



Memoria de actuaciones BENISSA 2019

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
<i>ACCIÓN 1.1. DOTACIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA LÚDICO-CULTURAL-FESTIVA EN TEMPORADA ALTA COMO APOYO AL PRODUCTO “SOL Y PLAYA”</i>	<i>4</i>
1.1.1. <i>VIU LA PASQUA.....</i>	<i>4</i>
1.1.2. <i>VIU L’ESTIU</i>	<i>5</i>
1.1.3. <i>HOLA VERANO.....</i>	<i>5</i>
2. BENISSA GASTRONÒMICA	5
3. TURISMO CULTURAL.....	6
<i>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.....</i>	<i>6</i>
<i>ACCIÓN 3.2. RUTA INTERACTIVA CON CÓDIGOS QR POR EL CENTRO HISTÓRICO.....</i>	<i>6</i>
4. TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO	7
<i>ACCIÓN 4.1. APOYO AL DESARROLLO DE EVENTOS DE TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO.....</i>	<i>7</i>
<i>ACCIÓN 4.2. DIFUSIÓN DE RUTAS DE SENDERISMO, SUBMARINISMO, ASÍ COMO DE EVENTOS DEPORTIVOS A TRAVÉS DE SOPORTES OFF Y ON-LINE.....</i>	<i>7</i>
5. TURISMO EVENTOS.....	8
<i>ACCIÓN 5.1. APOYO A LA PROMOCIÓN DE LOS EVENTOS EN BENISSA</i>	<i>8</i>
<i>ACCIÓN 5.2. APOYO A EVENTOS DE INTERÉS ESPECIAL QUE REPERCUTAN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO.</i>	<i>8</i>
<i>ACCIÓN 5.3. APOYO A LA VUELTA CICLISTA.....</i>	<i>8</i>
ACCIONES DE PROMOCIÓN GENERAL Y GESTIÓN TURÍSTICA	10
6. PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LOS MERCADOS EMISORES.	10
<i>ACCIÓN 6.1. ASISTENCIA A FERIAS TURÍSTICAS.....</i>	<i>10</i>
<i>ACCIÓN 6.2. DIFUSIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</i>	<i>12</i>
6.2.1. <i>INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN REVISTAS TURÍSTICAS, RADIO Y PERIÓDICOS.</i>	<i>12</i>
6.2.2. <i>PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS FIESTAS DE MOROS Y CRISTIANOS DE BENISSA</i>	<i>12</i>
6.2.2.1. <i>FAM TRIP 29 Y 30 DE JUNIO 2019 CON INSTAGRAMERS</i>	<i>13</i>
6.2.2.2. <i>CAMPAÑA EN REDES SOCIALES.....</i>	<i>13</i>
<i>ACCIÓN 6.3. BENISSA FILM OFFICE.....</i>	<i>14</i>
7. SOCIAL MEDIA.....	15
<i>ACCIÓN 7.1. BENISSA EN SOCIAL MEDIA</i>	<i>15</i>

ACCIÓN 7.2. OBJETIVOS:	15
ACCIÓN 7.3. SEGUIMIENTO MENSUAL DE BENISSA EN LAS REDES SOCIALES.....	15
7.3.1. FACEBOOK.....	15
7.3.2. TWITTER.....	17
7.3.3. INSTAGRAM.....	18
ACCIÓN 7.4. OTRAS RRSS Y PLATAFORMAS.....	19
8. SUBVENCIONES.....	20
ACCIÓN 8.1. PROGRAMA 2.3 MEJORA DE LA INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE BENISSA.....	20
8.1.1. CONTRATACIÓN DE UNA INFORMADORA TURÍSTICA.....	20
8.1.2. VISITAS GUIADAS Y TEATRALIZADAS.....	20
<u>INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS</u>	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.	22
PENDIENTE CUMPLIMENTAR EN ENERO	22
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:	26
10.3.1. COLABORACIONES EN EVENTOS Y A ASOCIACIONES Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS.....	28
11. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN	29
ACCIÓN 11.1. ACTUALIZACIONES DIARIAS DE LA WEB TURÍSTICA DE BENISSA	29
ACCIÓN 11.2. SERVICIO DE LA PANTALLA TÁCTIL EN LAS DOS OFICINAS DE TURISMO.....	29
11.2.1. ESTADÍSTICAS TOUCH GLASS OFICINA DE TURISMO DEL CENTROERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
11.2.2. ESTADÍSTICAS TOUCH GLASS OFICINA DE TURISMO DEL PLAYA.....	31
12. RECURSOS HUMANOS.....	32
ACCIÓN 12.1. REFUERZO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN TEMPORADA ESTIVAL. 32	
ACCIÓN 12.2. ACCIONES EN RECURSOS HUMANOS.....	33
12.2.1. PLAN DE FORMACIÓN DEL PERSONAL	33
12.2.2. PERSONAL EN PRÁCTICAS.	33

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 4 idiomas de todos estos eventos organizados por los diversos departamentos del Ayuntamiento:

Cultura: 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: Fiestas Patronales y procesiones de Semana Santa

Medio Ambiente: exposiciones

Turismo: visitas guiadas de Pascua; son visitas experienciales 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 o el de verano de la Coral Benissenca, exposición "Art al ras" en plena villa medieval, microteatro...

Deportes: Deportes en la playa (Yoga y 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: #Gastroexperiencia en lugares singulares como el paseo ecológico y el convento de los Padres Franciscanos 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 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 2019, la gastronomía es uno de los seis 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 Gastronòmica a producto gastronómico se ha realizado progresivamente de manera natural, gracias a la existencia de unos recursos naturales excelentes y un buen hacer empresarial.

Actualmente se están manteniendo reuniones con el sector para redefinir la estrategia a seguir y desarrollar este producto con una clara proyección de futuro.

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 2019: 34 visitas guiadas gestionadas por la oficina de Turismo de Benissa, de las cuales 9 han sido realizadas por guías voluntarios. Total: 823 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 3.2. 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 Abarques, 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 puede 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 XII Edición del Open GEAS Valencia de fotografía subacuática, conjuntamente con el Ayuntamiento de Teulada-Moraira.

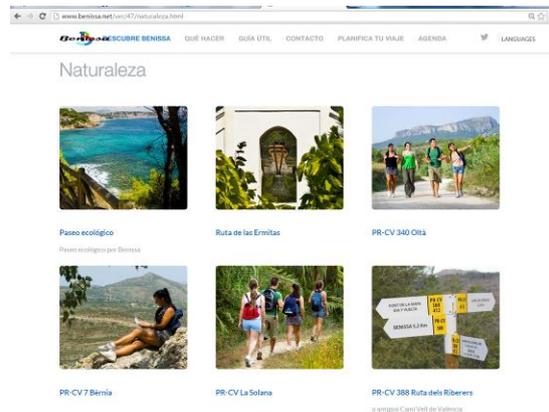
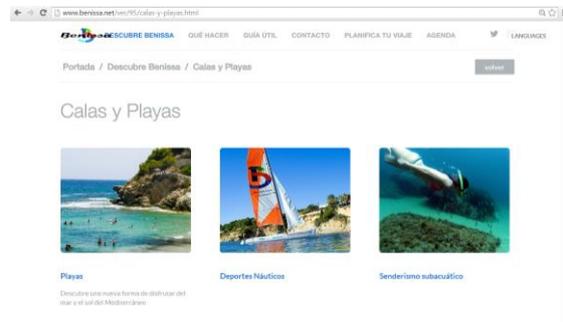


Acción 4.2. Difusión de Rutas de senderismo, submarinismo, así como de eventos deportivos a través de soportes Off y On-line.

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 Ribersers**, 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; y Culturales, como la Nit en Blanc en la que se han abierto los diferentes espacios culturales para ser visitados hasta la medianoche.

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:

- **Eso canta amb cor** (28 de febrero). Folletos genéricos y bolsas de tela de Benissa.
- Asociación de vehículos históricos: Vuelta Turística "La Marina" (29 de mayo). Folletos genéricos
- **Costa Blanca Challenge** (29 de septiembre) folletos de información genérica.
- **Club Ciclista Benissa: 1ª Marxa BTT** (11 de noviembre) Folleto informativo de Benissa.
- **Matinal motera** (20 de octubre). Folletos de información turística en bolsa de tela de Benissa.
- **Campus San Vicente del Raspeig.** (20 de octubre) Folleto genérico.

Acción 5.3. Apoyo a la Vuelta Ciclista.

Con el fin de apoyar el gran evento de la Vuelta Ciclista a España y al objeto de dar a conocer Benissa, desde Benissa Turisme se han querido poner en valor los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

En esta acción concreta se pone un énfasis especial en el ODS 14: VIDA SUBMARINA.

Se trata de concienciar al mundo de que es necesario y muy importante adoptar medidas urgentes para proteger la vida submarina. El océano cubre $\frac{3}{4}$ partes de la superficie terrestre y representa el 99% del espacio vital del planeta en volumen. Además, es muy importante reconocer el valor del alga posidonia, endémica del Mediterráneo, en la conservación del ecosistema marino y su regeneración. Es creadora de oxígeno y por ello se le llama el pulmón del Mediterráneo. Forma parte de praderas submarinas que tienen una notable importancia ecológica y ejerce una considerable labor en la protección de la línea de costa de la erosión. Dentro de ellas viven muchos organismos animales y

vegetales que encuentran en las praderas alimento y protección. Se la considera un buen bioindicador de la calidad de las aguas marinas costeras.

DESCRIPCIÓN PROPUESTA

-Creación de una BALLENA GIGANTE con posidonia, varada en la arena de la playa de La Fustera, junto al mensaje "MEDITERRÁNEO LIMPIO", escrito también con algas.

-Por otro lado, se reprodujo el LOGOTIPO DE BENISSA con bolas de fibras de posidonia, teñidas con el color correspondiente, sobre el pavimento del paseo.



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 23 al 27 de enero 2019. 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 2019 así como los dos catálogos (genérico y de calas). 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.

Durante todo el fin de semana, cuando Fitur abre las puertas al público, se llevó a cabo una acción promocional bajo el lema "Esta Semana Santa tu torrija es la Mona de Pascua", que formó parte de una estrategia de promoción turística que se desarrolló para atraer turistas de Madrid a Benissa los días 12 al 14 de abril. Para ello, se repartieron 1.000 flyers que el público cumplimentó con sus datos personales para entrar en un sorteo de una estancia en Benissa durante ese fin de semana que marca el inicio de las vacaciones escolares en esa C.A.

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:

- **Show Cooking** dirigido por los restauradores benisseros del Restaurante Giró, que elaboraron en directo un "Mosset de putxero de polp" (Saquito de cocido de pulpo) que pudieron degustar unas 200 personas aproximadamente. El plato se sirvió con la cerveza artesana L'Andragó de XABIER's, productor benissero de cervezas artesanas. Esta presentación contó con el apoyo técnico y logístico de la empresa HostelBe.



- **Presentación Benissa Film Office**, un 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 dará 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. Para el lanzamiento en Fitur de la Benissa Film Office, se preparó un vídeo promocional y una web que estará operativa desde el momento de su presentación en la feria.

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 29 al 31 de marzo 2019. De carácter mixto.

La belleza de la costa y la calidez del Mediterráneo se alían con los amantes de las actividades náuticas a lo largo de todo el año. Son **25 clubes náuticos** y puertos deportivos, con más de **10.000 amarres**, los que salpican el litoral proporcionando unas infraestructuras de máximo nivel que incita a la práctica de los deportes náuticos y acuáticos a la vez que se convierten en vigía del respeto al medio ambiente y a los fondos marinos.

170 playas, más de 200 kilómetros de litoral, 300 días de sol al año... Todo esto y mucho más coloca a la Costa Blanca como referente entre los amantes de la práctica de actividades náuticas y acuáticas y a **MEDSEA COSTA**



BLANCA el mejor escaparate donde mostrar al público toda la oferta del sector. Los turistas y visitantes alicantinos, junto con el resto de la Comunidad Valenciana ocupan el primer lugar en el ranking de procedencia nacional en Benissa, por su proximidad.

Por todo ello, la Concejalía de Turismo decidió acudir de nuevo a esta cita alicantina para promocionar toda su oferta. Además, estuvo presente en la feria junto con el Departamento de Turismo, el Centro de Buceo Les Basetes.

Las principales peticiones se centraron en: información sobre "sol y playa", turismo náutico Y Paseo Ecológico.

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.

6.2.1. Inserción de publicidad en revistas turísticas, Radio y periódicos.

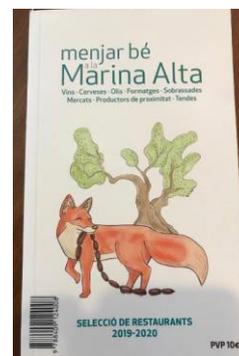
Comarca y local

Revistas y Publicaciones online:

-Guía menjar bé a la Marina Alta: Reportaje gráfico sobre el Mercat dels Porxes de Benissa (mercado de la tierra), en la publicación « la promesa de menjar bé a la Marina Alta".

-Inclusión de información turística de Benissa en los siguientes blogs de viajes :

- Los Viajes de Domi
- Imanes de Viaje
- Salta Conmigo



6.2.2. Promoción y difusión de las Fiestas de Moros y Cristianos de Benissa

El pasado 1 de agosto de 2018 se otorgó, por resolución de la Presidencia de la Generalitat Valenciana, la declaración de fiesta de interés turístico provincial de la Comunitat Valenciana a las Fiestas de Moros y Cristianos en honor a San Pedro Apóstol de Benissa.

Dada la importancia que esta festividad supone para la atracción de turistas y visitantes al municipio, la Concejalía de Turismo impulsó una campaña de promoción turística on y off line que incorporó contrataciones publicitarias en diferentes medios y soportes así como un **fam trip dirigido a bloggers e instagramers** que se sumaron a la promoción y difusión de dicha actividad. Por otra parte, se creó un vídeo promocional de la festividad que sirvió de soporte para las diferentes acciones promocionales que se pretendieron llevar a cabo.

Fechas de celebración.-

La festividad de Moros y Cristianos tuvo lugar del jueves 27 de junio al lunes 1 de julio. La publicidad en medios y Facebook e Instagram se realizó desde mediados de abril hasta mediados de junio del presente año. **El fam trip se llevó a cabo el sábado 29 de junio coincidiendo con la Gran Entrada.**

Esta campaña de publicidad pretende dar a conocer el arraigo y verdadero significado que esta festividad tiene para el pueblo de Benissa. Además, quiere transmitir un mensaje claro de convivencia y armonía existente entre las diferentes culturas que conviven en Benissa.

6.2.2.1. Fam Trip 29 y 30 de Junio 2019 con Instagramers

TARGET

Nuestra campaña estuvo dirigida a gente que no conoce las fiestas de los moros y cristianos de Benissa.

Con las acciones de los influencers impactamos a gente joven de entre 30 y 40 años, residentes en la provincia de Alicante o Valencia, a los que les gustaba o conocían el concepto de fiesta de moros y cristianos pero no conocían las del municipio de Benissa.

ACCIONES

Para llevar a cabo nuestra campaña, y cumplir con los objetivos que nos marcamos, contamos con varios influencers de entre 1.000 y 10.000 seguidores en Instagram.

Las acciones fueron las siguientes:

Foto en el feed: Durante el periodo de duración de la campaña, los influencers mostraron con fotos en su feed la experiencia que estaban viviendo. En el copy de cada foto se nombró a BenissaTurisme

Stories: Cada Influencer subió un total de entre 5-10 stories durante su estancia en el municipio.

Resultados:

FAM TRIP 29 Y 30 DE JUNIO 2019

ENGAGEMENT	NOMBRE DE USUARIO	Nº SEGUIDORES	Día visita	Perfil	Blog
3,40%	twoflaneurs	16,7K	29-jun	Extranjeros residentes Costa Blanca	http://norspain.com/
2,80%	descubalicante	3784	29-jun	Residentes Alicante y Valencia	www.descubriendoaalicante.com
8,47%	anitaguardiola	24k	30-jun	Jovenes viajeros	
9%	viajando_contigo	5669	30-jun	LGTB viajeros	https://visadodeviaje.wordpress.com/
3,20%	postalesdeunviajero	6524	30-jun	Familias viajeras	https://postalesdeunviajero.com/

Programa de Trabajo

- Las publicaciones incluirán:
 - Hashtag correspondiente según tipo de publicación: Fiestas o Calas
 - Ubicación: Benissa, Alicante
 - Mención a @benissaturisme
- Calendario de Publicaciones
 - Storie 1 día antes de la llegada a Benissa: Anunciando que mañana estarás en las fiestas, que @BenissaTurisme ha organizado un día muy completo para conocer Benissa, un pueblo al lado de Calpe.
 - 1 Storie sobre la experiencia en el Alojamiento. Nombrar a: @casaelriberer
 - Stories sobre las Calas y Paseo ecológico
 - Stories desfile, cabilas, fiestas y diversión

#MorosyCristianosBenissa #morosycristianos

Además de sus publicaciones en Instagram, cada uno de ellos dedicó un post en su blog de su experiencia en Benissa.

6.2.2.2. Campaña en Redes Sociales

Resultados:

Promoción Cartel del 12 al 21 Junio de 2019

Impresiones: nº veces que se ha mostrado el anuncio: 70.032 veces

Alcance: nº de personas que han visto el anuncio: 35.504 personas

Clics: nº de clics en los anuncios: 729 clics

Promoción VÍDEO DE MOROS Y CRISTIANOS del 20 al 27 Junio de 2019

Impresiones: 23.928 veces

Alcance: 11.019 personas

Clics: 1.845 clics



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 2019 la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, ha colaborado, asesorado y gestionado la logística de los siguientes rodajes y shootings realizados en el municipio:

- Cortometraje en el cementerio de Benissa por JUNO Photovideo (Enero 2019)
- Grabación programa "Del Twist al Tuit" emitido en Apunt TV en la Casa Museo Abargues (Enero 2019)
- Shooting de Ropa Infantil por la empresa Local La Ratoncita Pera (Marzo 2019)
- Rodaje de imágenes de Benissa para el Programa irlandés a Place in the sun. (abril 2019)
- Reportaje contra el bulling por el Mirall de la Marina (abril 2019)
- Rodaje de programa "La Nevera" de Aquí la Tierra TVE1 (Mayo 2019)
- Rodaje documental "Les estisoradores" por la Tv holandesa NPO Start en el programa "Gort over de Grens" (Agosto 2019)
- Solicitud de Fotos de Benissa para el programa en RDF Televisión (Noviembre 2019)

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.

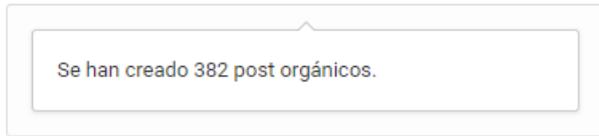
7.3.1. Facebook

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

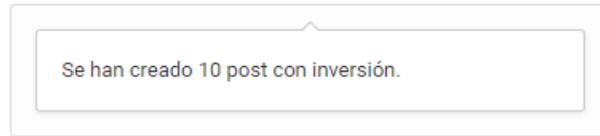


Segmentación de los post entre pagados y orgánicos

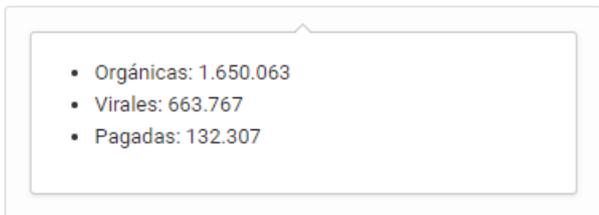
Posts sin promoción



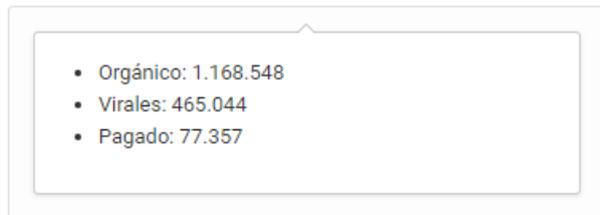
Post promocionados



Impresiones



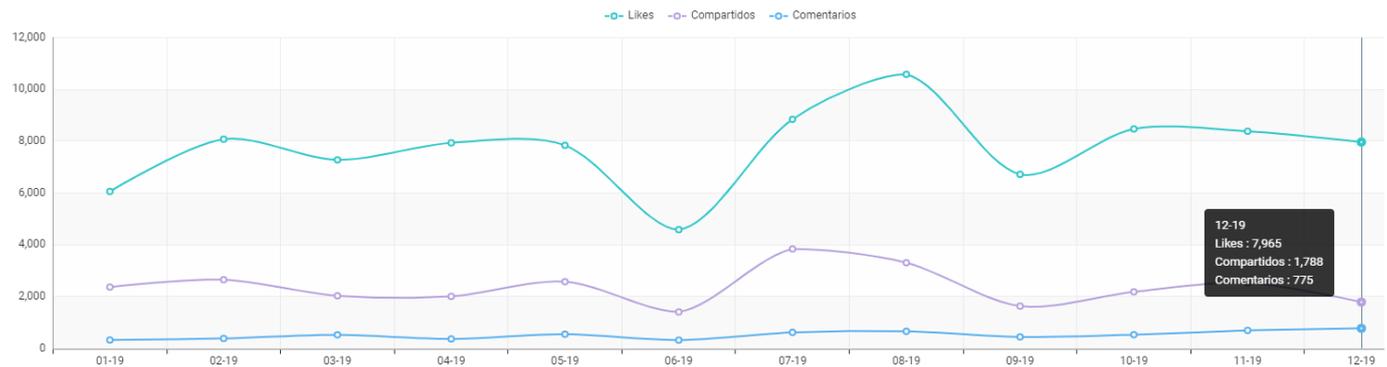
Alcance



Visitas al perfil

Se observa un notable pico de likes en el mes de agosto, febrero y mayo, en cambio, se compartieron más los posts en los meses de julio, agosto y noviembre.

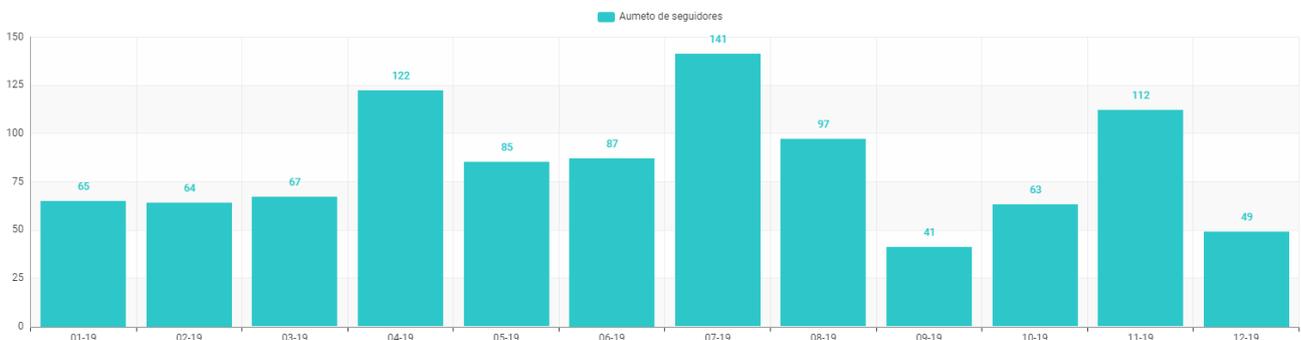
Evolución de los post



Seguidores

Los meses donde más número de seguidores ha obtenido la página de Facebook Benissa Turisme ha sido en julio, abril, noviembre, junio y mayo.

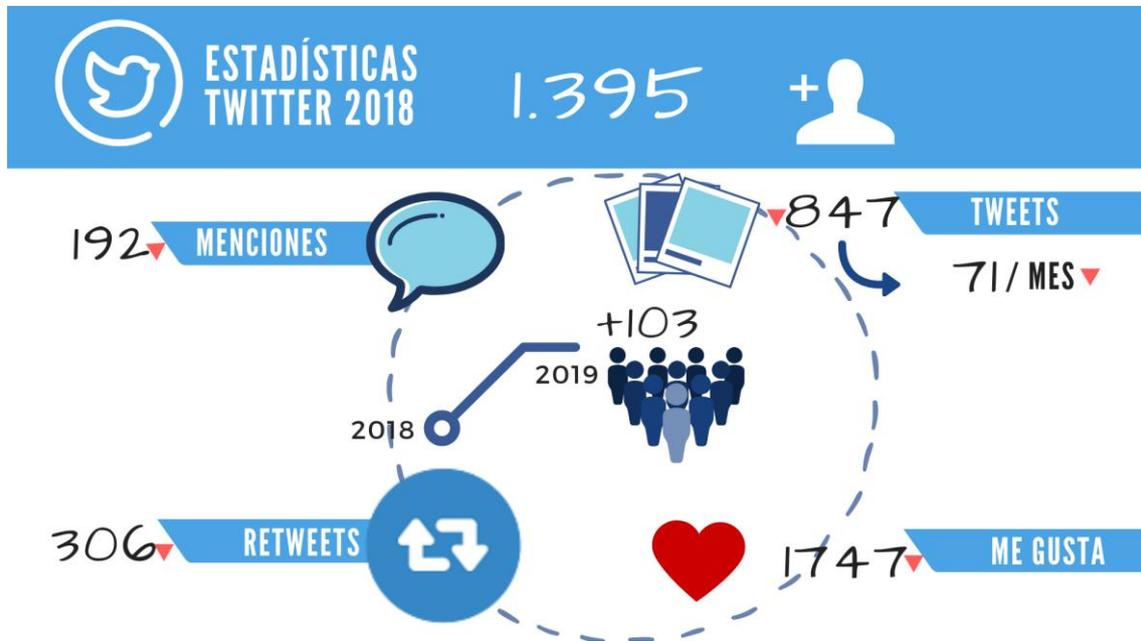
Aumento de seguidores



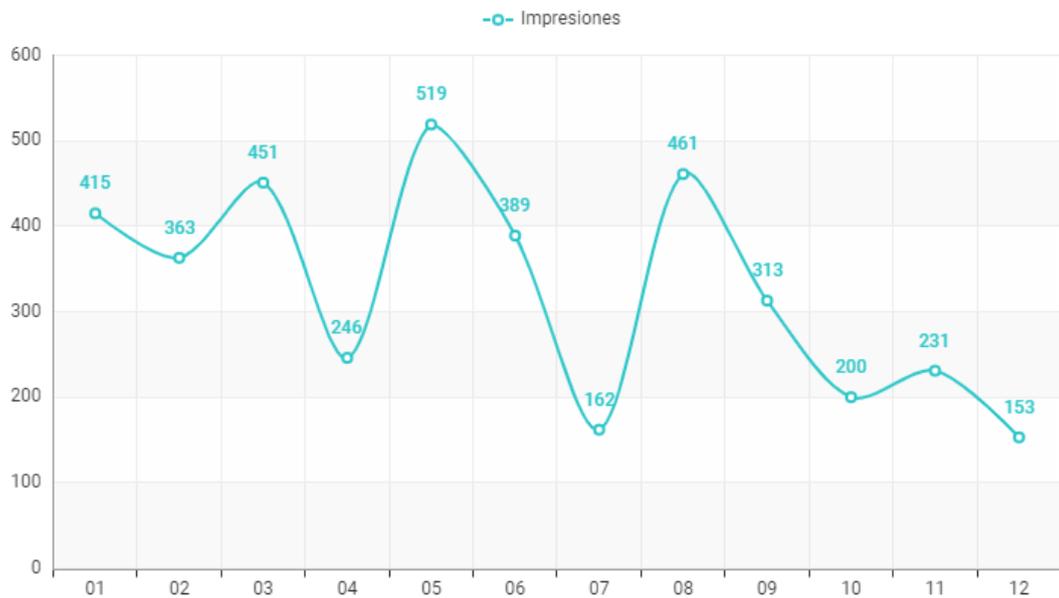
La procedencia de nuestros fans internacionales es de Bélgica, Reino Unido, Grecia, Francia, Países Bajos, Alemania, Argentina, Suiza e Italia. En cuanto a nuestros fans

nacionales proceden de Benissa, Comunidad Valenciana (Valencia, Alicante, Denia, Teulada, Jávea, Benidorm, Gandía, Altea, Jalón, Moraira, Elche, Oliva, Alcoy, Alcira...), Barcelona y Murcia.

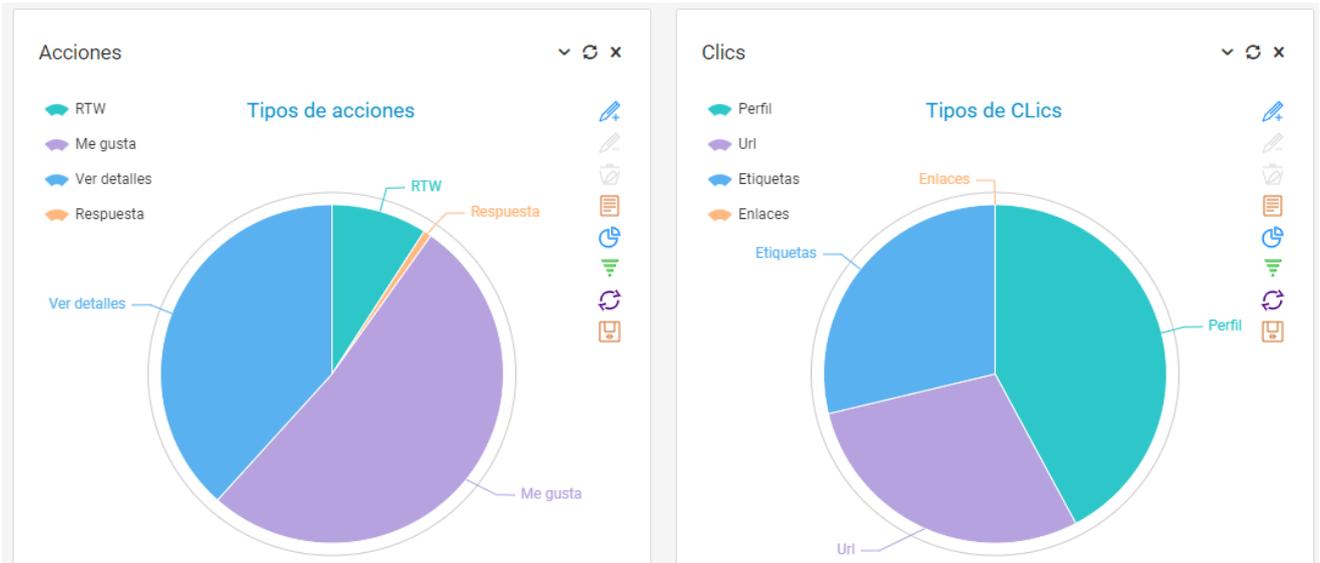
7.3.2. Twitter



Evolución de las impresiones, agrupados por mes



Destacar los meses con más impresiones, siendo los meses de mayo, agosto, marzo y junio.



7.3.3. Instagram



Evolución de seguidores, alcance e impresiones por día



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 2.3 Mejora de la Información y conocimiento de los recursos turísticos de Benissa

Turisme Comunitat Valenciana, tras la solicitud de ayudas, subvenciona al Ayuntamiento de Benissa con un importe de 6.810,66 €, 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. Visitas guiadas y teatralizadas

Al objeto de generar flujo de turistas y visitantes hacia el Centro Histórico de Benissa, se ofreció un completo programa de visitas guiadas por el Centro Histórico de Benissa los meses de julio y agosto, sin incluir interiores de museos, monumentos y BICS, cuyo objetivo fue dinamizar este espacio turístico y fomentarlo no sólo entre los visitantes y turistas que nos visitan sino también los que visitan destinos próximos a Benissa.

Se realizaron un total de 18 visitas guiadas en castellano, inglés y francés, participando un total de 195 personas.

Además se realizaron dos rutas teatralizadas en castellano en la que participaron un total de 82 personas, quedando mucha gente en lista de espera.

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 2019 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 **161 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 67,08 % de los encuestados **residen en el extranjero**, procedentes en su mayoría de Francia, Bélgica, Reino Unido, Holanda y Alemania. El resto de los encuestados, **un 32,92%, residen en España**, destacando los turistas de la Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Castilla la Mancha, Cataluña y Castilla y León.

La muestra corresponde a un 47,82 % de mujeres y un 37,88 % de hombres.

El rango de edades principal de la muestra es entre 46 a 65 años, seguido de entre 35 a 45 años.

Los encuestados **con estudios universitarios representan el mayor porcentaje**, con un 61% sobre el total, seguido de un 29% que representan los encuestados con estudios secundarios.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Un 83,22% pernocta en Benissa.

Un 63,36 % de los encuestados repiten su estancia en la Comunidad Valenciana.

Los encuestados que se alojan en Benissa emplean **principalmente la vivienda alquilada**, la vivienda en propiedad, la vivienda de amigos o familiares, el hotel y el alojamiento rural.

El automóvil es el medio de transporte más empleado por la muestra, seguido por el avión.

La mitad de encuestados (52%), no han realizado reservas en la preparación de su viaje.

Un 55% de encuestados señalan **viajar en familia**, un 25% en pareja y un 15% con amigos.

El principal medio para la obtención de información turística sobre Benissa ha sido con un 40,3% a través de Internet y amigos y familiares (25,9%).

La muestra ha empleado Internet principalmente para obtener información sobre el destino y realizar reservas.

Un 43,4% de los encuestados, han visitado la web turística de Benissa **www.benissa.es**.

Un 94,4% de los encuestados afirman ser usuarios de Smartphone o Tablet, de los cuales lo van a utilizar (64,6%) con su propia conexión a Internet y un 23,6% con wifi gratuito.

Los turistas usan su Smartphone o Tablet principalmente para Consultar planos, mapas o rutas locales, además de consultar información sobre el destino y 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 las fiestas.

Las principales actividades previstas o realizadas por los encuestados que pernoctan en el municipio son: **la playa, visitar espacios naturales, visitas culturales, degustaciones Gastronómicas, actividades deportivas o rutas de senderismo y fiestas locales.**

Un 90% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benissa.

Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,67 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 9,92** puntos sobre 10.

Los ítems mejor valorados han sido la el tiempo de espera, tono de voz empleado y amabilidad, atención recibida, presencia e imagen del personal y 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 9,77 puntos** sobre 10.

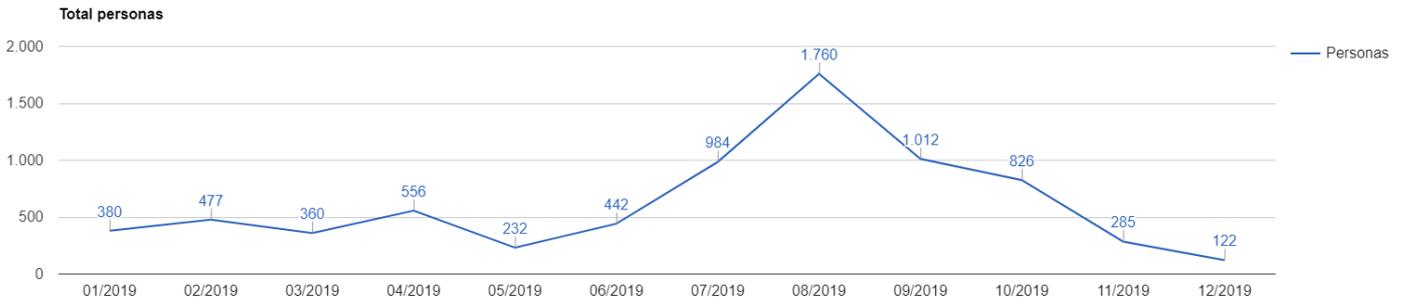
10. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO

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

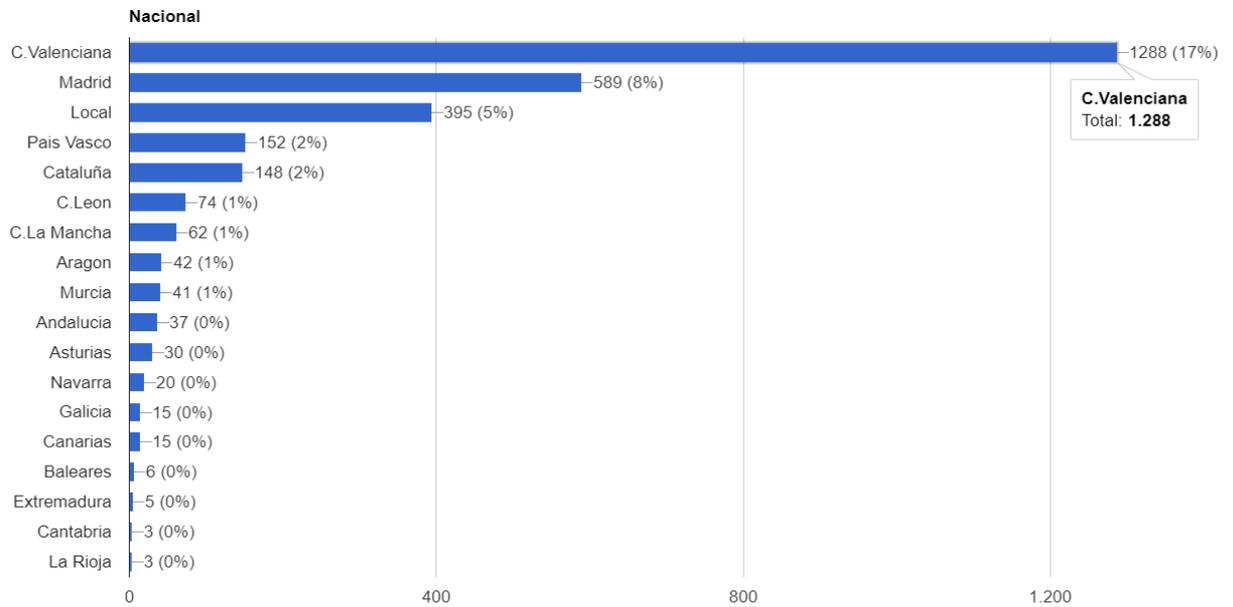
El Departamento de Turismo toma registro diariamente de las consultas, que realizan los visitantes y turistas que visitan sus oficinas.

10.1.1. Análisis anual del servicio de información turística.



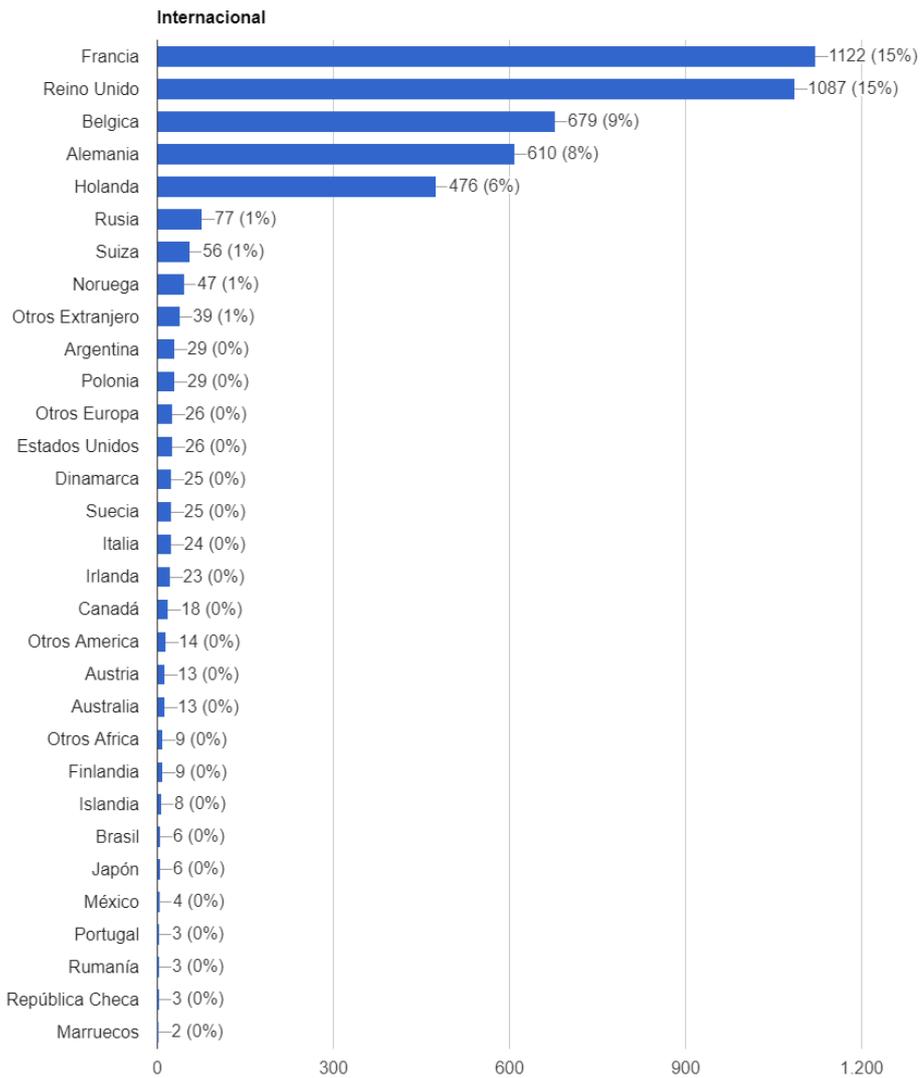
Se han recibido un total de 7436 personas entre las dos oficinas de turismo en 2019. De los cuales un 50% vinieron en el periodo estival, destacando el mes de agosto como el mes de mayor afluencia, seguido de septiembre y julio. Destacar el mes de octubre por haber superado con creces las visitas en comparación al mes anterior. Durante el 2019 La Oficina de turismo de la playa estuvo cerrada durante el mes de diciembre.

Procedencia Nacional



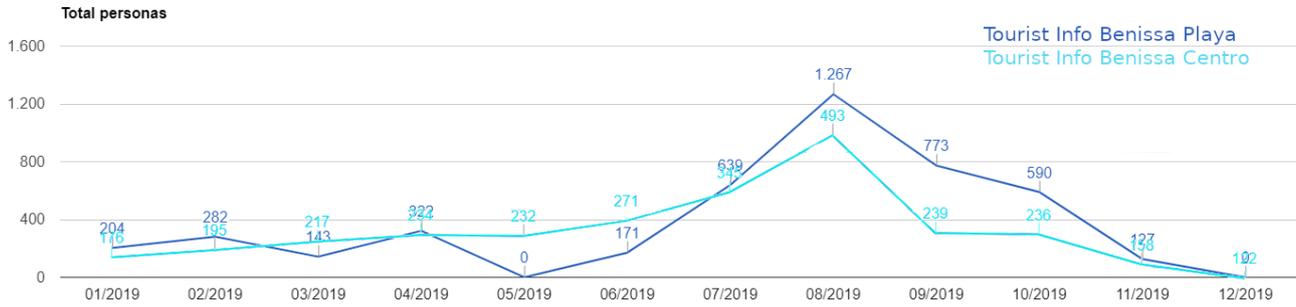
Cabe destacar que según la situación de la oficina de turismo, recibe un tipo de turista u otro. No obstante un **17%** de los turistas proceden de la **Comunitat Valenciana**, por si proximidad, en segundo lugar, con un **8%**, son visitas de la **Comunidad de Madrid**, y un **5%** locales, destacando las visitas en la oficina de Benissa centro, ya que además de disponer información de Benissa y Comunidad Valenciana, disponemos información turística de ámbito Nacional; **2%** del **País Vasco**, **1%** de **Cataluña** y las dos **Castillas**.

Procedencia Internacional



Cabe destacar un pequeño cambio en las procedencias este año, destacado un pequeño aumento en la procedencia de **franceses** con un **15%**, por su proximidad, en segundo lugar con un **15% de Reino Unido**, un **9%** de **Bélgica**, un **8%** de **Alemania** y un **6%** de **Holanda**.

Análisis de Afluencia por oficinas

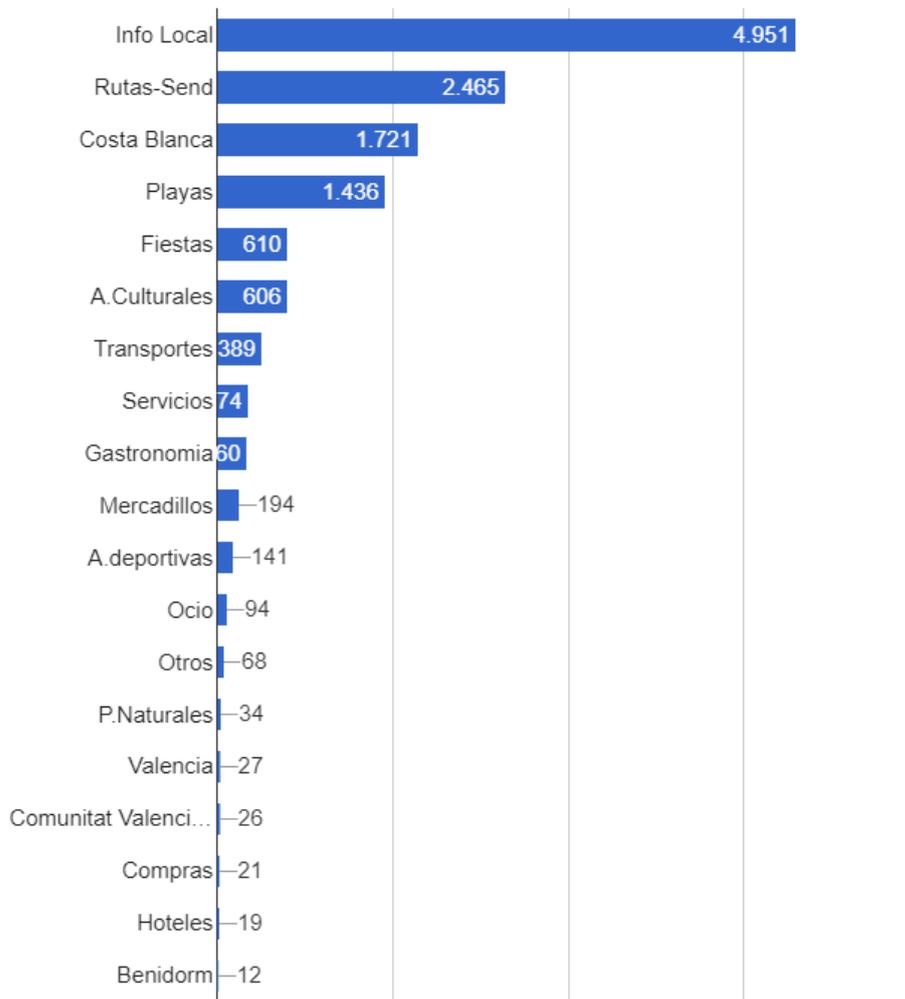


Cabe destacar que la máxima afluencia de visitantes se recibe en la oficina de Turismo de Benissa playa, por su situación próxima a la playa y por estar en pleno Paseo Ecológico. Destacan en la Oficina de la playa las visitas en agosto, septiembre, julio y octubre. En la oficina del centro destacan igualmente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

10.1.2. Atención en mostrador. Consultas de información efectuadas.

El número total de consultas efectuadas durante el 2019: 13.390 consultas

Tipología de la demanda:



Tipología de consultas en % más destacadas

Información turística de Benissa: 37% (engloba todos los recursos turísticos del municipio)

Rutas de senderismo: 18,4% (locales y de la comarca)

Información sobre la Costa Blanca: 12,9%

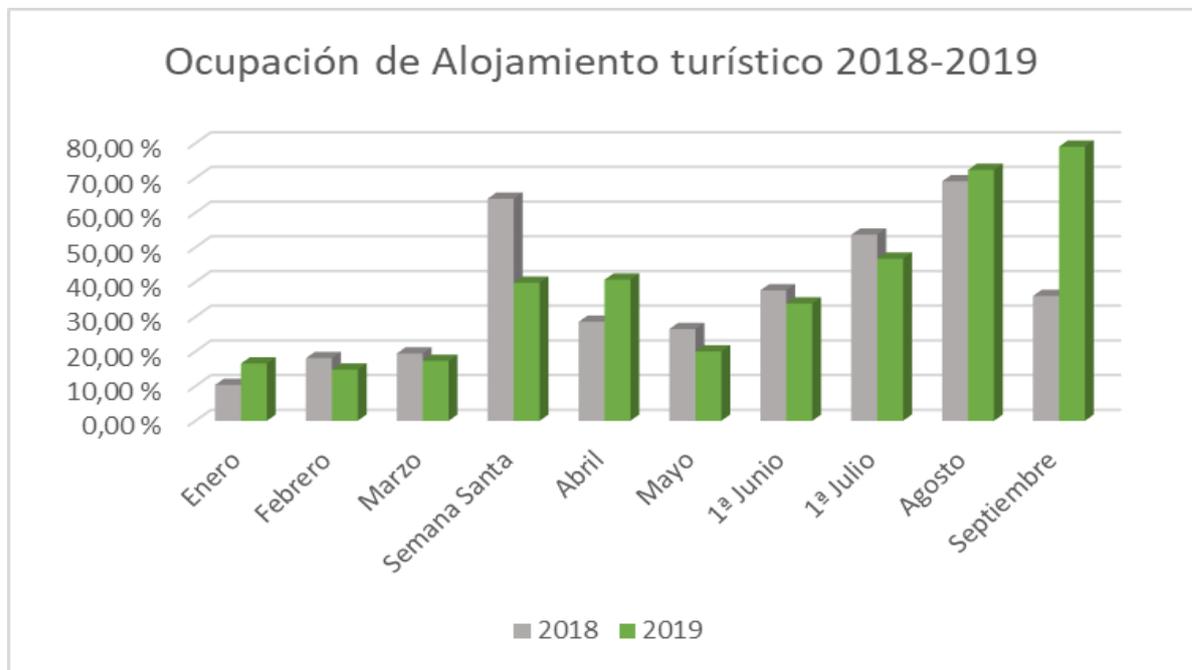
Paseo Ecológico y playa: 10,7% (Costa Benissera)

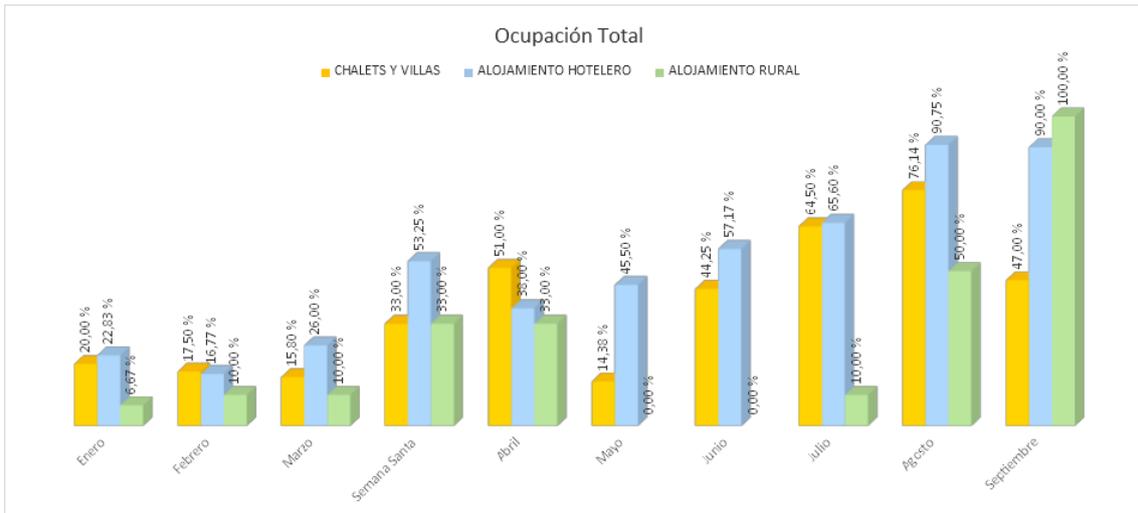
Fiestas y Actividades Culturales: 4,6%

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 2019 ha sido de una media de 382 plazas, ha descendido en referencia al año anterior en 129 plazas. Cabe destacar que el incremento o decremento de plazas influye en el porcentaje de ocupación del alojamiento de alquiler.





El alojamiento turístico alcanzó en 2019 una media de un 38,07%, un 1,78% más que en 2018. Destacar que en 2019, la muestra se ha tomado desde el mes de enero al mes de septiembre ambos incluidos.

El **alojamiento hotelero**, tuvo una media de **50,59%**, un 3,45% menos que el año anterior.

Los porcentajes del alojamiento hotelero oscilan entre un 16,77% y un 90,75%. Los meses de ocupación más baja han sido febrero, enero y marzo (16,77%, 22,83% y 26%) y los periodos más altos han sido el mes de agosto y septiembre (en torno a un 90 %).

El **alojamiento rural**, presenta una ocupación media de **25,29%**, un 10,59% más que en 2018.

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 abril y mayo. El periodo de mayor porcentaje ha sido en Septiembre.

Por último el **alojamiento de alquiler** que ha descendido un 3,82% respecto al año anterior, teniendo una media de ocupación de un **38,36%**.

Destacamos el mes de agosto, con una ocupación de un 76,14% alcanzando el porcentaje más alto, seguido del mes de julio (en torno al 64,50%). Los meses de ocupación más baja fueron mayo y marzo, con un 14,38% y 15,80% respectivamente.

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

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

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

Alojamiento rural: Suiza y Reino Unido

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

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

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

Alojamiento Rural: Comunidad Valenciana, Madrid y Navarra.

Tipología del Turista Internacional por alojamientos:

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

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

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

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 y matrimonios senior de más de 55 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, solteros de más de 20 a 35 años y matrimonios senior más de 55 años.

Alojamiento rural: matrimonios sin hijos y con hijos de entre 30 a 50 años.

Acción 10.3. Otras estadísticas:

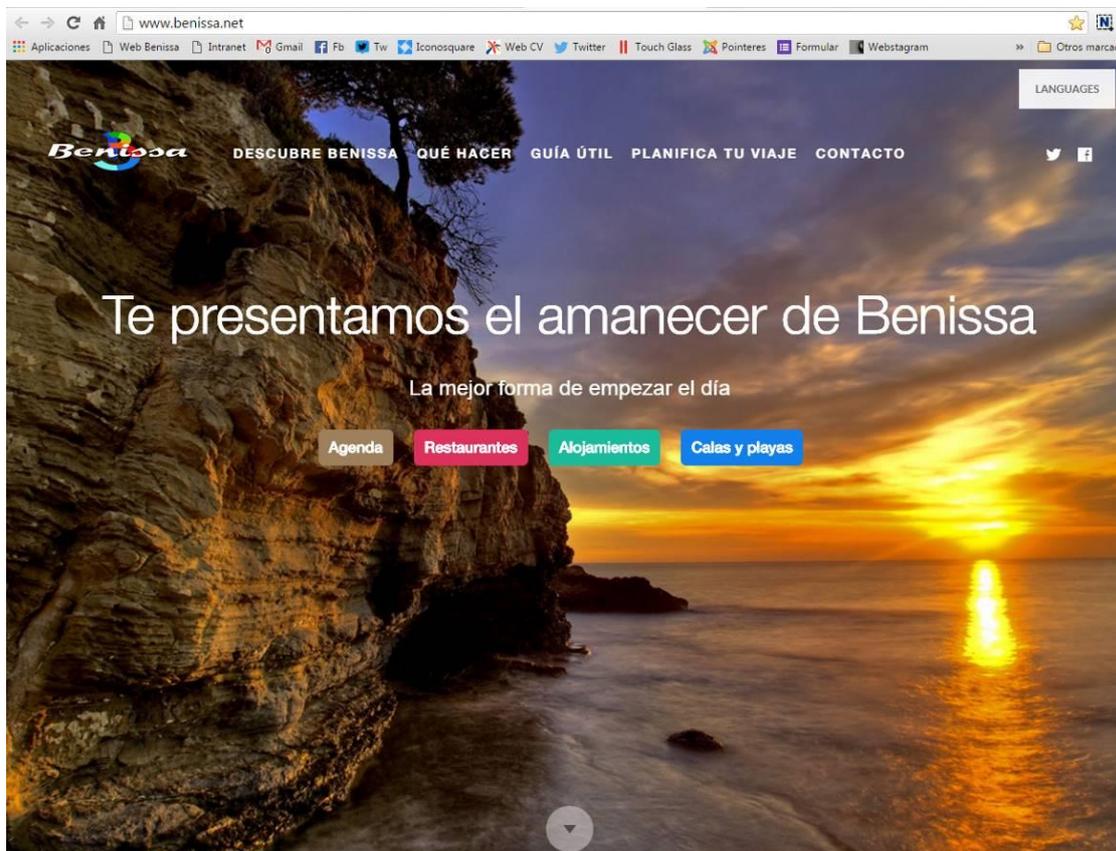
10.3.1. Colaboraciones en eventos y a asociaciones y establecimientos turísticos.

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 3831 ejemplares.

La aportación mayoritaria es a las **empresas turísticas del destino**, tales como Alojamiento, Rent a Car, etc. con un **29%**, seguido de un **38%** para **encuentros y eventos**, para las **oficinas de turismo** con un 30%, 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:

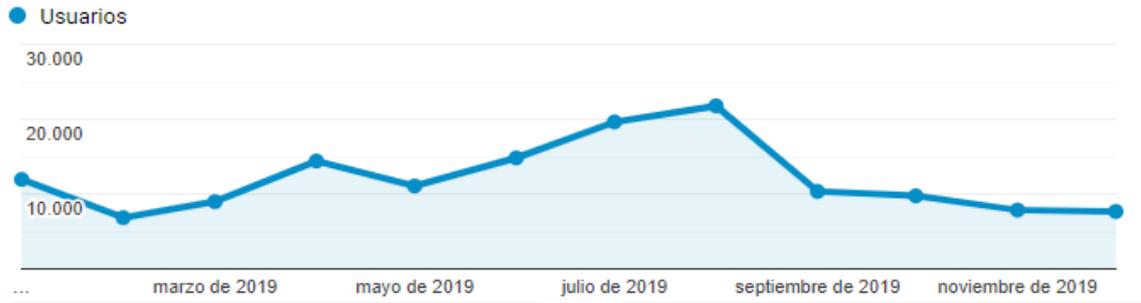
La Fira i Porrat de Sant Antoni (Febrero)

Fiestas de Moros y Cristianos (Junio)

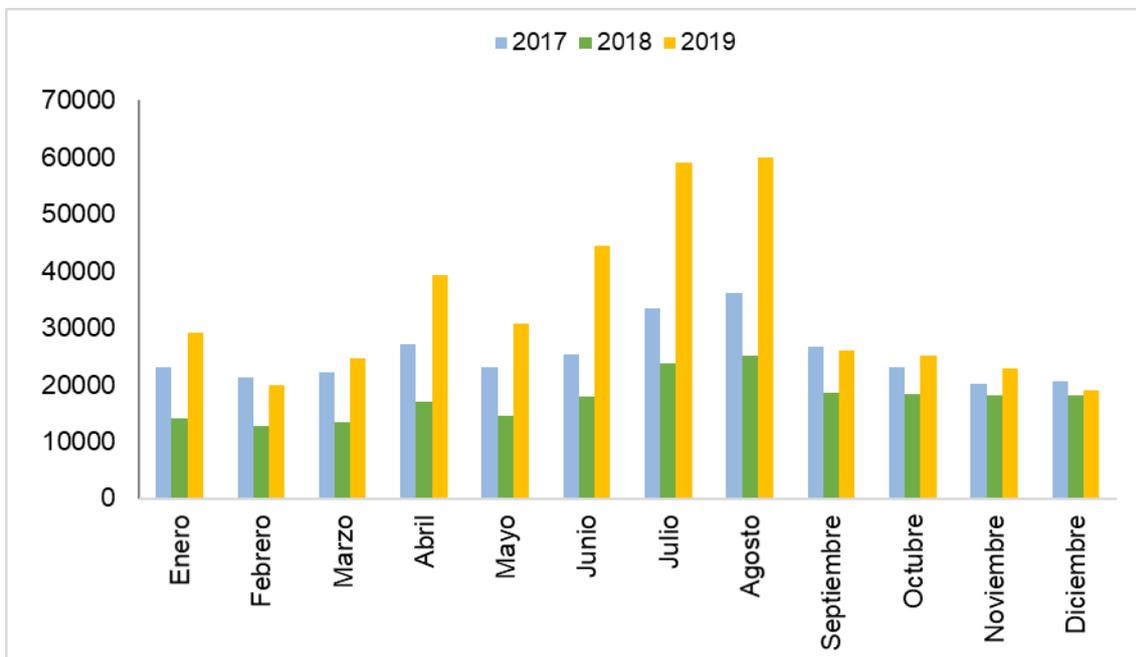
Actividades verano (Julio y agosto)

Visitas a la web en 2019:

Durante el 2019 se han recibido un total de **400.083 visitas** a www.benissa.es, una media de 1096 visitas al día aproximadamente. De las cuales han sido 130.633 visitantes distintos que han visto 2.017.000 páginas distintas.



Se han realizado visitas a www.benissa.es, por orden de mayor a menor, durante los meses de **agosto, julio, junio y abril** y los de menor enero, mayo, septiembre y octubre. Los idiomas de la web más visitados son principalmente **español** con un **64,98%**, seguido del **inglés** con un **15.57%**, **francés** con un 5,82% y el alemán con 3,13% y en menor medida en Valenciano. Destacar que más de un 64% de la audiencia consulta la web desde un móvil, seguido del ordenador con un 28,77% y la tablet con casi un 7%



Cabe destacar que en 2019 ha aumentado el número de consultas con respecto al año anterior, esto se debe a un nuevo blog que hemos incorporado en nuestra web, en el que cada mes publicamos 2 posts con las palabras clave más usadas para posicionar nuestra web. No obstante si bien analizamos las páginas más vistas, podemos observar que las secciones más vistas por orden de visitas son:

- Agenda Cultural.
- Programa de fiestas Patronales
- Paseo Ecológico
- Calas y Playas
- Blog
- Mercadillos
- Fiestas de Moros y cristianos
- que hacer
- Guía de restaurantes

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.

Acción 11.2. Servicio de la pantalla táctil en las dos Oficinas de Turismo

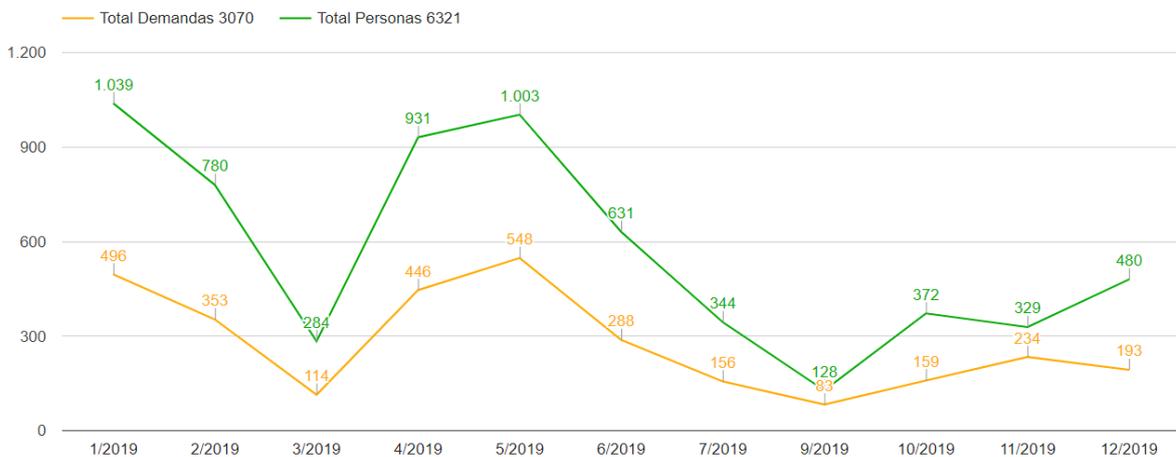
Tal y como se ha efectuado en los años anteriores, el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa ha continuado nutriendo y actualizando la base de datos con las actividades culturales, deportivas, festivas y Gastronómicas que se celebran en Benissa los 12 meses del año, en las Touch Glass (Pantallas táctiles) situadas en las entradas de las dos oficinas de Turismo de Benissa (Central, en la Avda. País Valencià y Playa, en la Casa dels Cent Vents | Fustera).

Gracias a dicho sistema, el visitante puede obtener información turística actualizada durante las 24 horas del día, los 365 días del año, reforzando el servicio en las horas de cierre de las Oficinas de Turismo.

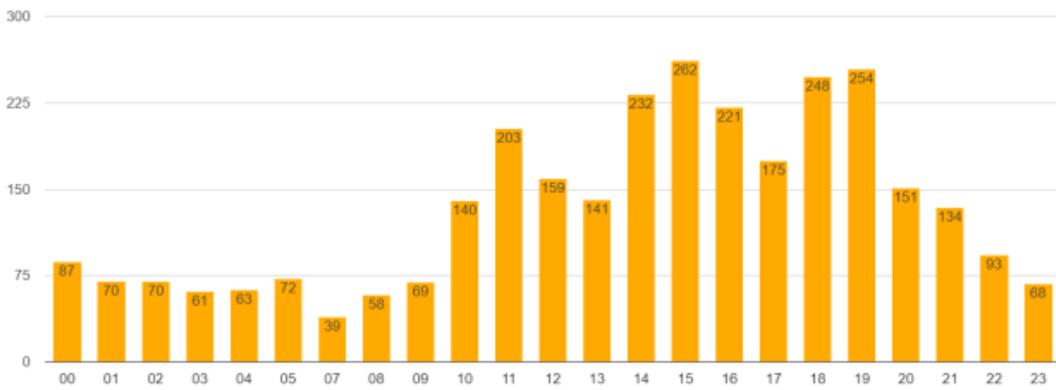
La finalidad de dicha acción es la mejor **promoción y difusión de las distintas actividades** organizadas por el ayuntamiento, empresas turísticas, asociaciones culturales, deportivas, etc. de Benissa.

11.2.1. Estadísticas Touch Glass Oficina de Turismo del Playa

Esta gráfica muestra en dos líneas de color diferente el número de personas que han consultado el punto de información así como el número de apartados que han sido consultados, clasificados por el periodo de tiempo seleccionado. Además en la parte superior muestra la suma total de estos conceptos en el periodo indicado.



Acumulado de consultas por franja horaria Esta gráfica muestra el acumulado de consultas por franja horaria dentro del periodo indicado. Con esta gráfica podemos comprobar a qué horas tenemos una mayor afluencia de personas así como el número de personas que han consultado el punto de información cuando la oficina está cerrada.



Top 15 apartados consultados Esta gráfica muestra los 15 apartados más consultados en el punto de información independientemente del idioma. Ofrece una visión muy valiosa de los ítems más demandados, de forma que podamos reorientar la información que ofrece la oficina de turismo de manera adecuada a las demandas de los visitantes



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 2019 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 Instagram Live para oficinas de Turismo (Febrero 2019 | 5 horas)

Curso de Coaching: Técnicas avanzadas de comunicación (Abril 2019 | 9 horas)

Curso de Lengua de Signos Española (Mayo | 30 horas)

I Asamblea de la Red DIT de la Comunitat Valenciana (Junio | 10 horas)

Jornada Ruta del Vino de Alicante (Julio | 4 horas)

Curso de Gestión de Equipos. Mando, Liderazgo y Motivación (Octubre | 20 horas)

Jornada Técnica: Distrito Digital Comunitat Valenciana (Octubre | 4 horas)

Curso Gestor de Destinos Turísticos Inteligentes (Octubre – Noviembre 2019 | 32 horas)

Curso de Facebook ADS (Noviembre 2019 | 4 horas)

Asamblea Extraordinaria Red DTI de la Comunitat Valenciana (Diciembre | 5 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.

Durante la anualidad de 2019 se ha contado con el siguiente personal:

-Una alumna procedente de Croacia, que realizó sus prácticas desde el 1 de junio al 31 de octubre.

-Un alumno, procedente de Bélgica, que realizó sus prácticas del 1 de noviembre de 2019 al 31 de marzo de 2020.