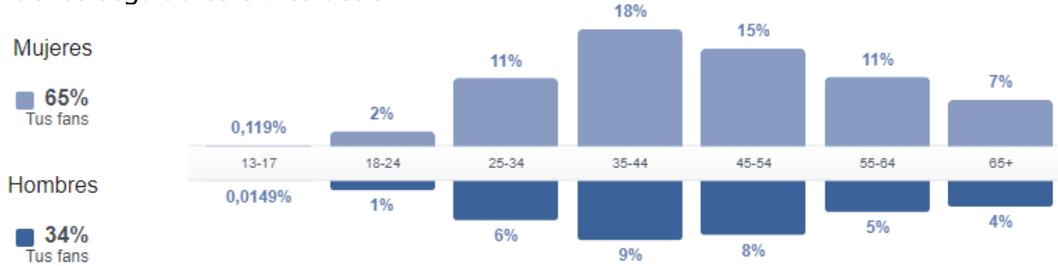


Visitas al perfil

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



Perfil de los seguidores e Interacción



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

- 18% entre 35 y 44 años
- 15% entre 45 y 54 años
- 11% entre 25 y 34 años

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

- 9% entre 35 y 44 años
- 8% entre 45 y 54 años
- 6% entre 25 y 34 años

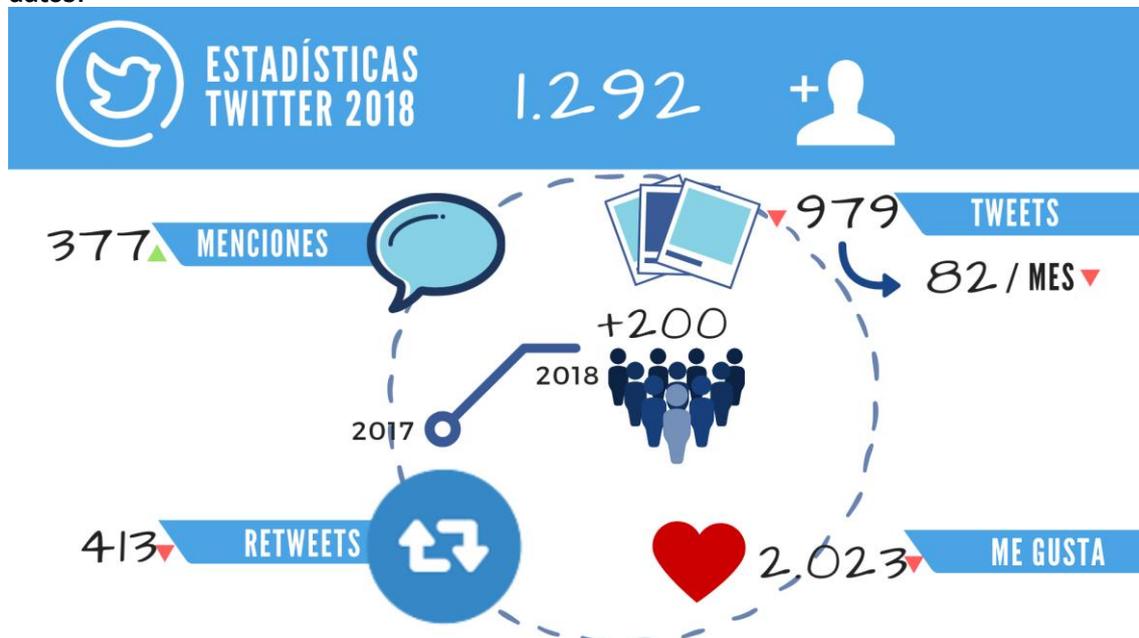
En cuanto a la Procedencia de los seguidores de Benissa Turismo en Facebook, en 1er lugar situamos a España, seguido de Bélgica, Reino Unido, Francia, países Bajos y Alemania. En cuanto a

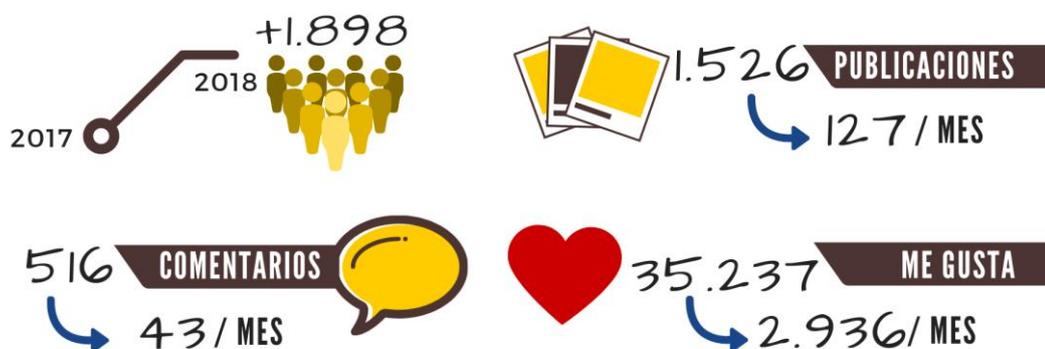
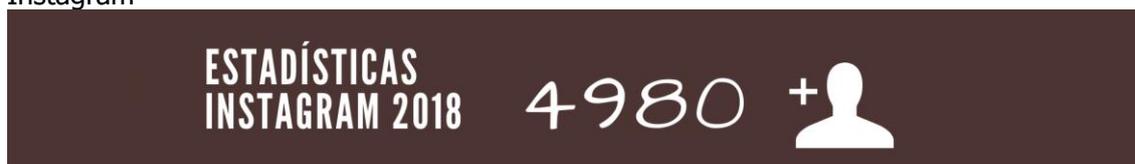
Comunidades Autónomas, se sitúa en 1er lugar los fans de Benissa, seguidos de Comunidad Valenciana, Cataluña y Murcia.

Los idiomas más usados son el español, inglés, holandés y francés.

7.3.2. Twitter

Según las estadísticas facilitadas por el Twitter analytics, cabe destacar los siguientes datos:





Acción 7.4. Otras RRSS y Plataformas

Elegidas las plataformas más adecuadas y una vez ya posicionados en las principales RRSS, Benissa Turisme continuó su andadura dándose 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.

8. SUBVENCIONES.

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

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 objeto es la mejora y refuerzo del servicio postventa durante la anualidad de 2018.

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 agosto a octubre, una Informadora Turística.

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 66%** de los encuestados **residen en el extranjero**, procedentes en su mayoría de Francia, Reino Unido, Bélgica, Holanda y Alemania. El resto de los encuestados, **un 34%, residen en España**, destacando los turistas de la Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla León y Cataluña.
- La muestra corresponde a un **66 % de mujeres** y un **29 % 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 70% sobre el total, seguido de un 25% que representan los encuestados con estudios secundarios.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Un **76,3% pernocta en Benissa**.
- Un **59,3%** de los encuestados **repiten su estancia** en la Comunidad Valenciana.
- Los encuestados que se alojan en Benissa emplean **principalmente la vivienda alquilada**, hotel, la vivienda en propiedad y la vivienda de amigos o familiares.
- El automóvil es el medio de transporte más empleado por la muestra, seguido por el avión.

- **El 61%, han realizado reservas** en la preparación de su viaje.
- **Un 44% de encuestados señalan viajar en familia**, un 37% en pareja y un 13% con amigos.
- El principal medio para la **obtención de información** turística sobre Benissa ha sido con un **55,9% a través de Internet** y amigos y familiares (28,8%).
- La muestra ha empleado Internet principalmente para obtener información sobre el destino y realizar reservas.
- Un 49,2% de los encuestados, han visitado la web turística de Benissa **www.benissa.es**.
- Un 88,1% de los encuestados afirman ser usuarios de Smartphone o Tablet, de los cuales lo van a utilizar (66,1%) con su propia conexión a Internet y un 18,6% 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, la gastronomía y la fiestas.
- Las principales actividades previstas o realizadas por los encuestados que pernoctan en el municipio son la playa, visitas culturales, visitar espacios naturales, degustaciones gastronómicas, compras de productos típicos, actividades deportivas o de senderismo y fiestas locales.
- Un 88% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benissa.
- Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,42 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 9,71** puntos sobre 10.
- Los ítems mejor valorados han sido la atención recibida, tono de voz empleado y amabilidad, presencia e imagen del personal, tiempo de espera, la fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida y la imagen y estética de folletos y listados.
- Los usuarios expresaron su **satisfacción** sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una **puntuación media de 9,71** puntos sobre 10.

10. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO

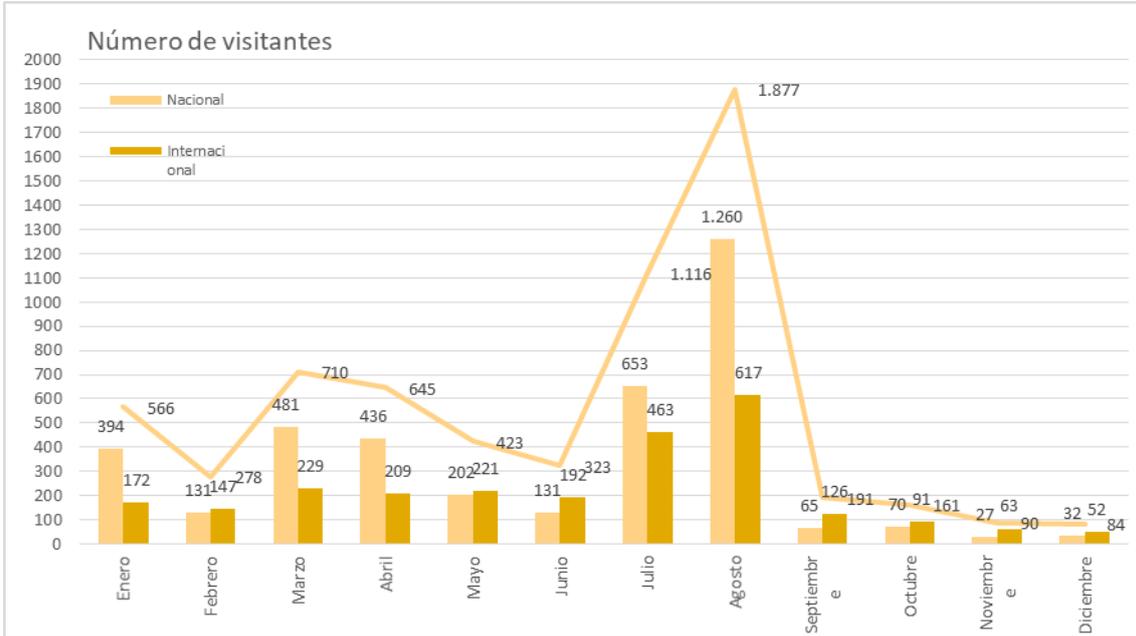
Acción 10.1. Estadísticas del servicio de Información turística.

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.

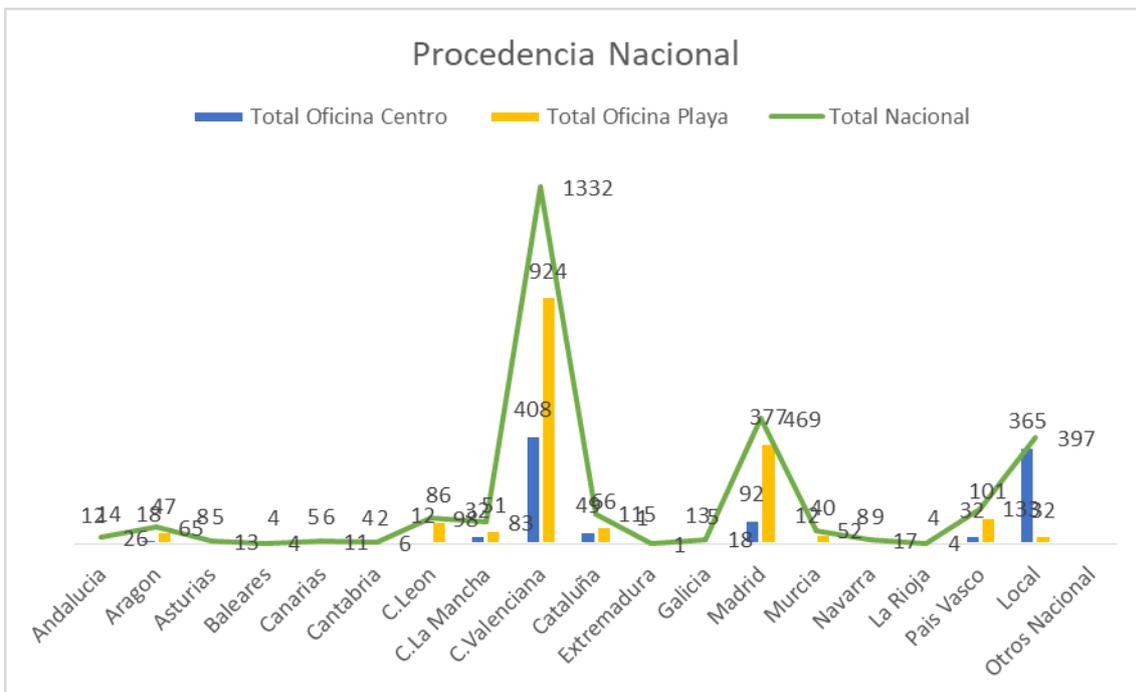
10.1.1. Análisis anual del servicio de información turística.

Se han recibido un total de 7591 turistas entre las dos oficinas de turismo en el 2018



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

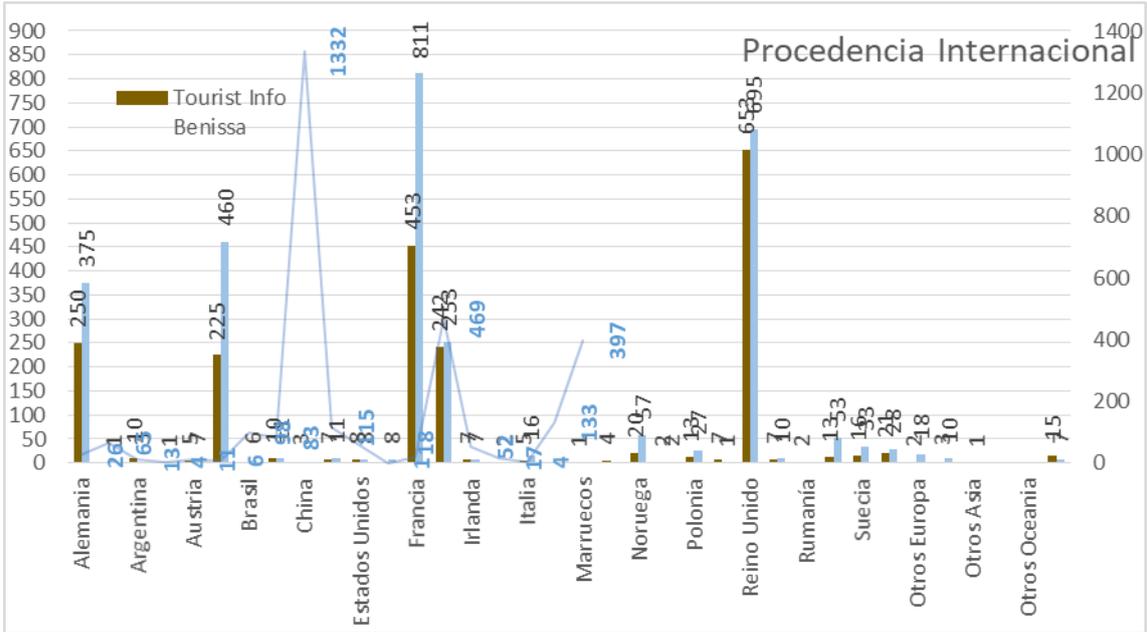
Sin embargo, si lo separamos por procedencia destaca que un 63% de los visitantes son internacionales, y nos visitan más en Agosto, Julio, Marzo y Mayo, en cambio un 37% son visitantes de procedencia nacional, y nos visitan más en agosto, julio, marzo y abril (Semana Santa y Fiestas Patronales).



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 **47%** de los visitantes nacionales proceden de la **Comunidad Valenciana**, por su proximidad, en segundo lugar, con un **16%**, son visitas de **Madrid**, y un **14 %** 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.



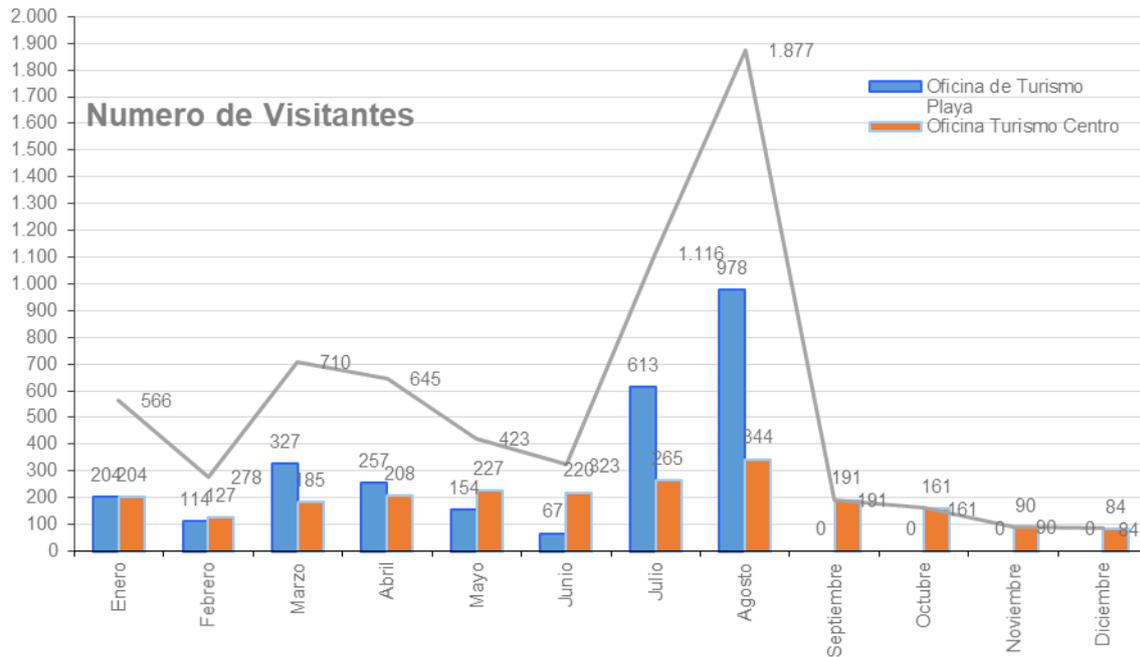
Procedencia Internacional

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 **27%** del turista Internacional procede de **Reino Unido**, en segundo lugar, un **26%** procede de **Francia**, por su proximidad, destacan las visitas a la Oficina de Turismo de la playa, **14%** de **Belgica**, el **13%** de **Alemania** y el **10%** de **Holanda**.

Análisis de Afluencia por oficinas

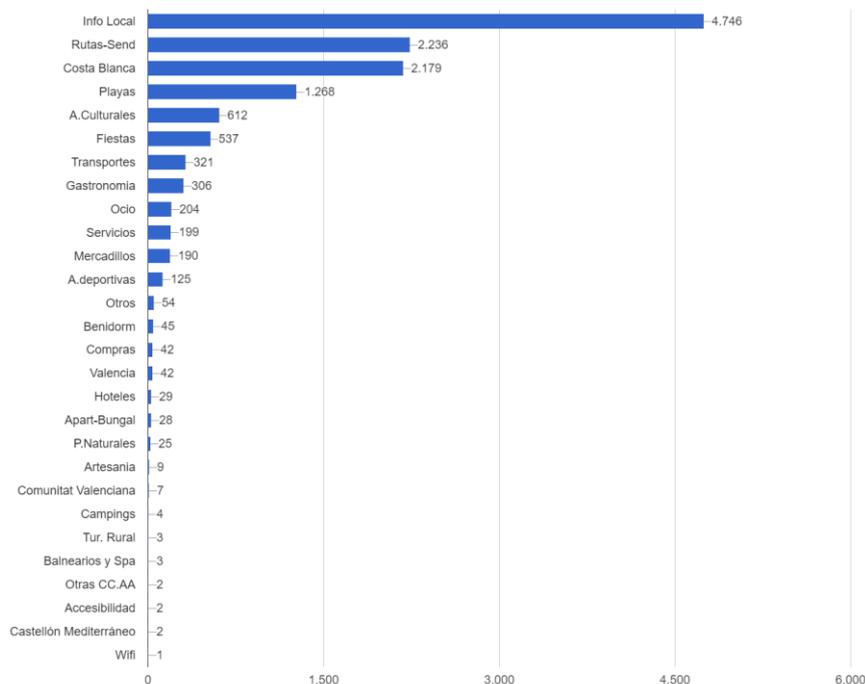
Cabe destacar que la máxima afluencia de visitantes se recibe en la oficina de Turismo de Benissa playa, por su situación próxima a la playa y por estar en pleno Paseo Ecológico. Destacan en la Oficina de la playa las visitas en agosto, julio, marzo y abril. En la oficina del centro destacan igualmente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



10.1.2. Atención en mostrador. Consultas de información efectuadas.

El número total de consultas efectuadas durante el 2018: 13.221 consultas

Tipología de la demanda:



Tipología de consultas en % más destacadas

Información turística de Benissa: 35,9% (engloba todos los recursos turísticos del municipio)

Rutas de senderismo: 16,9% (locales y de la comarca)

Información sobre la Costa Blanca: 16,5%

Paseo Ecológico y playa: 9,6% (Costa Benissera)

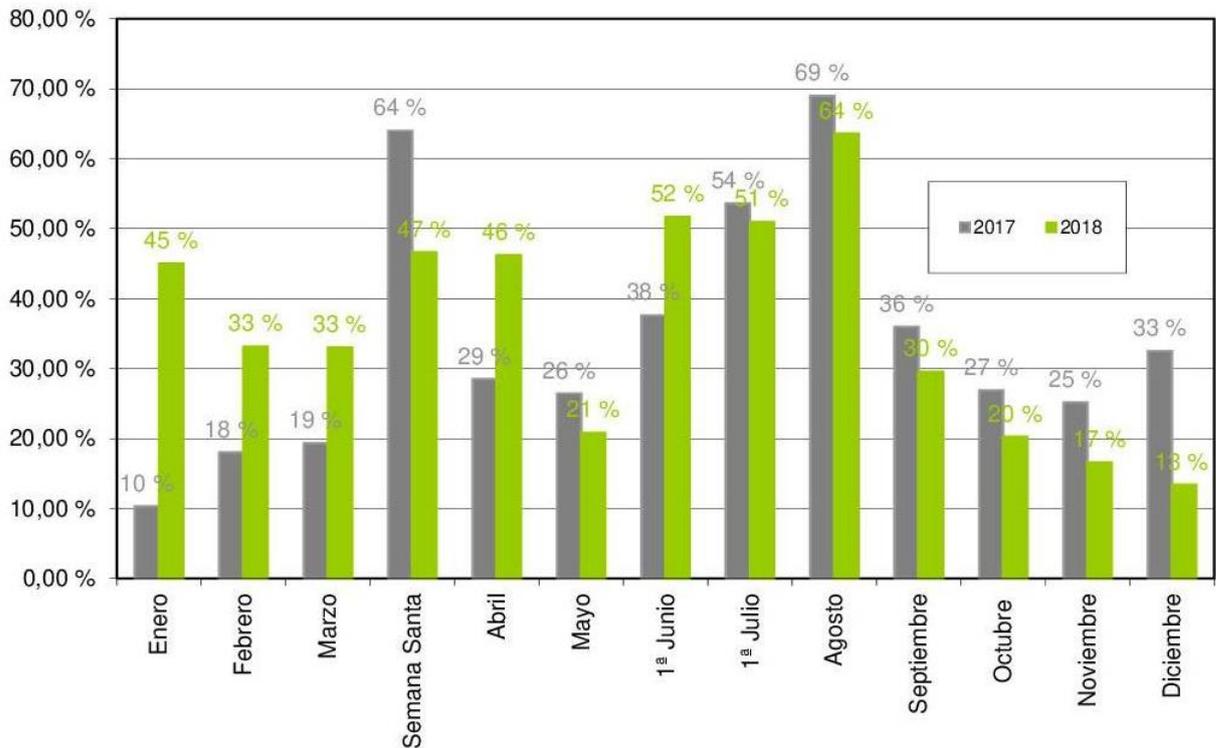
Actividades Culturales: 7,7%

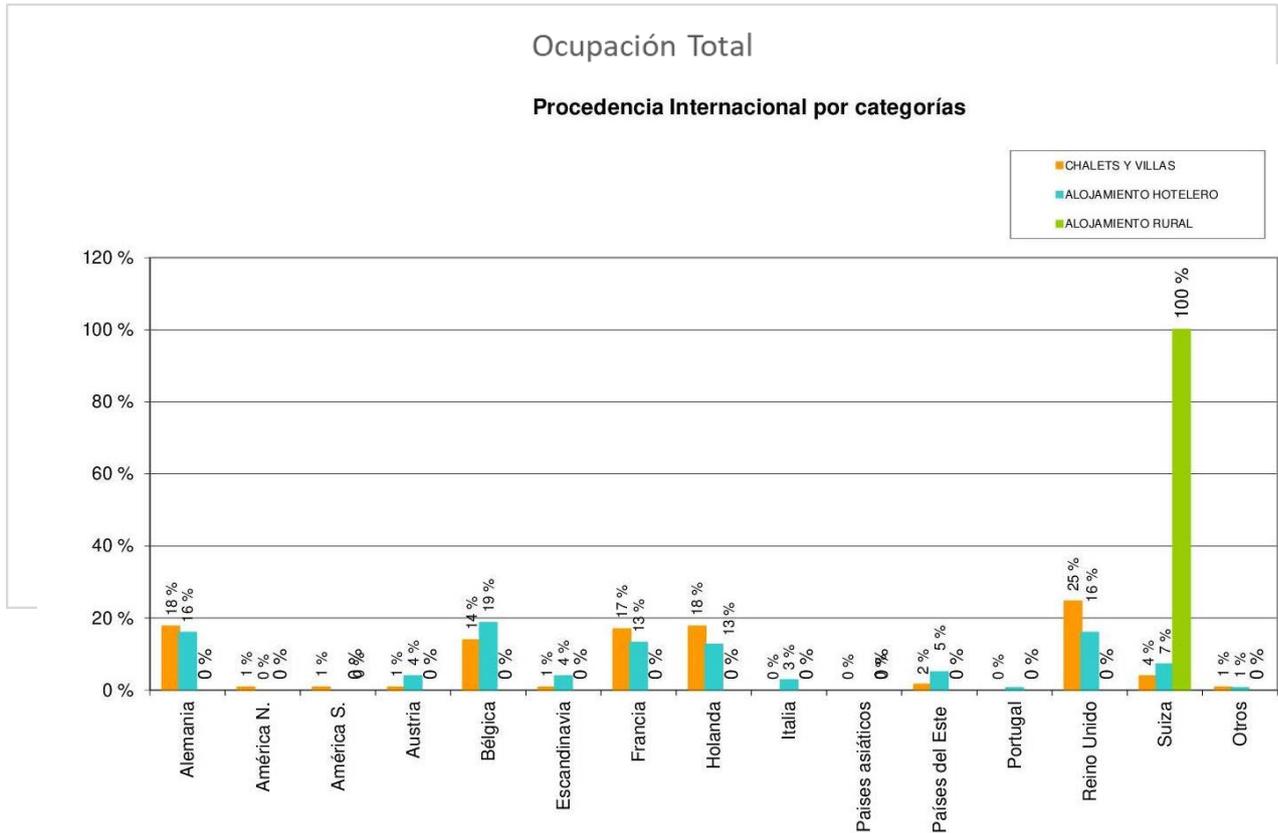
Acción 10.2. Control de la Ocupación en el alojamiento turístico.

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 2018 ha sido de una media de 386 plazas, ha descendido en referencia al año anterior en 134 plazas. Cabe destacar que el incremento o decremento de plazas influye en el porcentaje de ocupación del alojamiento de alquiler.

Ocupación de alojamiento turístico 2017/2018





El alojamiento turístico alcanzó en 2018 una media de un 36,24%, un 0,32% más que en 2017.

El **alojamiento hotelero**, tuvo una media de **43,09%**, un 6,94% menos que el año anterior.

Los porcentajes del alojamiento hotelero oscilan entre un 17,50% y un 69,50%. Los meses de ocupación más baja han sido diciembre y enero (17,50% y 25%) y los periodos más altos han sido el mes de agosto, la semana santa y el mes de Junio (en torno a un 69,50%, 66,67% y 60%).

El **alojamiento rural**, presenta una ocupación media de **29,13%**, un 9,52% más que en 2017.

El alojamiento rural ha presentado a lo largo del año porcentajes que oscilan entre 0% y 100%. Los meses de ocupación más baja han sido de mayo y octubre. El periodo de mayor porcentaje ha sido en Enero, Junio, abril y febrero.

Por último el **alojamiento de alquiler** que ha descendido un 1,61% respecto al año anterior, teniendo una media de ocupación de un **36,50%**.

Destacamos el mes de agosto, con una ocupación de un 86,31% alcanzando el porcentaje más alto, seguido del mes de julio (en torno al 73,23%). Los meses de ocupación más baja fueron enero y noviembre, con un 10% y 12,40% respectivamente.

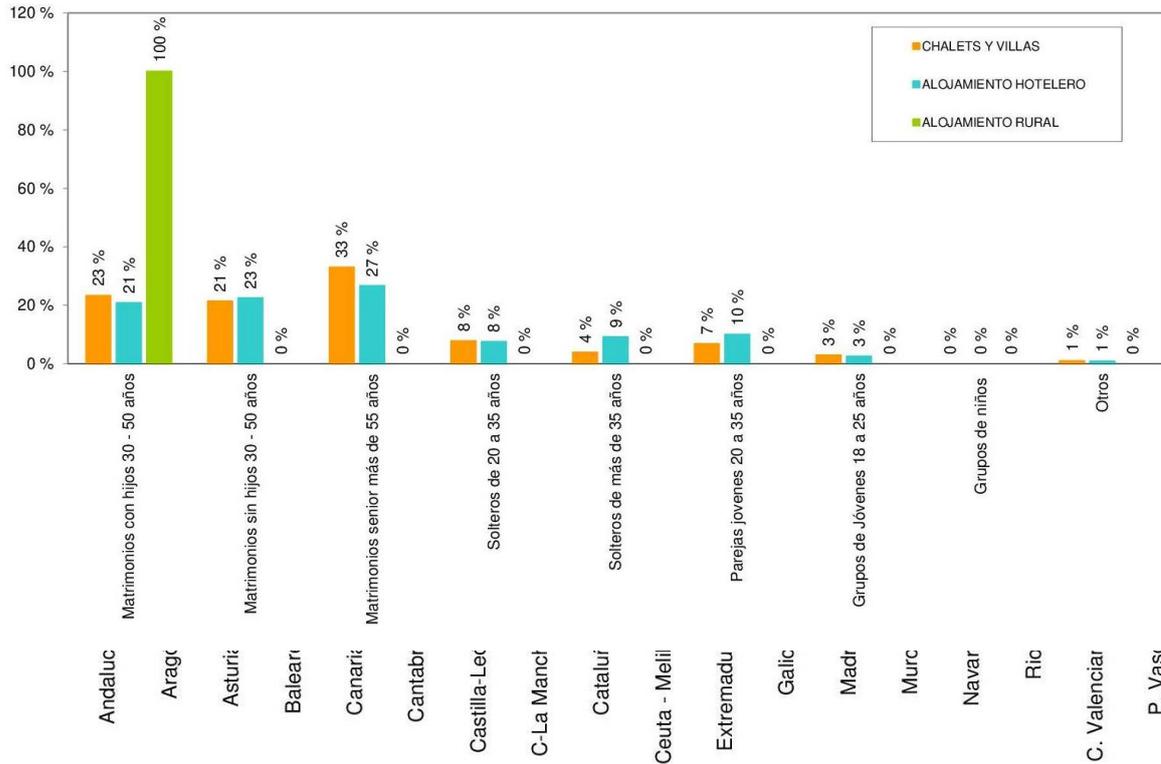
La procedencia de turistas en los diferentes tipos de alojamiento es la siguiente:

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

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

Alojamiento rural: Suiza

Tipología de turistas internacionales 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 Galicia.

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

Alojamiento Rural: Comunidad Valenciana y Murcia

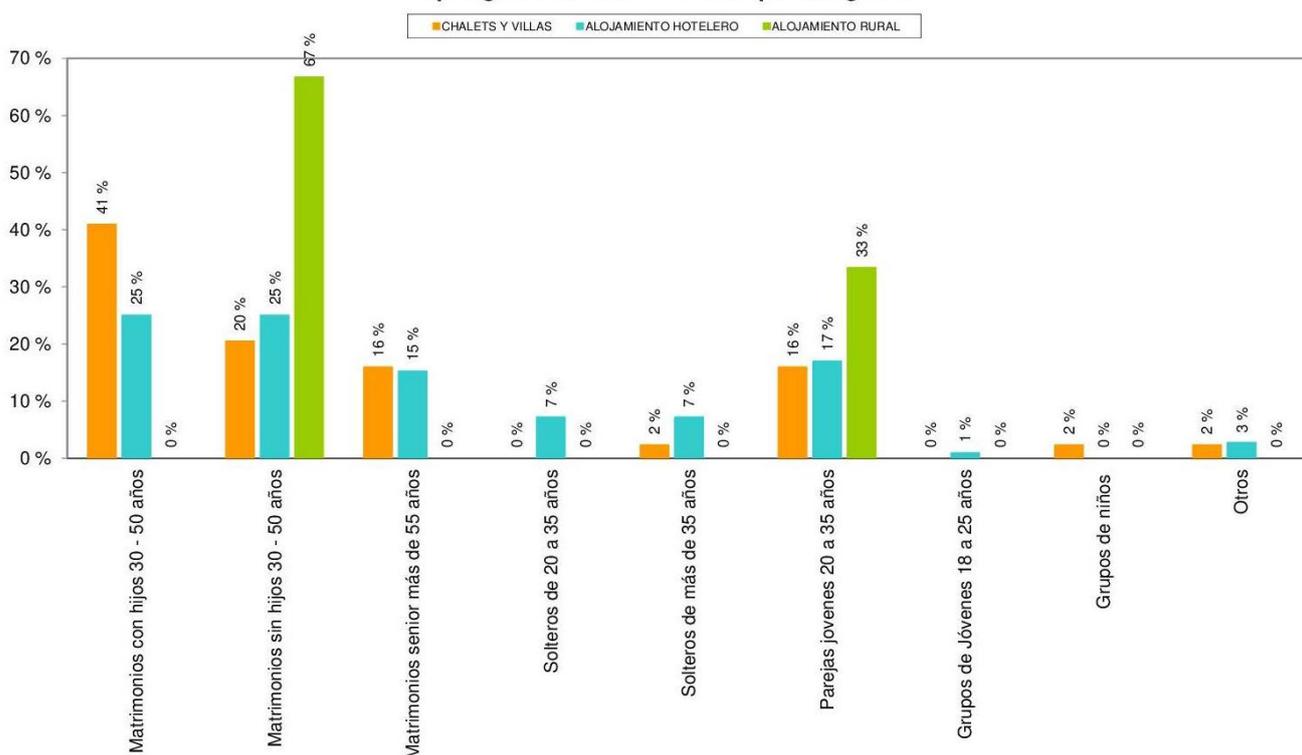
Tipología del Turista Internacional por alojamientos:

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 de turistas nacionales por categorías



Tipología del Turista Nacional por alojamientos:

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

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

Alojamiento rural: matrimonios sin hijos y parejas jóvenes de 20 a 35 años.

Acción 10.3. Otras estadísticas:

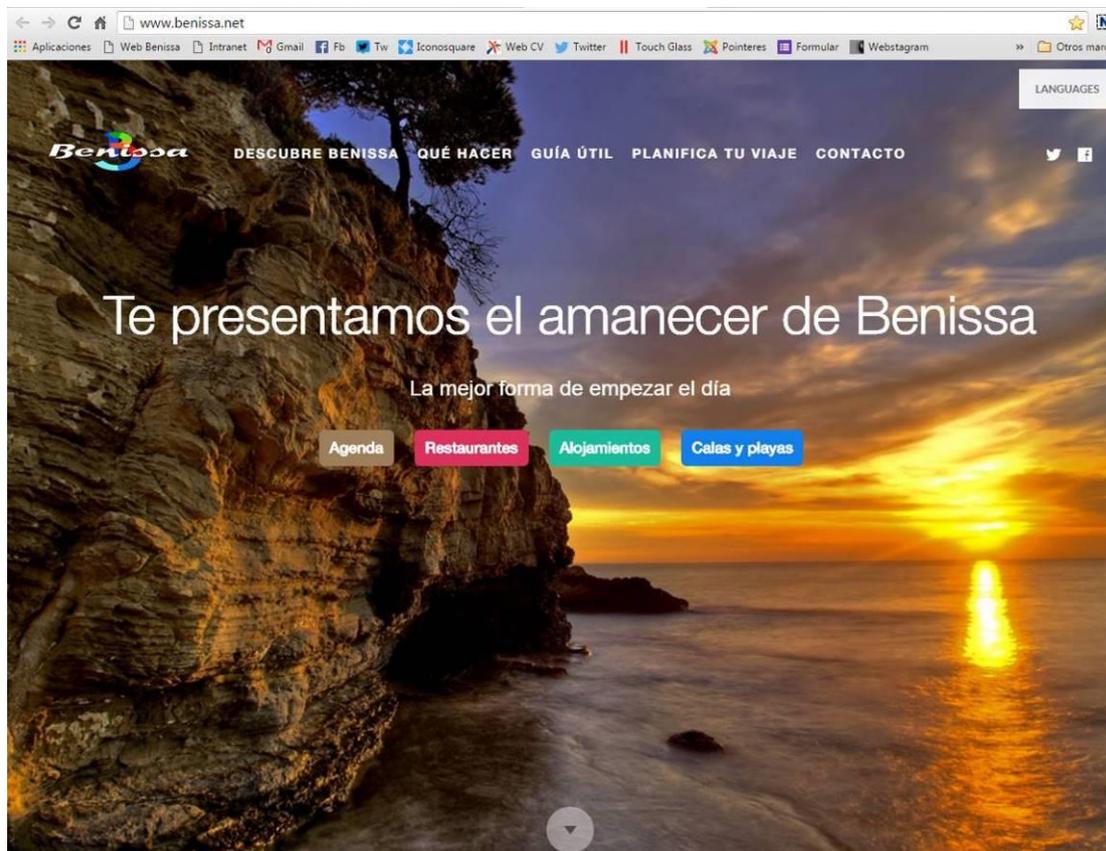
10.3.1. Colaboraciones en eventos y a asociaciones y establecimientos turísticos.

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 2087 ejemplares.

La aportación mayoritaria es a las **empresas turísticas del destino**, tales como Alojamiento, Rent a Car, etc. con un **29%**, seguido de un **36%** para **encuentros y eventos**, para las **oficinas de turismo** con un 30,59%, 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)

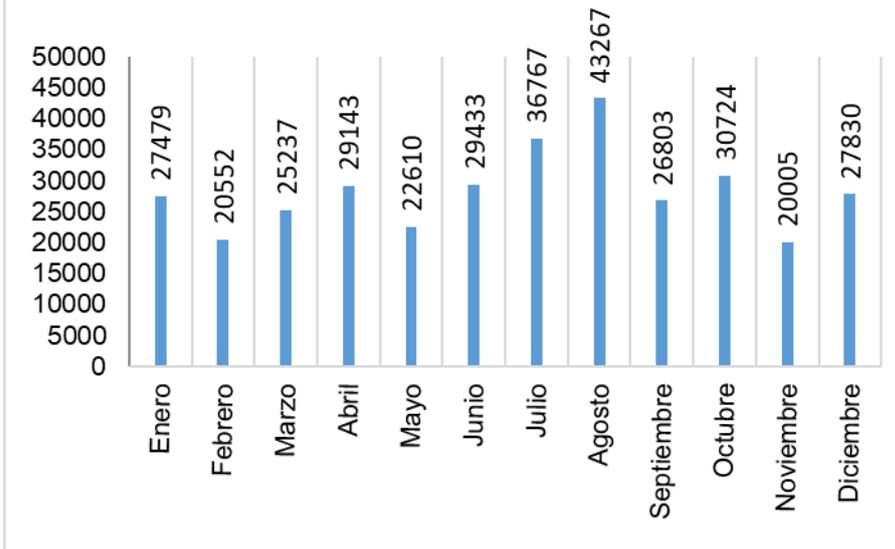
Fiestas de Moros y Cristianos (Junio)

Actividades Verano (Julio y agosto)

Visitas a la web en 2018:

Durante el 2018 se han recibido un total de **339.850 visitas** a www.benissa.es, una media de 922 visitas al día aproximadamente. De las cuales han sido 206.212 visitantes distintos que han visto 2.251.205 páginas distintas.

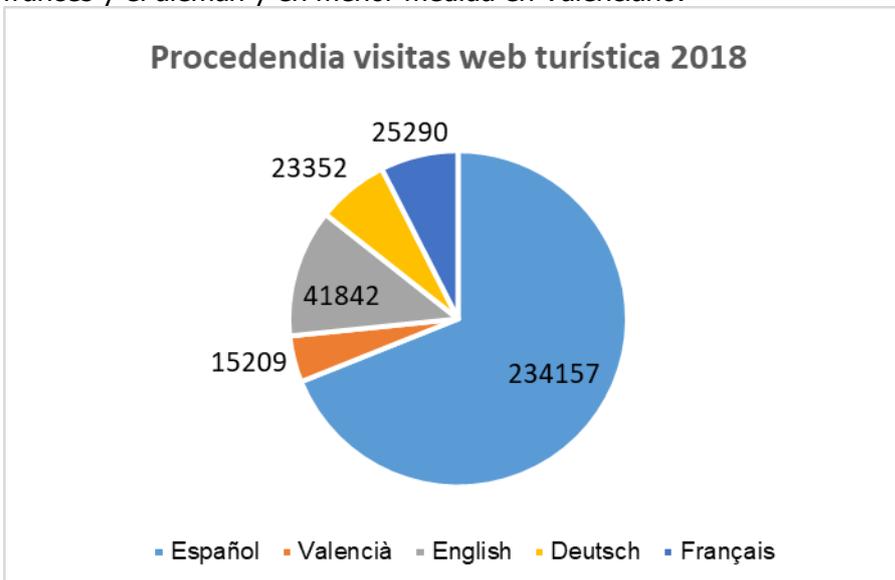
Visitas web turística 2018



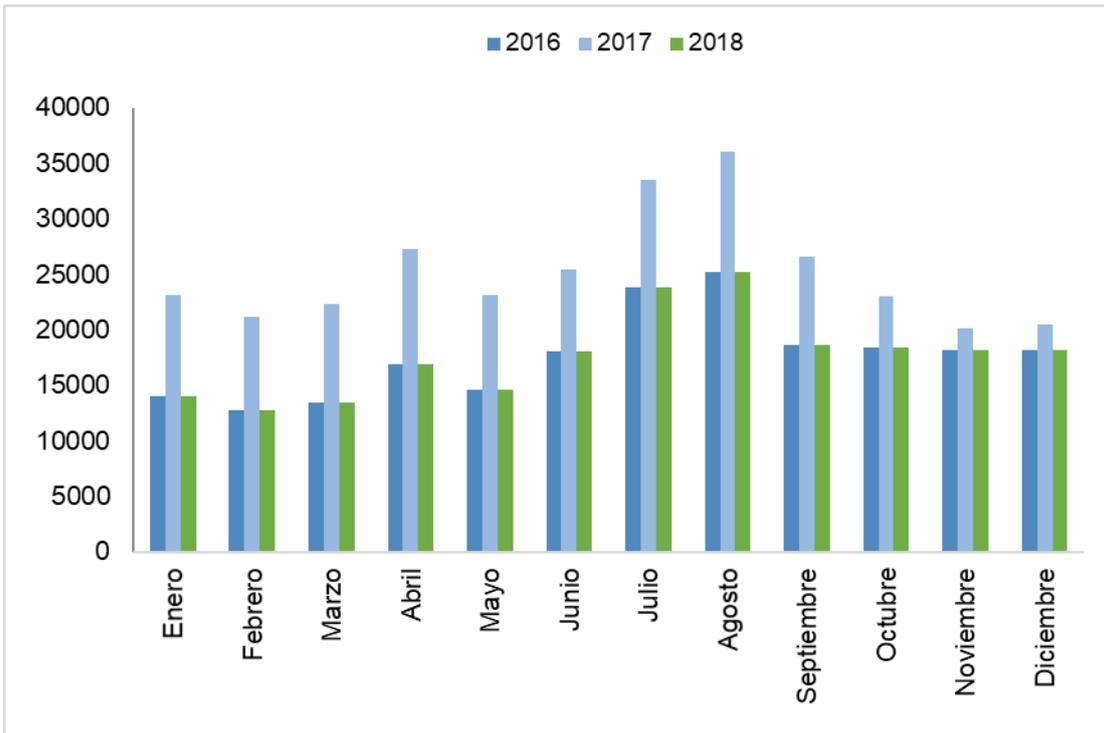
Se han realizado visitas a www.benissa.es, por orden de mayor a menor, durante los meses de **agosto, julio, octubre, junio y abril** y los de menor noviembre, febrero y mayo.

Los idiomas de la web más visitados son principalmente español, seguido del inglés, francés y el alemán y en menor medida en Valenciano.

Procedencia visitas web turística 2018



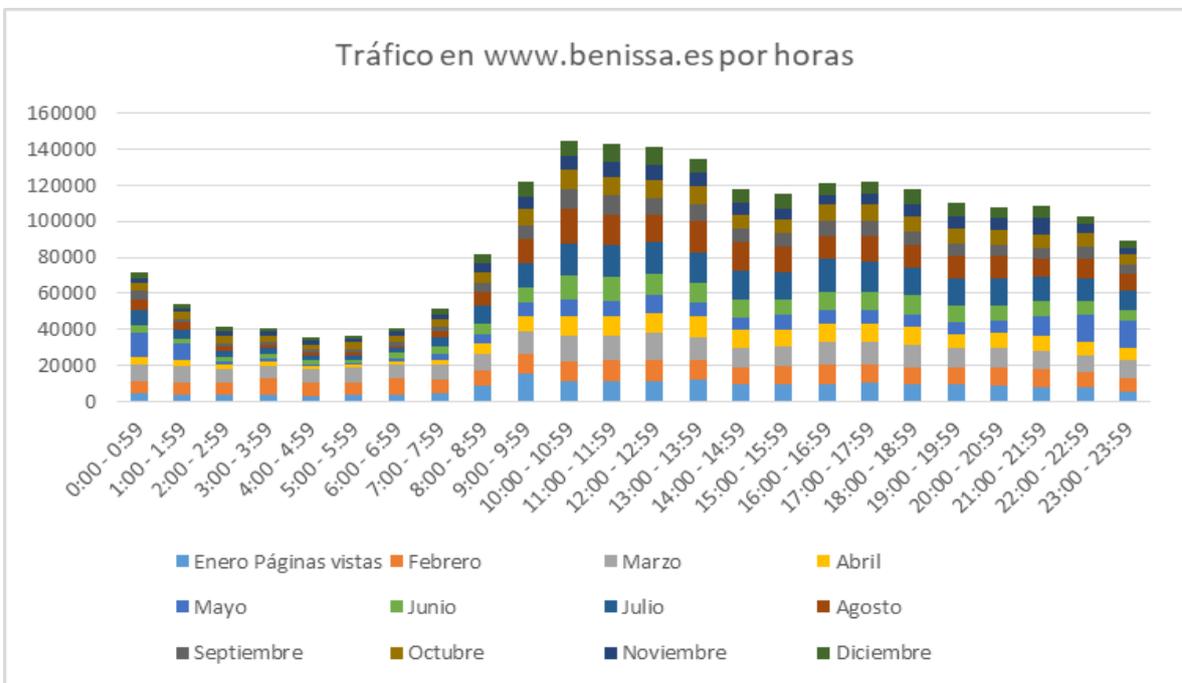
Cabe destacar que en 2018 ha disminuido el número de consultas con respecto al año anterior, esto se debe a la tendencia de los visitantes y turistas a consultar más las redes sociales y blogs de viajes.



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 2018 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 2018 el personal de la Oficina de Turismo asistió a los siguientes cursos de formación:

- Gestión de proyectos (febrero-marzo | 40 horas)
- Taller: Cómo implantar una estrategia de destino turístico inteligente en el CDT Alicante (Mayo| 4 horas)
- Facebook live en oficinas de turismo en el CDT de Alicante (octubre | 5 horas)
- Marketing digital y comunicación para destinos turísticos FUNDEUM (Mayo-Junio | 40 horas)
- Desayuno Invattur en Benidorm: El big data y el IoT para mejorar la experiencia de los nuevos perfiles de demanda turística (Septiembre| 2 horas)
- Asistencia al XIX Foro Internacional de Turismo de Benidorm: Smart Data (octubre | 9 horas)
- Jornada técnica: Ruta amb els 5 sentits en Vall de Pop (octubre | 4,5 horas)
- Curso Gestor de Destinos Turísticos Inteligentes (Noviembre-Diciembre | 32 horas)

12.2.2. Personal en prácticas.

El Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa acogió en 2018, a una persona en prácticas del Programa de EUROIDISEA gracias al convenio ya establecido con la entidad, 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.

La alumna, procedente de Portugal, realizó sus prácticas entre el 1 de noviembre de 2018 y el 31 de marzo de 2019.