



# Memoria de actuaciones **BENISSA** 2016

Departamento de Turismo  
Avuntamiento de Benissa



**Benissa**

[www.benissa.es](http://www.benissa.es)

## Contenido

### **GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA .....3**

#### **ACCIONES POR PRODUCTOS.....4**

<b>1.</b>	<b>DESESTACIONALIZACIÓN Y APOYO AL PRODUCTO “SOL Y PLAYA”</b> .....	<b>4</b>
<b>ACCIÓN 1.1.</b>	<b>DOTACIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA LÚDICO-CULTURAL-FESTIVA EN TEMPORADA ALTA COMO APOYO AL PRODUCTO “SOL Y PLAYA”</b> .....	<b>4</b>
<b>ACCIÓN 1.2.</b>	<b>DIFUSIÓN DEL PRODUCTO “SOL Y PLAYA” EN LOS DIVERSOS MERCADOS DE ORIGEN A TRAVÉS DE ACCIONES DE PROMOCIÓN.</b> .....	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>DESARROLLO DEL PRODUCTO “BENISSA GASTRONÒMICA”</b> .....	<b>4</b>
<b>ACCIÓN 2.1.</b>	<b>ORGANIZACIÓN DE LA 9ª MOSTRA GASTRONÒMICA DE BENISSA.</b> .....	<b>5</b>
<b>ACCIÓN 2.2.</b>	<b>ORGANIZACIÓN DE LA 1ª RUTA DE TAPAS #BCTM.</b> .....	<b>7</b>
<b>3.</b>	<b>APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO LÚDICO Y CULTURAL.</b> .....	<b>9</b>
<b>ACCIÓN 3.1.</b>	<b>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.</b> .....	<b>9</b>
<b>ACCIÓN 3.2.</b>	<b>USO Y DIFUSIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LAS OFICINAS DE TURISMO – AULA DE LA MAR COMO UN ESPACIO POLIVALENTE.</b> .....	<b>9</b>
<b>ACCIÓN 3.3.</b>	<b>INCORPORACIÓN DE BENISSA A LA PLATAFORMA POINTERES</b> .....	<b>10</b>
<b>4.</b>	<b>APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL Y ACTIVO</b> .....	<b>12</b>
<b>ACCIÓN 4.1.</b>	<b>APOYO AL DESARROLLO DE EVENTOS DE TURISMO ACTIVO</b> .....	<b>12</b>
<b>ACCIÓN 4.2.</b>	<b>DIFUSIÓN DE RUTAS DE SENDERISMO, SUBMARINISMO, ASÍ COMO DE EVENTOS DEPORTIVOS A TRAVÉS DE SOPORTES OFF Y ON-LINE.</b> .....	<b>12</b>
<b>5.</b>	<b>APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO EVENTOS</b> .....	<b>13</b>
<b>ACCIÓN 5.1.</b>	<b>APOYO A LA PROMOCIÓN DE LOS EVENTOS EN BENISSA</b> .....	<b>13</b>
<b>ACCIÓN 5.2.</b>	<b>APOYO A EVENTOS DE INTERÉS ESPECIAL QUE REPERCUTAN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO.</b>	<b>13</b>

#### **ACCIONES DE PROMOCIÓN GENERAL Y GESTIÓN TURÍSTICA .....14**

<b>6.</b>	<b>PROMOCIÓN DE LOS DIVERSOS PRODUCTOS EN LOS MERCADOS.</b> .....	<b>14</b>
<b>ACCIÓN 6.1.</b>	<b>ASISTENCIA A FERIAS TURÍSTICAS</b> .....	<b>14</b>
<b>ACCIÓN 6.2.</b>	<b>DIFUSIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</b> .....	<b>16</b>
<b>ACCIÓN 6.3.</b>	<b>INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN REVISTAS TURÍSTICAS, RADIO Y PERIÓDICOS.</b> .....	<b>17</b>
<b>7.</b>	<b>SOCIAL MEDIA</b> .....	<b>19</b>
<b>ACCIÓN 7.1.</b>	<b>BENISSA EN SOCIAL MEDIA</b> .....	<b>19</b>
<b>ACCIÓN 7.2.</b>	<b>OBJETIVOS:</b> .....	<b>19</b>

ACCIÓN 7.3. SEGUIMIENTO MENSUAL DE BENISSA EN LAS REDES SOCIALES. ....	19
7.3.1. FACEBOOK .....	19
7.3.2. TWITTER.....	21
7.3.3. INSTAGRAM.....	21
ACCIÓN 7.4. OTRAS RRSS Y PLATAFORMAS.....	22
8. SUBVENCIONES. ....	23
ACCIÓN 8.1. CONVENIO DE COMPENSACIÓN FINANCIERA.....	23
ACCIÓN 8.2. VIII MOSTRA GASTRONÒMICA.....	23
ACCIÓN 8.3. TRANSPORTE A FITUR .....	23

## **INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS.....24**

9. ENCUESTA TOURIST INFO.....	24
ACCIÓN 9.1. CAPTACIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS.....	24
ACCIÓN 9.2. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO BENISSA.....	24
9.2.1. CONCLUSIONES.....	24
10. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO .....	26
ACCIÓN 10.1. ESTADÍSTICAS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. ....	26
<i>CONTROL DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES Y TURISTAS RECIBIDOS EN LAS OFICINAS TOURIST INFO BENISSA Y BENISSA – PLAYA.....</i>	
10.1.1. ANÁLISIS ANUAL DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. ....	26
10.1.2. ATENCIÓN EN MOSTRADOR. CONSULTAS DE INFORMACIÓN EFECTUADAS. ....	29
ACCIÓN 10.2. CONTROL DE LA OCUPACIÓN EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO. ....	30
ACCIÓN 10.3. OTRAS ESTADÍSTICAS: .....	33
10.3.1. COLABORACIONES EN EVENTOS Y A ASOCIACIONES Y ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS. ....	33
10.3.2. USO DE LA AAPP POINTERES .....	11
11. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN.....	35
ACCIÓN 11.1. ACTUALIZACIONES DIARIAS DE LA WEB TURÍSTICA DE BENISSA .....	35
ACCIÓN 11.2. SERVICIO DE LA PANTALLA TÁCTIL EN LAS DOS OFICINAS DE TURISMO.....	38
11.2.1. ESTADÍSTICAS TOUCH GLASS OFICINA DE TURISMO DEL CENTRO .....	39
11.2.2. ESTADÍSTICAS TOUCH GLASS OFICINA DE TURISMO DEL PLAYA .....	41
12. RECURSOS HUMANOS .....	43
ACCIÓN 12.1. REFUERZO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN TEMPORADA ESTIVAL. 43	
ACCIÓN 12.2. ACCIONES EN RECURSOS HUMANOS. ....	43
12.2.1. PLAN DE FORMACIÓN DEL PERSONAL.....	43
12.2.2. PROGRAMA FOMENTO DEL EMPLEO .....	43
12.2.3. PERSONAL EN PRÁCTICAS. ....	44

## **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. DESESTACIONALIZACIÓN Y APOYO AL PRODUCTO "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 Cultura, Fiestas, Deportes y Turismo amplían la oferta de actividades dada la alta afluencia de turistas motivados por el producto "Sol y Playa".

Además, Turismo Benissa realiza una amplia PROMOCIÓN en 5 idiomas de todos estos eventos organizados por diversos departamentos del Ayuntamiento:

**Cultura:** Exposiciones, Cinema al carrer y La mar de cine...

**Deportes:** Deportes en la playa (Zumba, Tonificación).

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

**Participación Ciudadana:** Mercat dels Porxes, **Aplec de la Marina**

**Comercio y Turismo:** Ruta de Tapas, Mostra Gastronòmica, Festival Multicultural

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

**Turismo:** colaboración con agencias de viajes y asociaciones sin ánimo de lucro para visitas guiadas, difusión de todos los eventos off y online (Públicos y Privados)

#### Acción 1.2. Difusión del producto "Sol y Playa" en los diversos mercados de origen a través de acciones de promoción.

Turismo Benissa promociona el producto Sol y Playa a través de un gran número de acciones como son:

1) Asistencia a Ferias Nacionales

2) Acciones de publicidad, como por ejemplo: **campaña de Metro de este año en Barcelona**, inserción de publicidad en medios de comunicación, mediante los soportes on-line del Departamento de Turismo y de otros organismos, etc.

En esta memoria aparecen detalladas las acciones en su sección correspondiente (Acciones de Promoción General: Acción 2.2).

### 2. DESARROLLO DEL PRODUCTO "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 2016, la gastronomía es uno de los cuatro 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. Organización de la 9ª Mostra Gastronòmica de Benissa.

Del **4 al 13 de marzo 2016**, el primer fin de semana de marzo, tuvo lugar, en el **Centre d'Art Taller d'Ivars**, la **9ª Mostra Gastronòmica de Benissa**. Organizada entre los Departamentos de Turismo y Comercio del Ayuntamiento de Benissa y con la participación de **13 empresas**.

Se ofrecieron, a modo de feria, tapas típicas e innovadoras, por un módico precio, además de un variado programa de catas de vinos maridadas con embutido local, cocktail show, etc.

Paralelo a la Mostra en el Centre d'Art Taller d'Ivars, **a partir del 4 de marzo**, durante 10 días, se celebró la **Semana Gastronòmica**, donde **7 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:

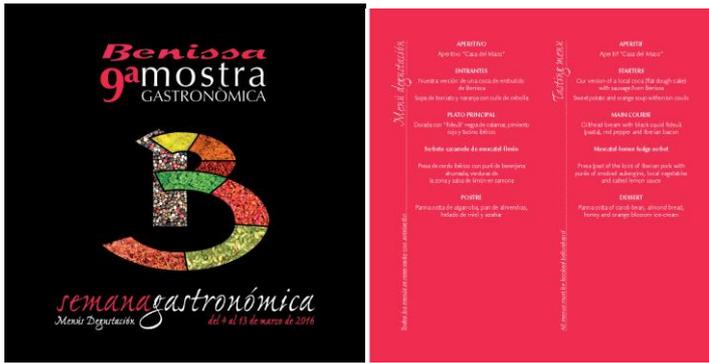
- Ampliar promoción del destino y su producto gastronómico a través de Internet y las redes sociales.
- Captar turistas potenciales que queden satisfechos e incida en una mayor difusión del destino con el boca a boca entre familiares y amigos.
- Potenciar la desestacionalización del destino al incentivar las "escapadas a Benissa".

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

- **2500 trípticos 9ª Mostra Gastronòmica en español y 1000 uds en inglés**, explicativo del programa, las tapas que se ofrecen y los establecimientos colaboradores, para repartir entre los establecimientos colaboradores, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta. Disponible también en PDF en [www.benissa.es](http://www.benissa.es):



- **1500 libritos 9ª Mostra Gastronòmica. Semana Gastronòmica**, explicativo de los Menús–Degustación y los establecimientos colaboradores. Se reparten entre los establecimientos colaboradores, departamentos del ayuntamiento y las oficinas de turismo de la Marina Alta. Disponible también en PDF en [www.benissa.es](http://www.benissa.es):



- **200 pósters de la 9ª 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.
- **1000 Flyers de la 9ª Mostra Gastronòmica y Semana Gastronòmica,** que se entregaron a los establecimientos dos meses antes de la fecha del evento y en FITUR (Feria Internacional de Turismo) en Madrid, para una mayor difusión.
- **2 Pancartas** que se colgaron en las dos entradas de acceso a Benissa:



6

Los establecimientos colaboradores en la 9ª edición de la Mostra Gastronòmica han sido los siguientes:

13 empresas participantes en la Mostra:

- |                                 |                            |
|---------------------------------|----------------------------|
| Restaurante Ca Emilio           | Pizzería l'Orenga          |
| Bar Restaurante Coral Beach     | Bar Restaurante Pa Liquid  |
| Bar Restaurante el Rebost       | Supermercado Abadía del Vi |
| Bar Giró                        | Celler Joan de la Casa     |
| Para llevar Catering / La tenda | Panadería Dulcipan         |
| Gourmet                         | Bar la Costa               |
| Bar L'Esplai                    | Cervezas Althaia           |

7 Restaurantes participantes en la Semana Gastronòmica:

- |                                   |                       |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Restaurante Casa del Maco         | Bar Restaurante Giró  |
| Restaurant Casa Eusebio           | Restaurante Pa Liquid |
| Restaurant Bon Gust - La Cultural | Baladrar Beach Bar    |
| Mandala Beach bar & restaurant    |                       |

Campaña On-line:

**Web turística.** Se fijó un banner directo desde la Home de la Web Turística de Turismo Benissa [www.benissa.es](http://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.

Campaña Off-line:

Se contrataron espacios publicitarios en:

Periódicos:

- Canfali Marina Alta
- CBN
- CB News

Radios (cuñas):

- Cadena Ser. Radio Litoral
- Cadena Ser. Radio Dénia

## Acción 2.2. Organización de la 1ª Ruta de Tapas #BCTM.

Las Concejalías de Comercio y Turismo de los Ayuntamientos de Benissa, Calpe y Teulada- Moraira, a través de Afic Creama, organizan esta **1ª RUTA DE TAPAS #BCTM**.

Se degustaron **desde el 3 al 23 de junio 102 tapas variadas en 51 establecimientos** distribuidos por los municipios de Benissa, Calpe y Teulada-Moraira. Las 102 tapas que se podrán degustar, combinan el dulce y el salado, respetando el estilo culinario de cada establecimiento. Todo ello por un módico precio. **TAPA + REFRESCO = 2€**

Objetivos:

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

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



Los 12 establecimientos colaboradores de Benissa en la 1ª edición de la Ruta de Tapas #BCTM han sido los siguientes:

Los Pepes

Pa Liquid

Casa Eusebio

Bar. Rte. Tapas Vizcaíno

Bar Giró

Bocatería Racó

Bar Cafetería L'esplai

Pizzería Chaplin Benissa

Cuina De Dos

Cafeteria Plaça 5

Pa De Sucre

Heladeria La Jijonenca

Campaña On-line:

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

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

Campaña Off-line:

Se contrataron espacios publicitarios en:

Periódicos:

- Canfali Marina Alta

Radios (cuñas):

- Cadena Ser. Radio Litoral

### 3. APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO LÚDICO Y 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.

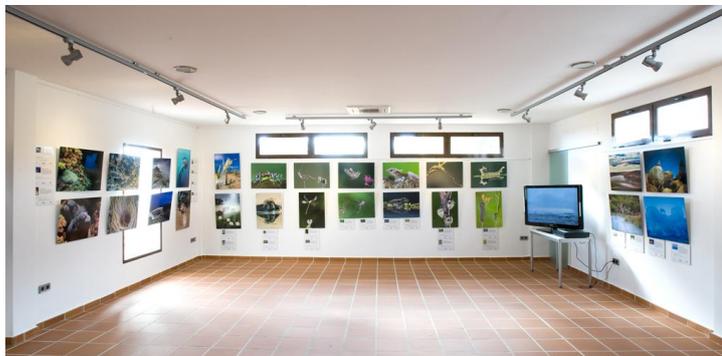
Además, el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, coordina las visitas de las Agencias de Viajes, para que dispongan de los recursos turísticos visitables abiertos.

**Total asistentes del año 2016:** 65 visitas guiadas gestionadas por la oficina de Turismo de Benissa, de las cuales 5 han sido realizadas por guías voluntarios. Total: 1915 personas, con una media de 30 personas por visita. Comparado con el año pasado, el nº medio de usuarios ha disminuido muy poco.

#### Acción 3.2. Uso y difusión de las instalaciones de las Oficinas de Turismo – Aula de la Mar como un espacio polivalente.

Utilización de la sala de reuniones de la Oficina de Turismo del Centro  
La sala de reuniones de la Oficina de Turismo centro, alberga la celebración de **reuniones empresariales, ruedas de prensa** sobre temas relacionados con el Departamento (lanzamiento de nuevos productos turísticos, novedades turísticas, y otros eventos). También sirve de espacio para la **formación de los guías voluntarios**, cursos que se realizan una vez al año para formar a voluntarios, hacer visitas guiadas en Benissa, siempre coordinadas y organizadas por la Oficina de Turismo.

Utilización de la sala de audiovisuales de la Oficina de Turismo Playa | Aula del Mar  
La sala de reuniones de la Oficina de Turismo Playa | Aula del Mar, alberga la celebración de **ruedas de prensa** sobre temas relacionados con el Departamento de Turismo y Medioambiente (lanzamiento de nuevos productos turísticos, novedades turísticas, y otros eventos). También sirve de espacio para la **formación de español para extranjeros y otras actividades culturales**, y para la realización de **actividades medioambientales para niños**.



Exposiciones, de temática medioambiental, a lo largo de todo el año organizadas por el Departamento de Medioambiente, al objeto de ofrecerle un valor añadido a la atención que recibe el turista que visita la Oficina de Turismo de la Playa. El Departamento de

Medio Ambiente organizó una serie de exposiciones de **Pintura, Fotografía y Caracolas**, en las salas de exposiciones del Aula de la Mar, anexas a la Oficina de Turismo de Benissa la Playa, durante todo el año.

### Acción 3.3. Plataforma Pointeres

Con el fin de dotar de calidad al producto Cultural de Benissa, se contrató la participación en la plataforma Pointeres, que 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 los ciudadanos puedan 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 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](http://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.

Por sus características, Pointeres se convierte también en una plataforma para ayudar a promocionar el comercio ofertando sus servicios a los usuarios a través de las diferentes secciones: Actividades, Gastronomía, Alojamiento... entre otros.

Para acceder a la plataforma, los usuarios pueden hacerlo a través de la web: [www.pointeres.es](http://www.pointeres.es) y a través de la app disponible tanto para IOS en la App Store como para ANDROID en Google Play.

Difusión de la incorporación de Benissa en la plataforma:

- **Pancartas en los accesos.** En ambos accesos al centro de Benissa, se han instalado dos pancartas informativas de la plataforma.



- **Pegatinas Pointeres en los establecimientos.** Cada establecimiento dispondrá de una pegatina acreditativa como establecimiento Pointeres.
- **Contraportada del plano del Metro de Barcelona** (25.000 ejemplares, periodo estival de 2015).

### 3.3.1. Uso de la AAPP Pointeres

#### VISUALIZACIÓN DE LOS VIDEOS:

Se han realizado un **total de 3.498 VISUALIZACIONES** de videos **de la AAPP Pointeres.**

Los idiomas más visitados por orden han sido: el valenciano, superando al Castellano por poco, seguido del inglés, alemán, francés y ruso.

#### VISITAS A LAS EMPRESAS DESDE LA WEB Y APLICACIÓN MOVIL:

El total de las visualizaciones de las empresas ha aumentado 892 visitas con respecto con el año anterior, siendo de: **31.944 visitas**

El tipo de empresa más visitada por orden han sido: (con más de 400 visitas cada una) Cafeterías y Bares, Restaurantes, chiringuitos de playa y supermercados.

Los usuarios, han descargado un total de 283 veces la AAPP de Pointeres, de los cuales **129, han sido usuarios Android y 154, usuarios IOS.**

Fuente: Empresa Pointeres

## 4. APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL Y ACTIVO

### Acción 4.1. Apoyo al desarrollo de Eventos de Turismo Activo.

Turismo Benissa colabora en la organización de eventos náuticos, a través de convenios con el Club Náutico Les Bassetes (Regatas, travesías a nado, Neteja Submarina y otras actividades)

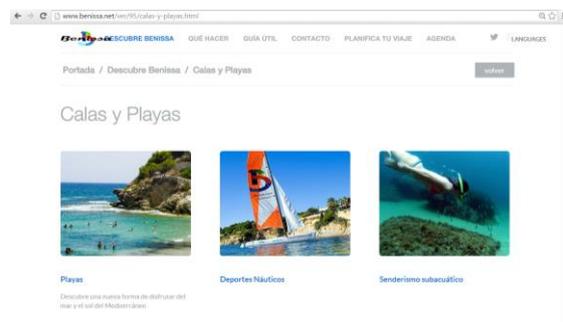
Asimismo, ha colaborado en la IX Edición del Open GEAS Valencia de fotografía subacuática, conjuntamente con el Ayuntamiento de Teulada-Moraira.

### 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 nuevo plano del término municipal, donde aparecen marcadas las rutas de senderismo.

**Los soportes on-line** son: La Página web de [www.benissa.es](http://www.benissa.es), Facebook y Twitter de Turismo Benissa, páginas oficiales de la Costa Blanca y de la Comunidad Valenciana.

En la página web [www.benissa.es](http://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 Ribers**, 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. APOYO AL DESARROLLO DEL 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](http://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.

Se ha colaborado con actividades que **desarrollan el Club Náutico les Bassetes y la Asociación de Vehículos Históricos** a través de la firma de un convenio que compromete a este departamento a un apoyo.

Mediante la firma de Convenios con el Club Náutico les Bassetes y la Asociación de Vehículos Históricos, la Concejalía se compromete a apoyar la realización de diferentes eventos que tienen una notable repercusión turística.

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

- **Visita guiada a Alumnos de la Uned Xàbia** (4 de marzo). Folletos genéricos de Benissa.
- La **Perimetral** (12 de marzo), con **una subvención de 200 €**, cesión de una pancarta con la imagen de Benissa para la línea de meta y material promocional de Benissa en una mochila.
- **Universidad Politécnica de Valencia** (08 de abril) Visita guiada por parte de la técnico de medio Ambiente, facilitando folletos de de información genérica de Benissa y del paseo ecológico en mochila.
- **Coral Navarro-Reverter** (12 de mayo) Visita guiada con guía voluntario, facilitando folletos de información genérica y póster en mochila.
- **Jornadas turísticas Benissa** (17 de mayo) Visita guiada con guía voluntario, facilitando folletos de información genérica y póster en mochila.
- **Jornadas de educación** (20 de mayo) Folleto informativo de Benissa en bolsa.
- **Camping Caravaning Club Alicante** (30 de junio). Folletos de información turística de Benissa, guías de restaurantes, planos de Benissa, listado de mercados y programa de fiestas de moros en mochilas.

- **Fiestas de Benimarco. Tira y arrastre.** (19 de julio) Folleto genérico, poster de Benissa en bolsa de plástico.
- **Encuentro danzas en Francia** (29 de octubre). Folletos de información turística de Benissa, bolis, pósters en mochilas.

## 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 e internacional 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 DIVERSOS PRODUCTOS EN LOS MERCADOS.

Promoción de los diversos Productos turísticos de Benissa en los principales mercados emisores nacionales e internacionales 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 tanto en certámenes feriales nacionales como en internacionales. 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 20 al 24 de enero 2016. De carácter mixto (profesional y público). El municipio de Benissa estuvo presente, con la marca Costa Blanca en un espacio, para toda la provincia, de **180 metros cuadrados** que ha contado con un video wall de tres metros de ancho por 3,5 de alto y una zona Tourist Info con pantalla

led de 65 pulgadas multitouch. También ha habido un equipo de animación con el **objetivo de captar visitantes** en las diferentes experiencias que se pueden disfrutar en esta zona y dinamizar su difusión. Este espacio contó también con un simulador de ciclismo y una zona business propia para las empresas y destinos de la Costa Blanca.

**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 restauradores benisseros, que elaboraron en directo un "putxero de polp" que pudieron degustar unas 250 personas aproximadamente.

Durante el transcurso del Show Cooking, se presentó **la 9ª Mostra Gastronòmica de Benissa**.

- **360Tours Virtuales** muestra una apuesta clara de Benissa por las **últimas tecnologías**; con **360Tours Virtuales** Benissa será **visitada virtualmente** por **miles de personas** en todo el mundo. Este proyecto crea visitas virtuales 360 en HD. Se trata de una moderna tecnológica y accesible forma de virtualizar puntos de interés turístico en Benissa, con el fin de impulsar sus visitas presenciales. Esta tecnología se centra en la innovación de la técnica y capacidad publicitaria en las redes sociales, además de una rápida integración en el diseño web.

- **Firma del Convenio con la EOI**

- **IX Fotosub Geas Valencia** en colaboración con el Ayuntamiento de Teulada-Moraira (fotografía submarina).

Campeonato de fotografía subacuática que organiza el **Club de Buceo GEAS Valencia** perteneciente a la Federación de Actividades Subacuáticas de la Comunidad Valenciana y que se realiza en Benissa y Teulada-Moraira, ya que cuentan con una gran diversidad de especies acompañado de unos bonitos fondos marinos y aguas cristalinas, lo que nos lleva a un lugar perfecto para la práctica de la fotografía subacuática con unas buenas infraestructuras para este deporte como son sus centros de buceo y sus dos clubes náuticos (Les Basetes en Benissa y el Club Náutico de Moraira).

5ª edición Perimetral a Benissa

9ª Fotosub Geas Valencia

Nueva App turística Pointeres

Presentación de la webserie comarcal "Wintersun"

Actuación de la Coral Benissenca

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

**NAVARTUR** (Pamplona). Febrero 2015. De carácter mixta (profesional y abierta al público).

Compartió mostrador con el Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca dentro del espacio ocupado por la Comunitat Valenciana. Esta feria se concibe



como el mejor escaparate abierto a un mercado potencial muy interesante y de alto poder adquisitivo, como Navarra, País Vasco y La Rioja, de los cuales un 60% decide en esta feria sus vacaciones.

**Benissa** estuvo presente, con el folleto de alojamientos de Benissa, diseñado por el propio Dpto. de Turismo, con las tarifas del año 2015 y el catálogo cuyo uso es exclusivamente para acciones promocionales directas en mercados emisores.

El **objetivo** del Dpto. de Turismo es **penetrar en este mercado que actualmente representa tan sólo un 4% de la demanda turística de la localidad.**

Actualmente, la empresa de autocares Bilman Bus es la única empresa de transportes que realiza trayecto directo desde el norte de España (Cantabria, País Vasco, Navarra y la Rioja) hasta Levante, siendo las paradas más próximas a Benissa las de Gandía y Benidorm.

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

**B TRAVEL** (Barcelona). Abril 2015. De carácter mixto.



Los turistas y visitantes catalanes ocupan el tercer lugar en el ranking de procedencia nacional en Benissa. La Comunidad Valenciana y Madrid ocupan el primer y segundo puesto respectivamente. Si analizamos los datos de ocupación de los empresarios del sector de alojamiento en Benissa, los valencianos junto a los madrileños y los catalanes ocupan un lugar destacado. La modalidad de alojamiento elegida por los catalanes que visitan Benissa es en su mayoría alojamiento hotelero.

Por todo ello, la Concejalía de Turismo decidió acudir de nuevo a esta cita catalana para promocionar toda su oferta. Además, estuvo presente en la feria la programación de las fiestas patronales de Benissa al objeto de darles la máxima difusión dada la cercanía de sus fechas de celebración.

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

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

Comunidad Valenciana

Revistas turísticas y radio:

La contratación de publicidad en el ámbito de nuestra comunidad se ha efectuado en base al apoyo de eventos y promoción de los mismos. Se ha mantenido colaboración estrecha con todos los medios, así como la colaboración publicitaria en revistas y publicaciones turísticas tales como:

- **Top Turisme online.** Distribución entre agentes turísticos del sector. Inserción de anuncio sobre Benissa.



- **Guía Radcliffe.com.** Inserción de información turística sobre los recursos turísticos de Benissa, imágenes, traducción en inglés alemán y francés, incorporación de un Banner corporativo, que enlaza a [www.benissa.es](http://www.benissa.es), tanto en portada de la población como en todas las secciones que desarrollan los contenidos y listados.

Comarca y local

La colaboración en radios, medios escritos y de ámbito comarcal se ha efectuado regularmente con diversos motivos: especial Fitur, promoción de diversos programas de actividades organizadas por el departamento, etc.

Revistas y Publicaciones:

- o Canfali Marina Alta
- Inserción marzo Mostra Gastronòmica 2015
- Fitur 2015
- Ruta de Tapas 2015
- o La Guía del Turista de Benissa.
- Elaboración de texto para la guía Xiquets 2015
- o **Guías Aramar. Aramar Editores.** Guía comarcal turística. Edición anual. Inserción de reportaje de 4 páginas en guía español/inglés/ruso y 4 páginas en guía alemán/francés.
- o **Plano Comarcal de la Marina Alta.** Aramar Editores. Edición anual.

Web:

- o **La Guía del Turista** ([www.lamarinaalta.net](http://www.lamarinaalta.net)). Espacio en web

Radio:

- o Cadena Ser. Radio Dénia
- Fitur 2015



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

### Acción 7.2. Objetivos:

El OBJETIVO en redes sociales es el de dar a conocer Benissa de forma distinta, de manera más cercana, con una interacción con el "turista". Las Redes Sociales constituyen un canal más de promoción, que permite 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

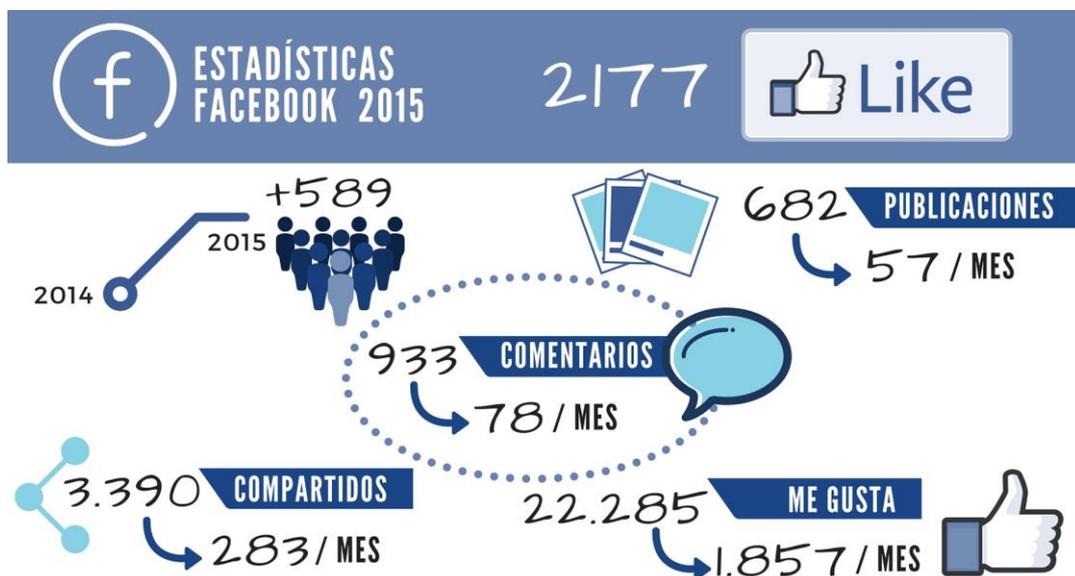
### Acción 7.3. Seguimiento mensual de Benissa en las Redes Sociales.

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"

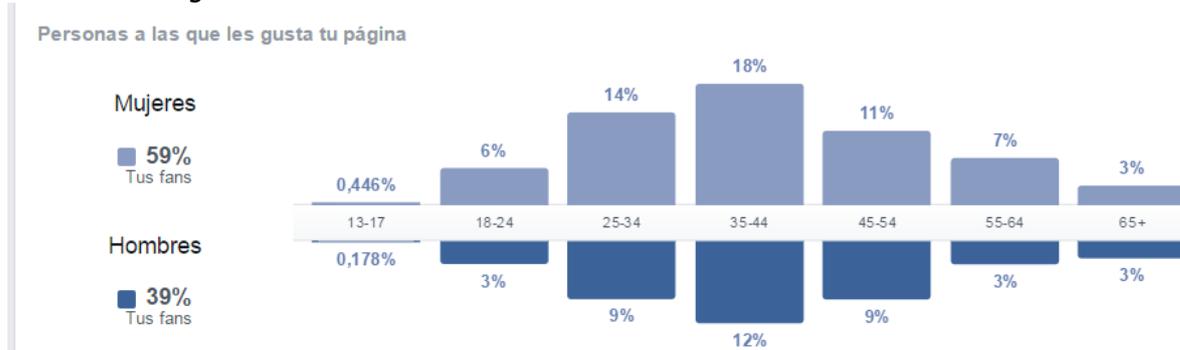


### Visitas al perfil

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



### Perfil de los seguidores e Interacción



Del 59% de seguidores de sexo femenino, los grupos de edad de mayor interacción son:

- 18% entre 35 y 44 años
- 14% entre 25 y 34 años
- 11% entre 45 y 54 años

Del 39% de seguidores de sexo masculino, los grupos de edad de mayor interacción son:

- 12% entre 35 y 44 años
- 9% entre 25 y 34 años
- 9% entre 45 y 54 años

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

### 7.3.2. Twitter

@Benissaturismo comienza en 2015 a estar presente en Twitter.



### 7.3.3. Instagram

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



#### Acción 7.4. Otras RRSS y Plataformas

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

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

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

## 8. SUBVENCIONES.

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

### Acción 8.1. Convenio de Compensación Financiera.

Este convenio se realiza de forma anual, con la Agencia Valenciana de Turismo dentro de la figura de Municipio Turístico.

Con él, se compensan esfuerzos financieros adicionales realizados como municipio turístico por el Ayuntamiento de Benissa, en aquellas partidas de carácter turístico que no puedan ser costeadas a través de tributos.

Esta compensación se tramita en 2016.

### Acción 8.2. VIII Mostra Gastronòmica

Tras la solicitud de ayudas, en el marco de la "Convocatoria Ayudas Ayuntamientos Acciones de Promoción Turística 2.015", el Patronato de Turismo de la Costa Blanca subvenciona al Ayuntamiento de Benissa con un importe de 3.000€, con el fin de sufragar gastos de la organización y difusión de la 8ª Mostra Gastronòmica.

### Acción 8.3. Transporte a Fitur

El Patronato de Turismo de la Costa Blanca, tras la solicitud de ayudas, subvenciona al Ayuntamiento de Benissa con un importe de 700€, con el fin de sufragar gastos del transporte utilizado por el Departamento de Turismo en FITUR (Feria Internacional de Turismo en Madrid).

## INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS

### 9. ENCUESTA TOURIST INFO

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

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

#### Acción 9.2. Realización de la encuesta Tourist Info Benissa

El Departamento de Turismo de Benissa en colaboración con el área de estudios de la Consellería de Turismo realiza todos los veranos el cuestionario Tourist Info.

En época estival, la Consellería de Turismo 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 2015 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 **122 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 76%** de los encuestados **residen en el extranjero**, procedentes en su mayoría de Francia, Holanda, Reino Unido, Alemania, Bélgica y Austria. El resto de los encuestados, **un 24%, residen en España**, destacando los turistas de la Castilla y León, Comunidad de Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana.

La muestra corresponde a un **31 % de mujeres** y un **42 % de hombres**.

El rango de edades principal de la muestra es entre 36 y 45 años, seguido de 46 a 65 años.

Los encuestados **con estudios universitarios representan el mayor porcentaje**, con un 49% sobre el total, seguido de un 35% que representan los encuestados con estudios secundarios.

## CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Un 70% pernocta en Benissa.

**Un 39,2% 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 camping.

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

La mitad de encuestados (51%), han realizado reservas en la preparación de su viaje.

**Un 38%** de encuestados señalan **viajar en familia**, un 33% en pareja y un 21% con amigos.

El principal medio para la obtención de información turística sobre Benissa ha sido con un 43,1% a través de Internet y amigos y familiares (31,4%).

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

Un 29,4% de los encuestados, han visitado la web turística de Benissa

**www.benissa.es**.

**Un 74,5% de los encuestados afirman ser usuarios de Smartphone o Tablet**, de los cuales lo van a utilizar (34,2%) con su propia conexión a Internet y un 55,4% con wifi gratuito.

Los turistas usan su Smartphone o Tablet principalmente para Consultar planos, mapas o rutas locales, además de compartir imágenes, información o vídeos con familiares o amigos y consultar información sobre el destino.

## 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 gastronomía y las 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, actividades deportivas o rutas de senderismo y fiestas locales.

Un 78% de los encuestados manifestaron su intención de volver a visitar Benissa.

Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,60 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 9,65** puntos sobre 10.

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

Los usuarios expresaron su **satisfacción** sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación **media de 9,70 puntos** sobre 10.

## 10. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO

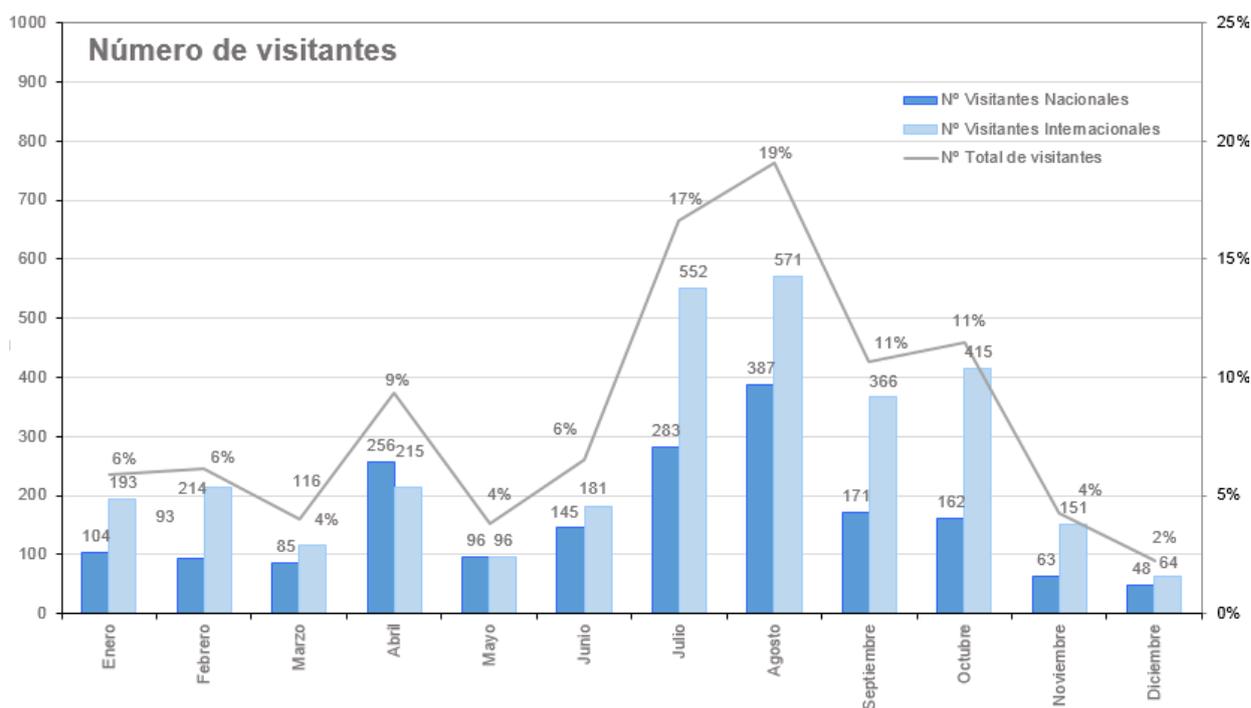
### Acción 10.1. Estadísticas del servicio de Información turística.

#### 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 ha recibido un total de 5027 turistas entre las dos oficinas de turismo en el 2015.



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

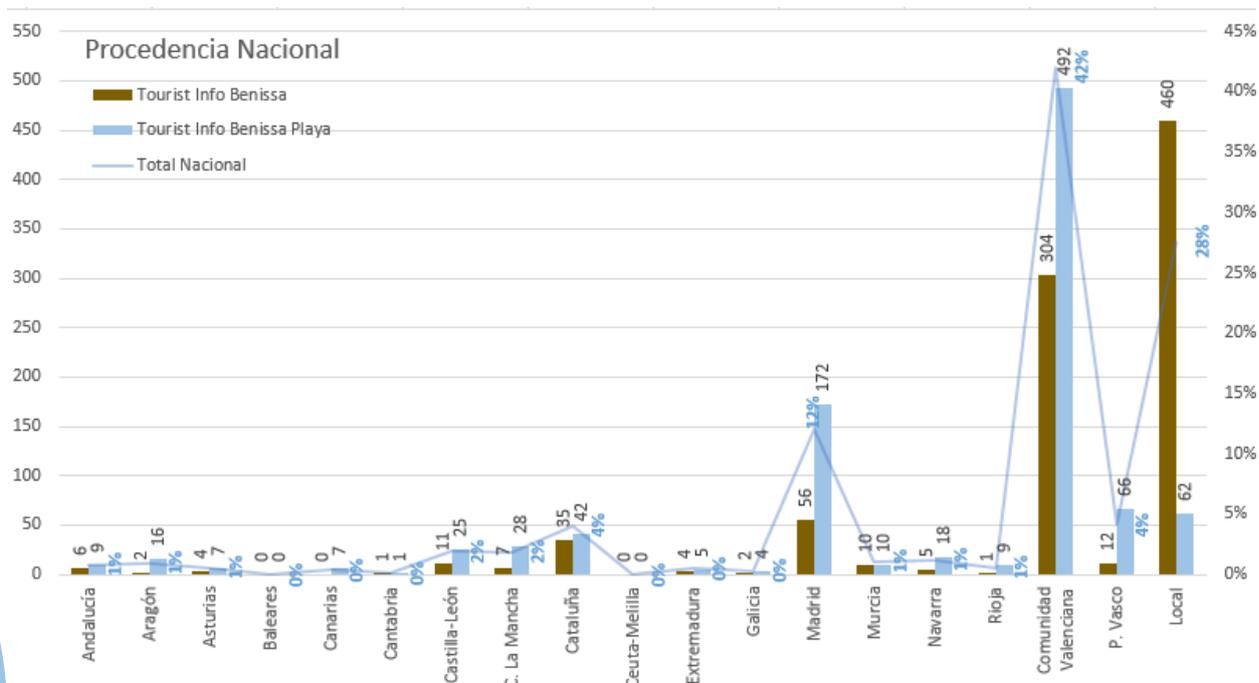
Sin embargo, si lo separamos por procedencia destaca que un **62%** de los visitantes son **internacionales**, y nos visitan más en Agosto, Julio, Octubre y septiembre, en cambio un **38%** son visitantes de procedencia **nacional**, y nos visitan más en agosto, julio y abril (Semana Santa y Fiestas Patronales).

Los porcentajes son exactamente los mismos que el año anterior.

#### 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 **42%** de los visitantes nacionales proceden de la **Comunidad Valenciana**, por su proximidad, en segundo lugar, con un **28%**, son visitas **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. Un 12% procede de Madrid y un 4% del País Vasco.



#### Procedencias nacionales por temporadas

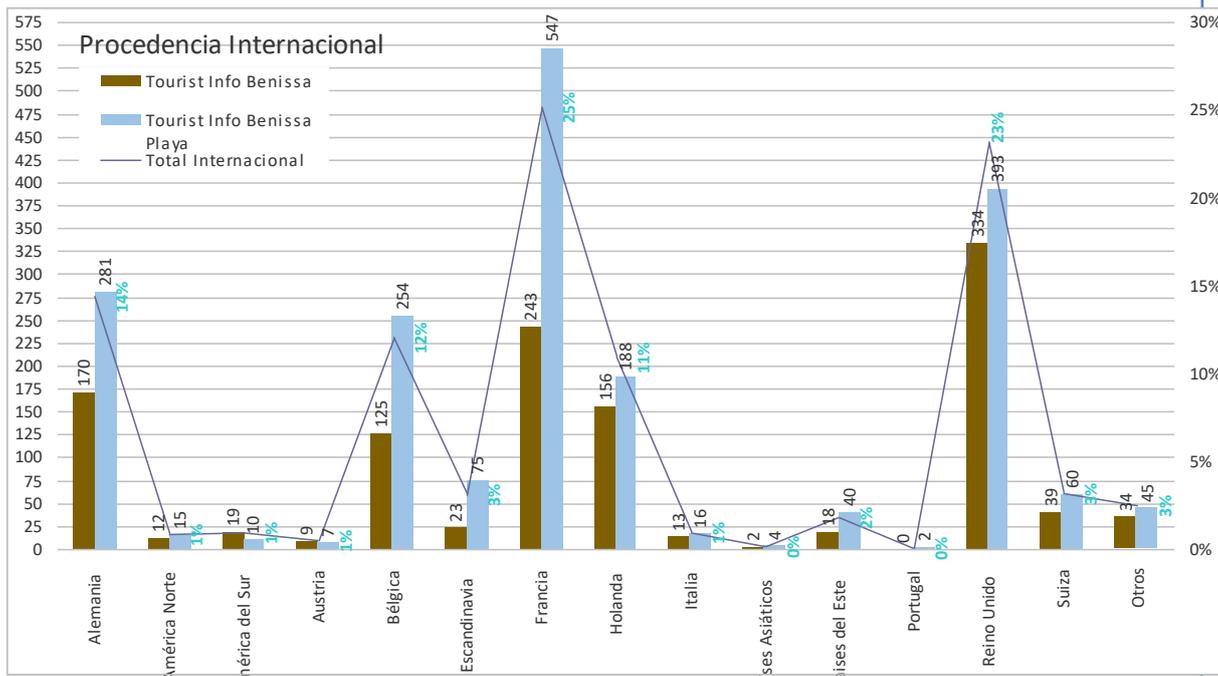
En Abril y octubre, temporada de **Semana Santa, Fiestas Patronales y Puente de Octubre**, los visitantes proceden mayoritariamente de la Comunidad Valenciana, Madrid, P. Vasco, Navarra y Castilla León.

De Julio a Septiembre, **temporada estival**, destacan los visitantes de procedencia Valenciana, seguido de Madrid, Cataluña (más en agosto) y País Vasco.

#### 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 **25%** del turista Internacional procede de **Francia**, por su proximidad, destacan las visitas a la Oficina de Turismo de la playa, en segundo lugar, con un **23%**, proceden de **Reino Unido**, **14%** de **Alemania**, el **12%** de **Bélgica** y el **11%** de **Holanda**.

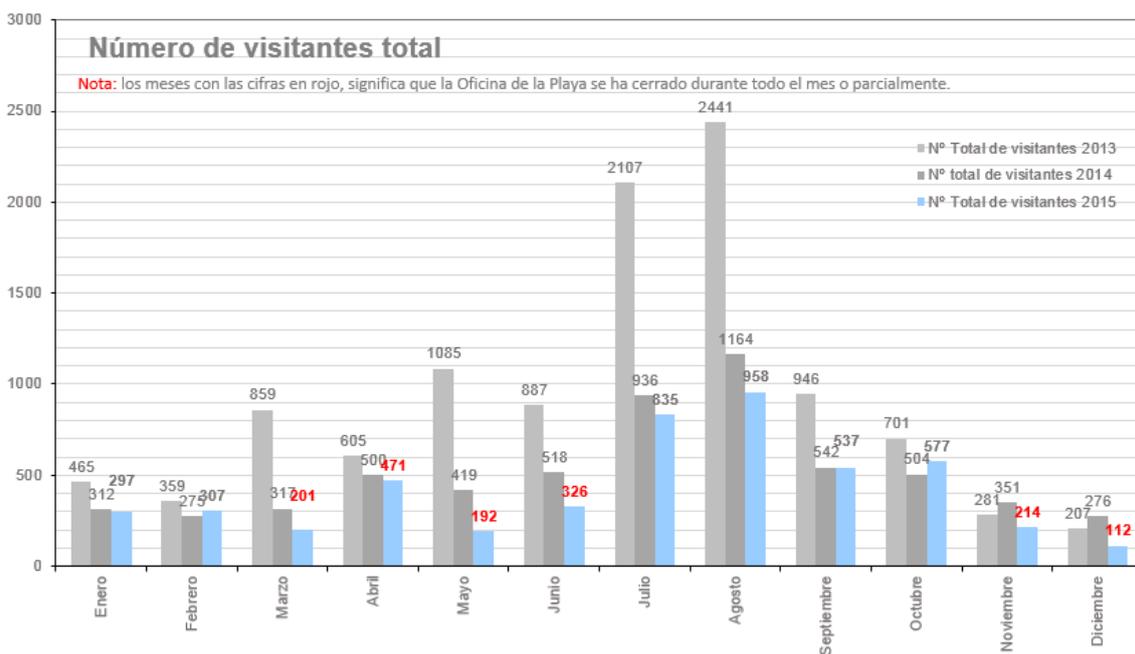


#### Procedencia internacional por temporadas:

Los meses de máxima afluencia, son julio, agosto, septiembre y octubre, destacando los visitantes de procedencia francesa (Julio y agosto), seguido de Reino Unido, predominando (por orden de mayor a menor) octubre, septiembre, agosto y julio; Alemania, destacando en septiembre, agosto y Julio; y Bélgica, en julio, septiembre y octubre.

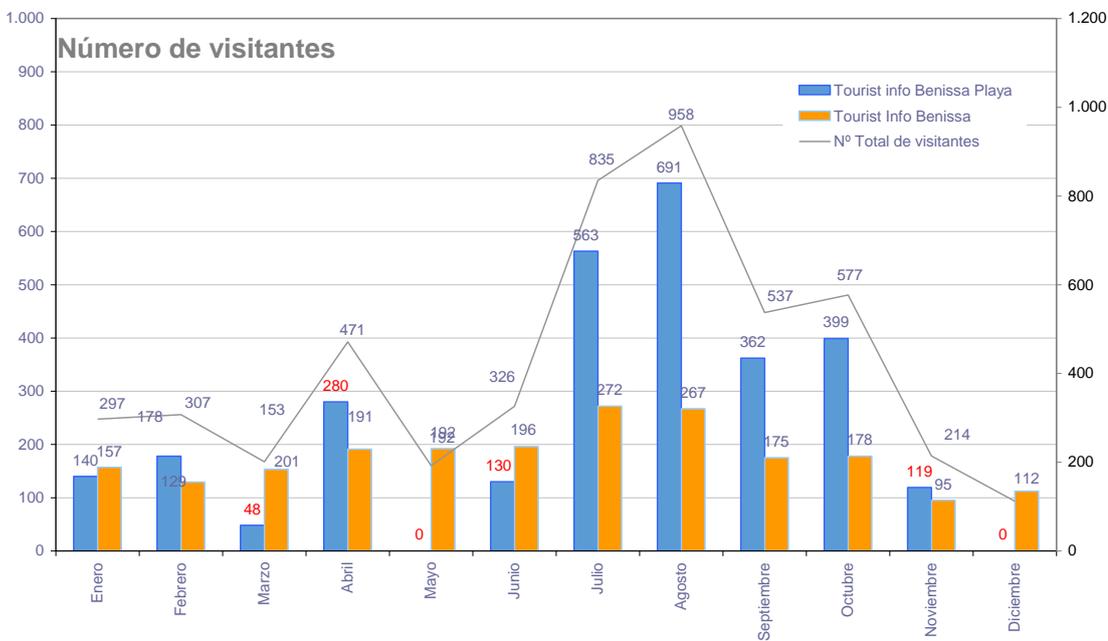
#### Afluencia Anual

Al realizar un comparativo de la Afluencia Anual en las Oficinas de Turismo entre los años 2013, 2014 y 2015, observamos que ha disminuido el número de visitas. Cabe destacar que en temporada baja de 2015, la Oficina de Turismo de la playa, ha permanecido cerrada, disminuyendo significativamente por ello, el número de visitantes.



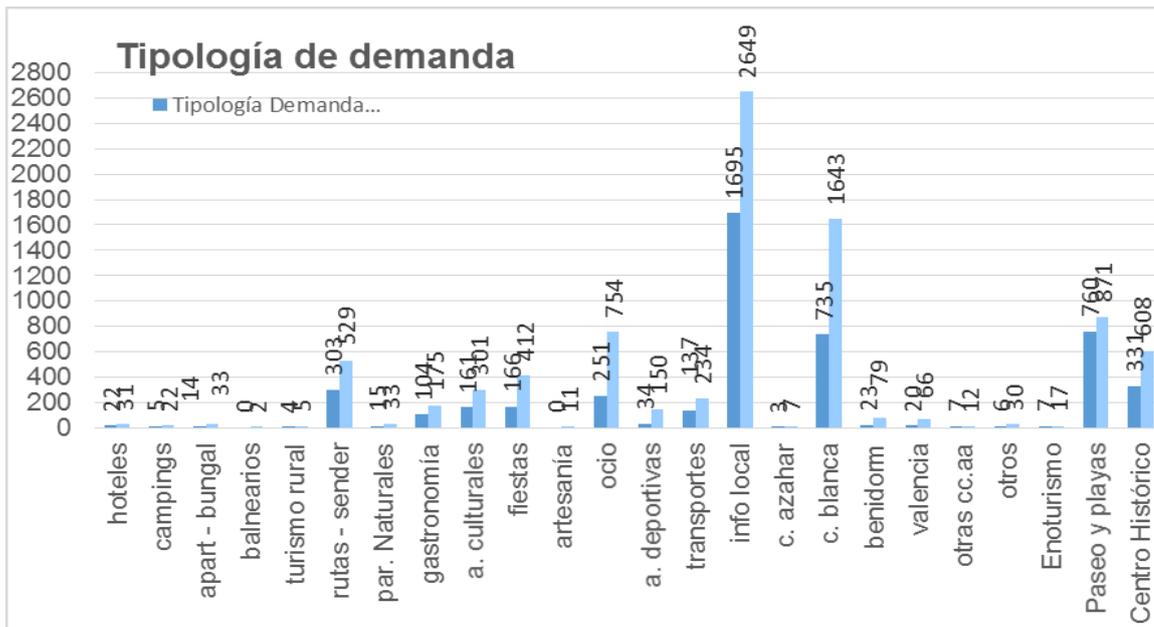
**Análisis de Afluencia por oficinas**

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 abril, julio, agosto y octubre. En la oficina del centro destacan igualmente los meses de temporada alta, enero y marzo.



**10.1.2. Atención en mostrador. Consultas de información efectuadas.**

El número total de consultas efectuadas durante el 2015: 10.883 consultas



Tipología de consultas en % más destacadas

**Información turística de Benissa:** 39,92% (engloba todos los recursos turísticos del municipio)

Información sobre la Costa Blanca: 21,85%

**Paseo Ecológico y playa:** 14,99% (Costa Benissera)

Actividades de Ocio: 9,23%

**Centro Histórico:** 8,63% (de Benissa)

**Rutas de senderismo:** 7,64% (locales y de la comarca)

**Fiestas:** 5,31%

Actividades Culturales: 4,24%

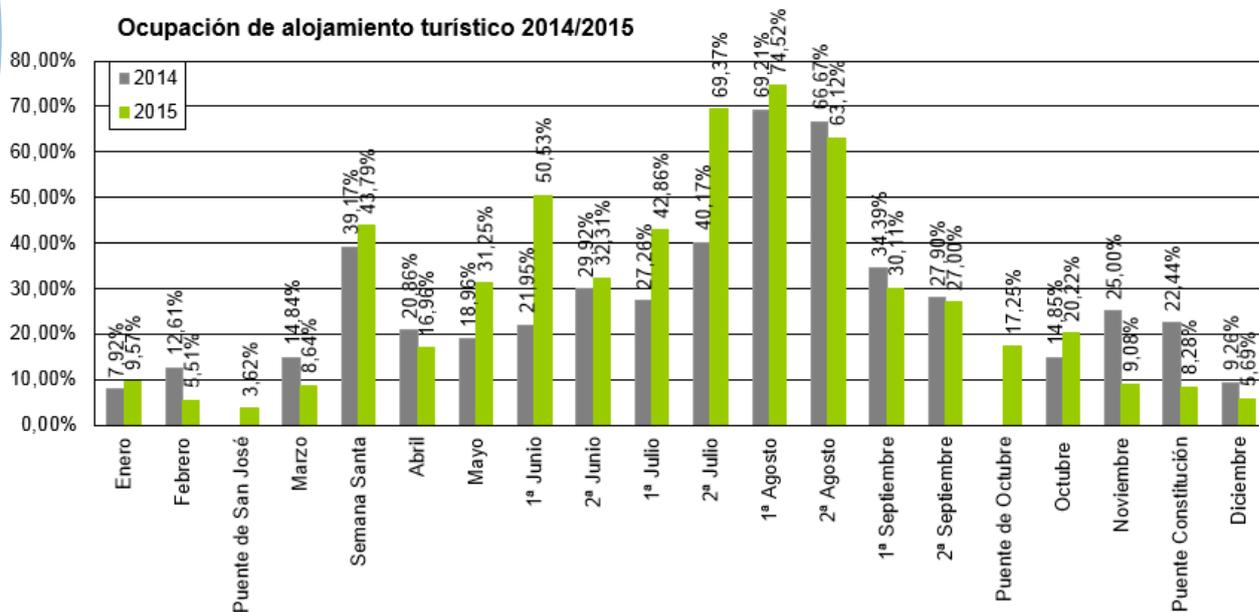
Transportes: 3,41%

Gastronomía: 2,56%

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

La concejalía 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 y en periodo estival de forma quincenal, el Departamento de Turismo solicita, por teléfono e e-mail, a las empresas los datos de ocupación y previsión, así como el perfil de turista que recibe.

**El número total de plazas en el 2015 ha sido de una media de 604 plazas,** observándose una disminución en referencia al año anterior en 492 plazas. Cabe destacar que este decremento de plazas influye en el porcentaje de ocupación del alojamiento de alquiler.



El alojamiento turístico alcanzó en 2015 una media de un 28,48%, un 2,45% más que en 2014.

Destaca el **aumento pronunciado del alojamiento hotelero**, teniendo una media **de 40,23%**, un 10,96% más que el año anterior.

Los porcentajes del alojamiento hotelero oscilan entre un 7,86% y un 80,71%. Los meses de ocupación más baja han sido enero, febrero, Puente de San José y diciembre (en torno al 12%, 11,33%, 7,86% y 12,67%) y los periodos más altos han sido Semana Santa, la 2ª quincena de Julio y la 2ª de Agosto (en torno a un 71,38%, 72,86% y 80,71%).

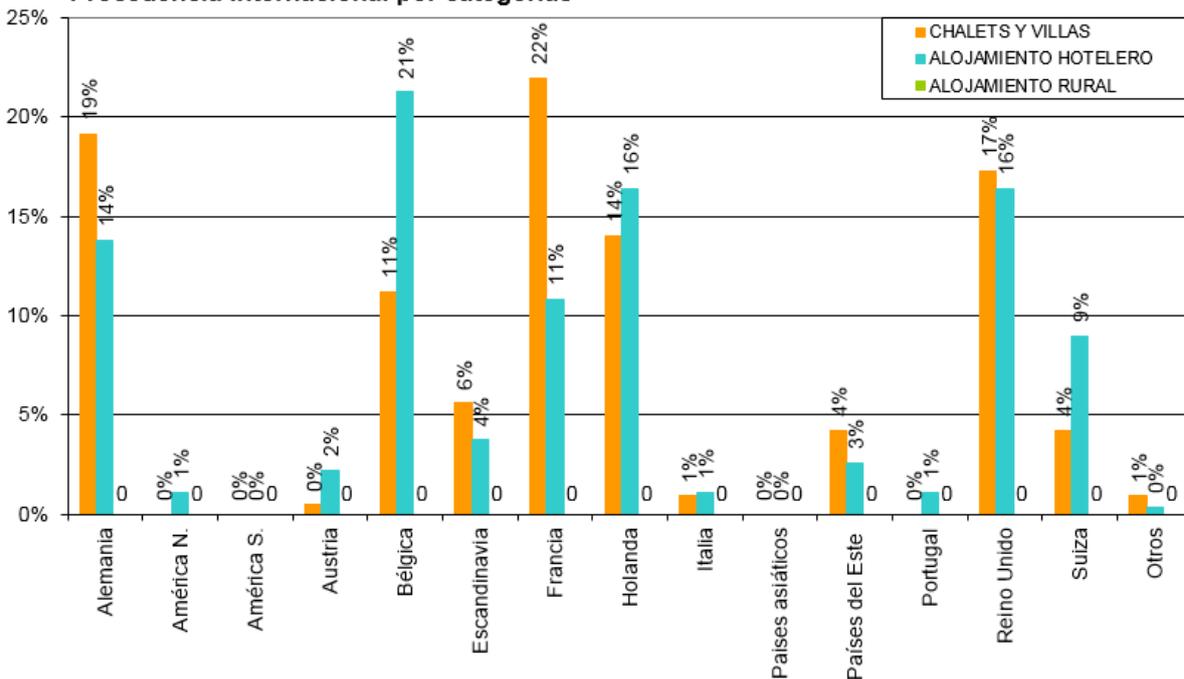
El alojamiento rural, presenta una ocupación media de 12,50%, un 1,72% menos que en 2014.

El alojamiento rural ha presentado a lo largo del año porcentajes que oscilan entre 0% y 50%. Los meses de ocupación más baja han sido febrero, Abril, 2ª quincena de junio, 1ª quincena de julio y de septiembre a diciembre. El periodo de mayor porcentaje ha sido en Semana Santa, la primera quincena de junio y la segunda de julio con un 50%.

Por último **el alojamiento de alquiler que ha aumentado un 0,71%** más que el año anterior, teniendo una media de ocupación de un 32,72%.

Destacamos el mes de agosto, teniendo una ocupación de un 95,39%, alcanzando el porcentaje más alto la primera quincena de agosto (en torno al 97,86%). Los meses de ocupación más baja fueron en el Puente de San José y en Noviembre, teniendo un 3% de ocupación.

**Procedencia Internacional por categorías**



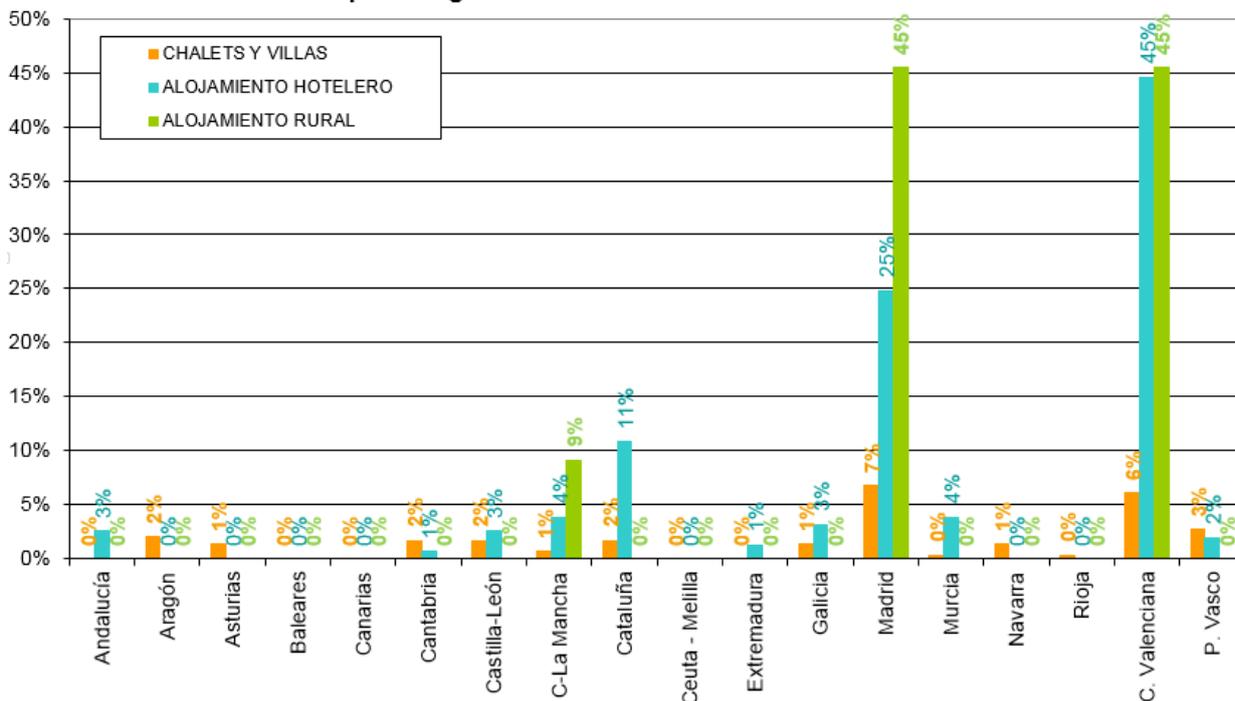
La procedencia de turistas internacional obtenida en los diferentes tipos de alojamiento es la siguiente:

**Alojamiento de alquiler turístico:** Francia, Alemania, Reino Unido y Holanda y en menor medida, Bélgica, Escandinavia y Países del Este.

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

### Alojamiento rural: no recibió turistas extranjeros

Procedencia nacional por categorías



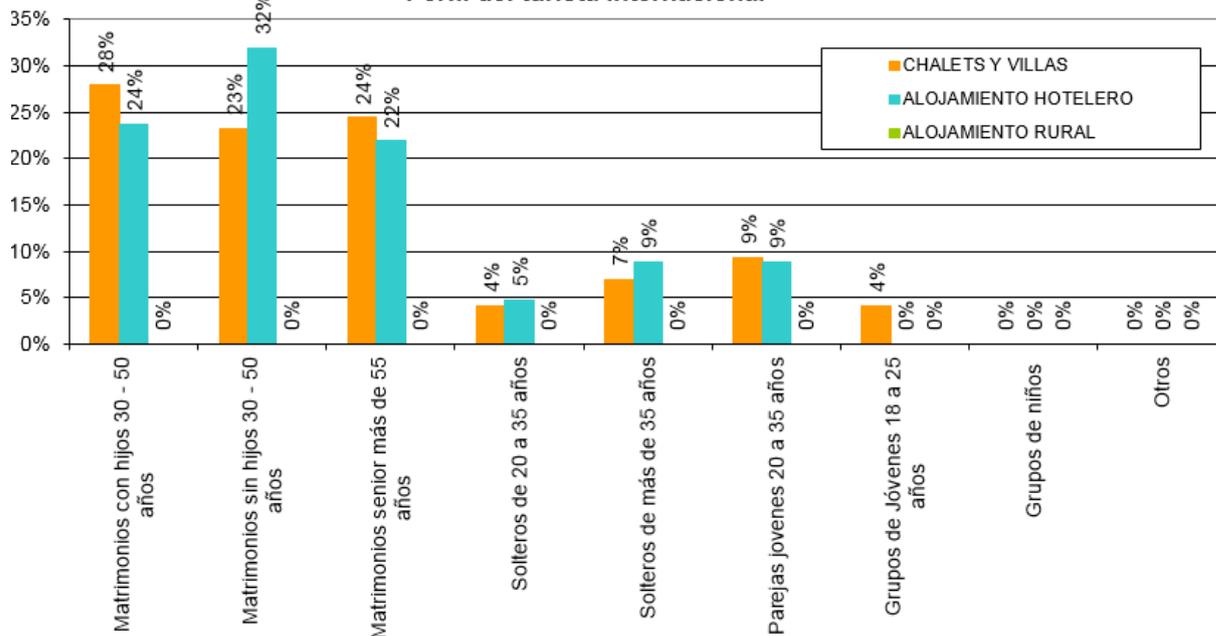
La procedencia de turistas nacionales obtenidos en los diferentes tipos de alojamiento es la siguiente:

**Alojamiento de alquiler turístico:** Madrid, Comunidad Valenciana y País Vasco.

**Alojamiento hotelero:** Comunidad Valenciana, Madrid, Cataluña y Castilla la Mancha.

**Alojamiento Rural:** Comunidad Valenciana, Madrid y Castilla la Mancha.

Perfil del turista internacional

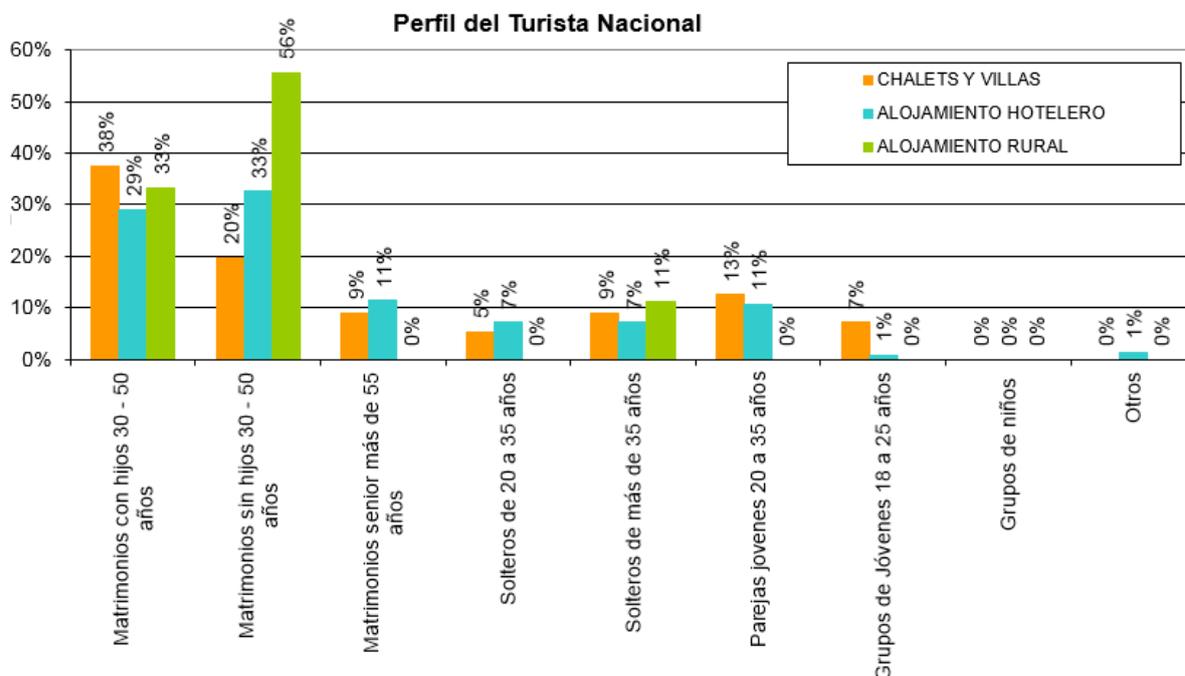


Tipología del Turista Internacional por alojamientos:

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

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

**Alojamiento rural:** no recibió turistas extranjeros.



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 parejas jóvenes de 20 a 35 años.

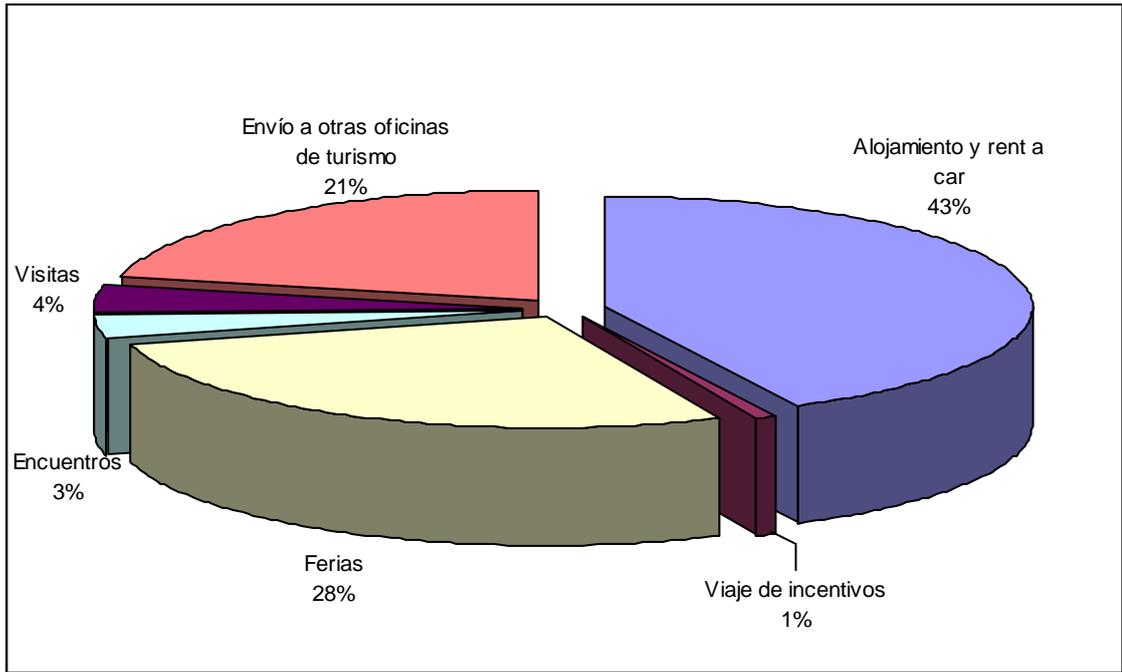
**Alojamiento hotelero:** matrimonios sin hijos de entre 30 a 50 años, matrimonios con hijos de 30 a 50 años y matrimonios senior de más de 55 años.

**Alojamiento rural:** matrimonios sin hijos de entre 30 a 50 años, matrimonios con hijos de entre 30 a 50 años y solteros de más de 35 años.

**Acción 10.3. Otras estadísticas:**

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

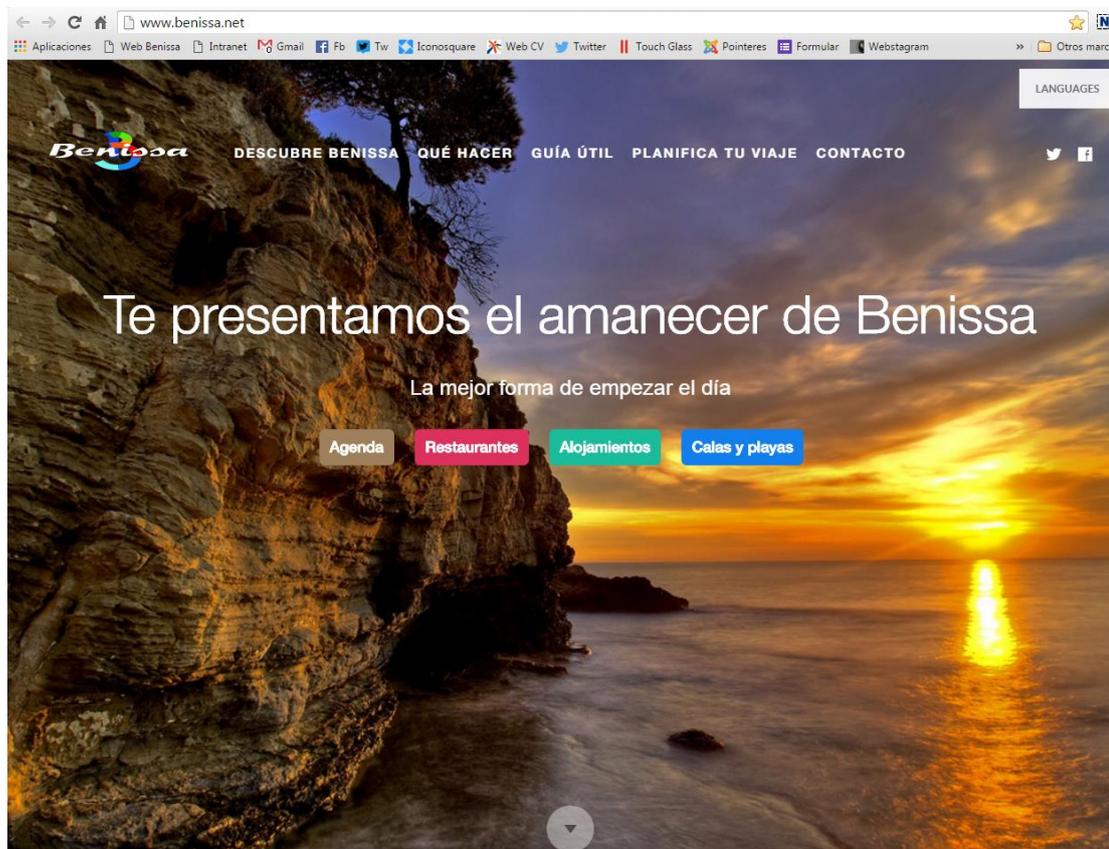
Ejemplares turísticos de Benissa entregados gratuitamente para colaborar en eventos especiales, como encuentros, eventos culturales, visitas, peticiones de establecimientos turísticos u otras empresas turísticas, etc. Se han entregado un total de 2348 ejemplares.



La aportación mayoritaria es a las **empresas turísticas** como Alojamiento, Rent a Car, etc. con un **43%**, seguido de un **28%** de las **Ferias**, las **oficinas de turismo** con un 21%, y en menor medida en visitas, encuentros y viajes de incentivos.

## 11. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN

### Acción 11.1. Actualizaciones diarias de la web turística de Benissa



35

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 los eventos importantes de cada temporada como:

La Fira i Porrat de Sant Antoni (Febrero)

Mostra Gastronòmica (Marzo)

Fiestas de Moros y Cristianos (Junio)

Actividades Verano (Julio y agosto)

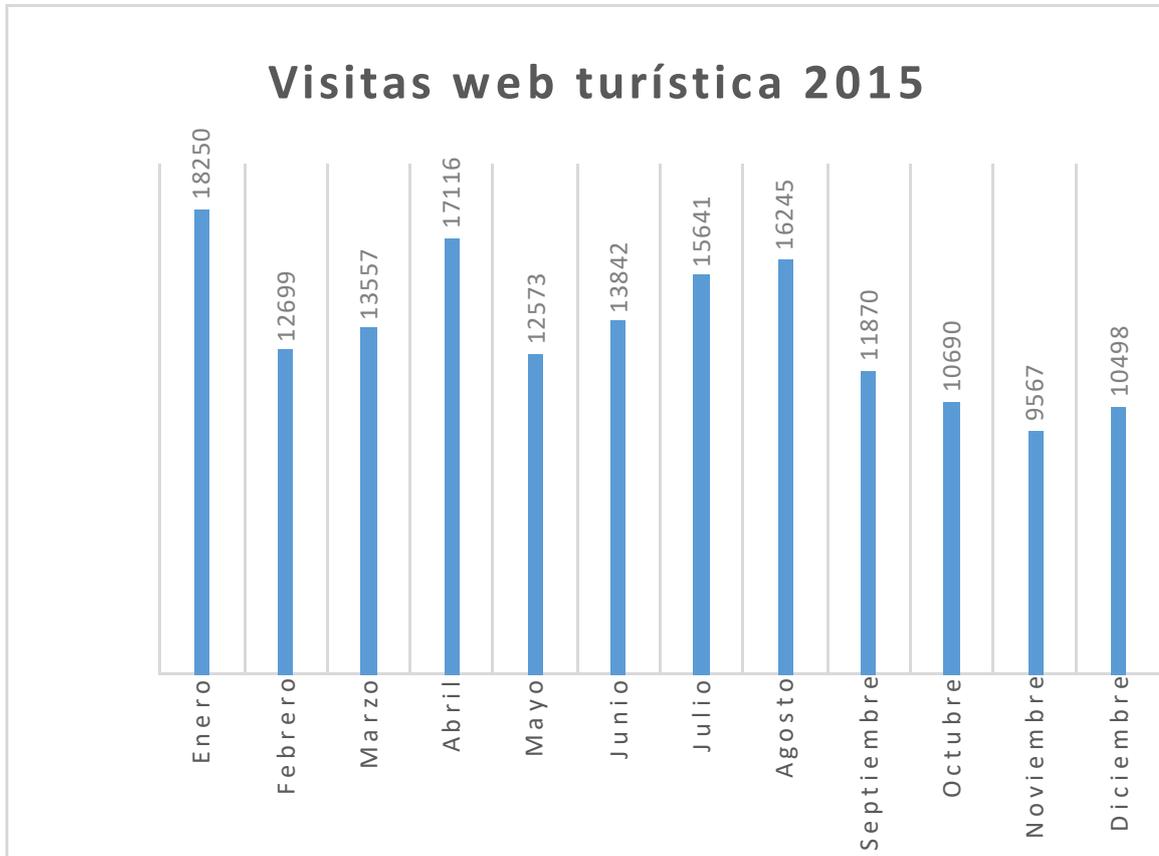
Feria Alternativa (Septiembre)

Festival Multicultural (Octubre)

Visitas a la web en 2015:

Durante el 2015 se han recibido un total de **162.548 visitas** a [www.benissa.es](http://www.benissa.es), una media de 445 visitas al día aproximadamente. De las cuales han sido 105.712 visitantes distintos que han visto 1.455.481 páginas distintas.

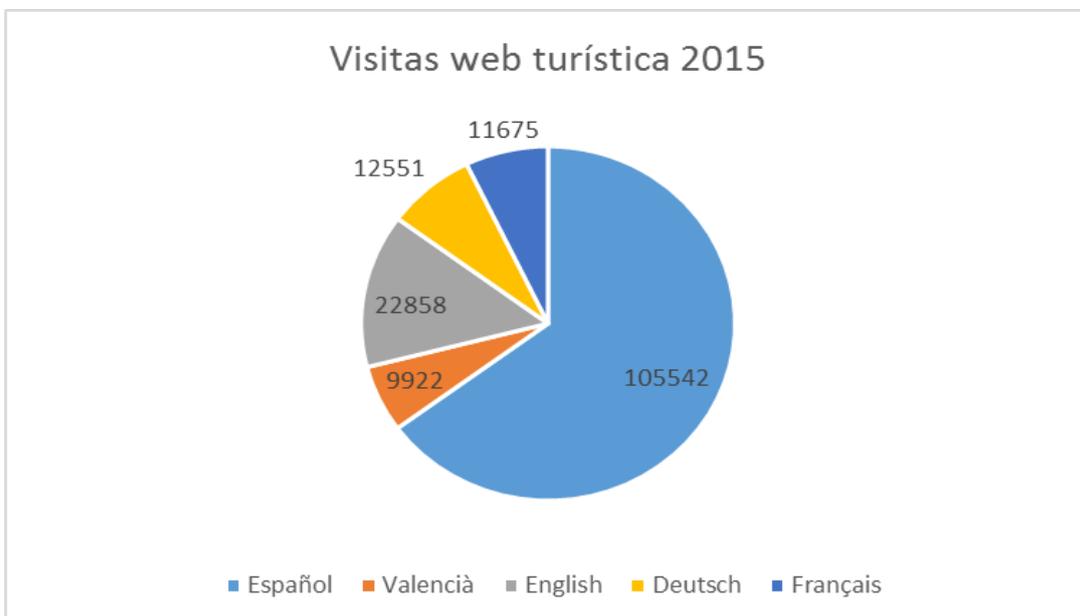
### Visitas web turística 2015



Se han realizado visitas a [www.benissa.es](http://www.benissa.es), por orden de mayor a menor, durante los meses de **Enero, Abril, Agosto, Julio, Junio y Marzo** y los de menor Noviembre, Diciembre y Octubre.

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

### Visitas web turística 2015





Visitas a [www.benissa.es](http://www.benissa.es) por país:

Cabe destacar España, como primer país visitante a [www.benissa.es](http://www.benissa.es), seguido de mayor a menor, por Francia, Alemania, Rumania, Estados Unidos, Europa y Reino Unido.



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

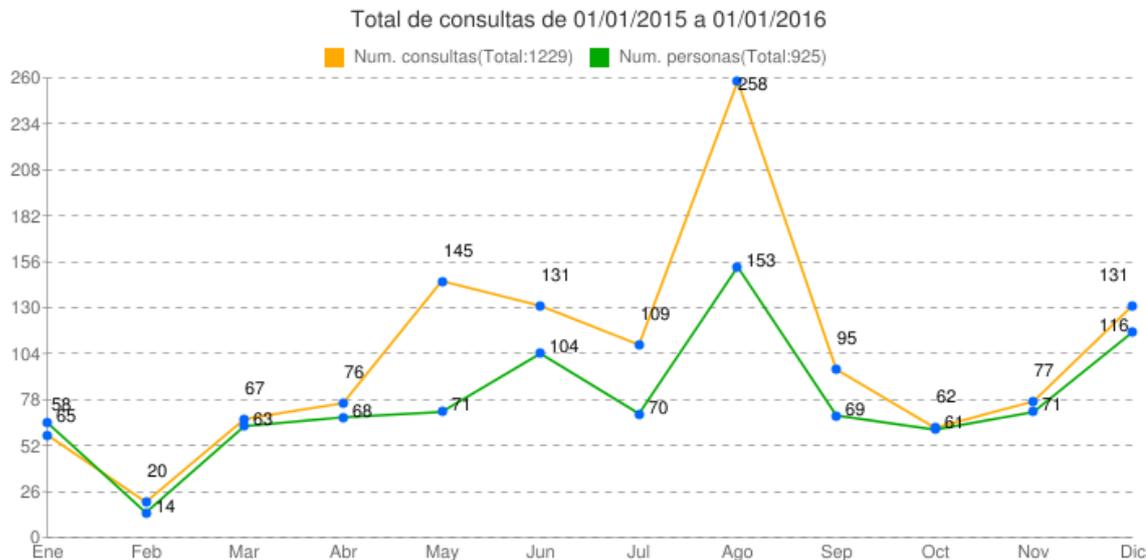
Tal y como se ha efectuado en los años anteriores, el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa ha continuado nutriendo y actualizando la base de datos con las actividades culturales, deportivas, festivas y Gastronómicas que se celebran en Benissa los 12 meses del año, en las Touch Glass (Pantallas 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.

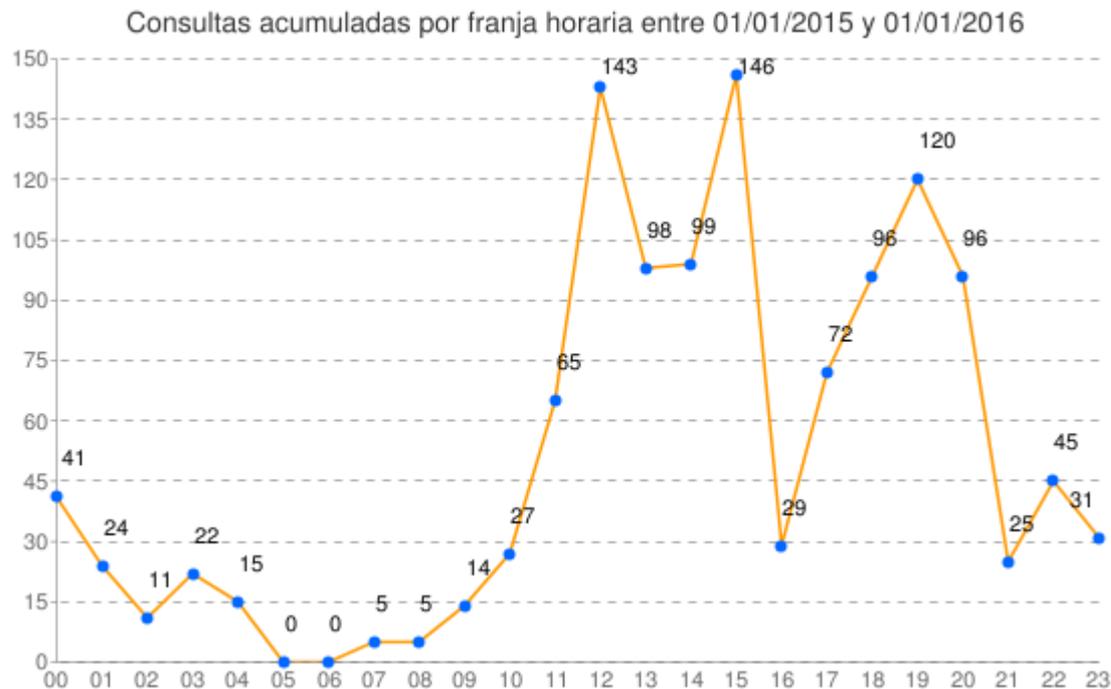
La finalidad de dicha acción es la mejor **promoción y difusión de las distintas actividades** organizadas por el ayuntamiento, empresas turísticas, asociaciones culturales, deportivas, etc. de Benissa.

### 11.2.1. Estadísticas Touch Glass Oficina de Turismo del Centro

Consultas realizadas desde el touch Glass Oficina Benissa Centro  
Destacan las visitas al Touch Glass en el mes de Agosto, Mayo, Junio y Diciembre, y los que menos en Febrero, Enero y Octubre.



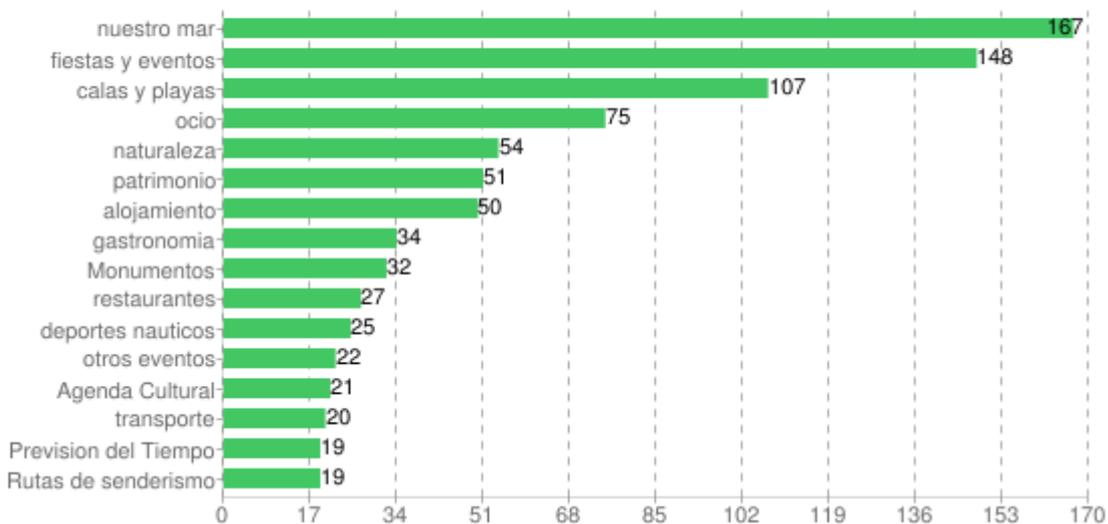
Consultas acumuladas por franja horaria:  
Como se puede apreciar en las gráficas, la franja horaria en la que hay mayor número de consultas es a las 15h, a las 12h, y a las 19h.



Consultas por tipología:

Como se puede comprobar más abajo, el tipo de consultas que más hacen a la pantalla táctil del centro es, de mayor a menor medida, **calas y playas** (dentro de nuestro mar), **las fiestas y eventos, ocio, naturaleza, patrimonio y alojamiento**.

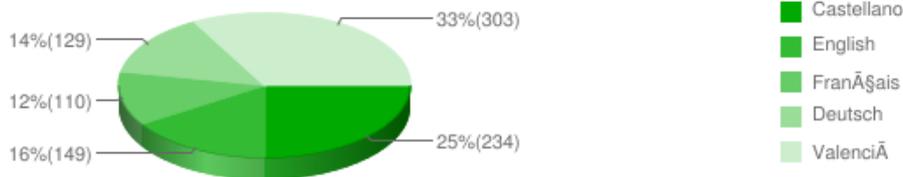
Top 15 consultas por tipos entre 01/01/2015 y 01/01/2016



Idioma de consultas:

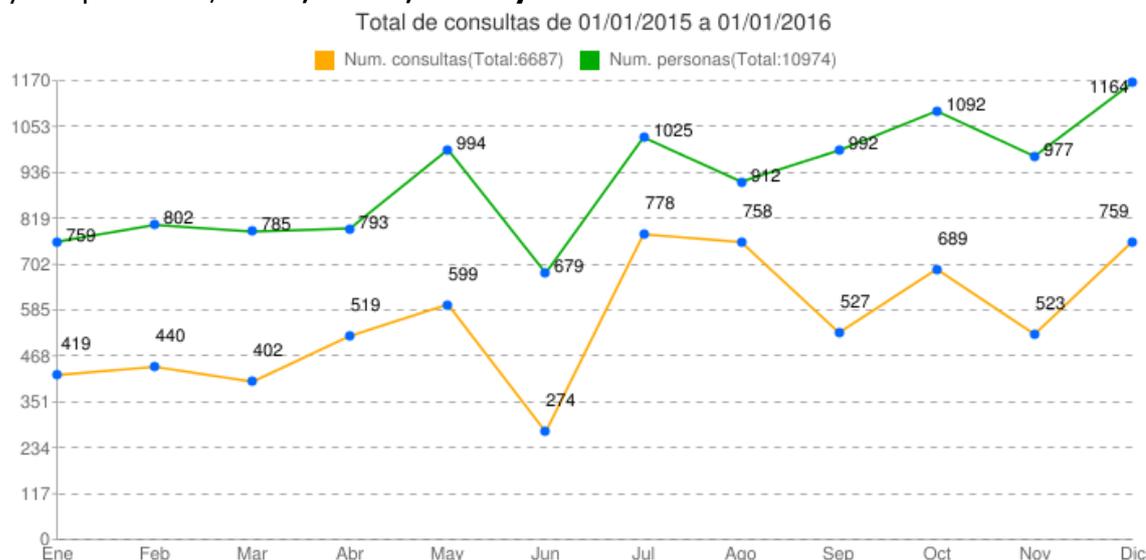
Destaca el Valenciano como principal idioma de consulta, seguido del Castellano, Inglés y en menor medida el francés y alemán.

Porcentaje de personas que han consultado segun el idioma entre 01/01/2015 y 01/01/2016

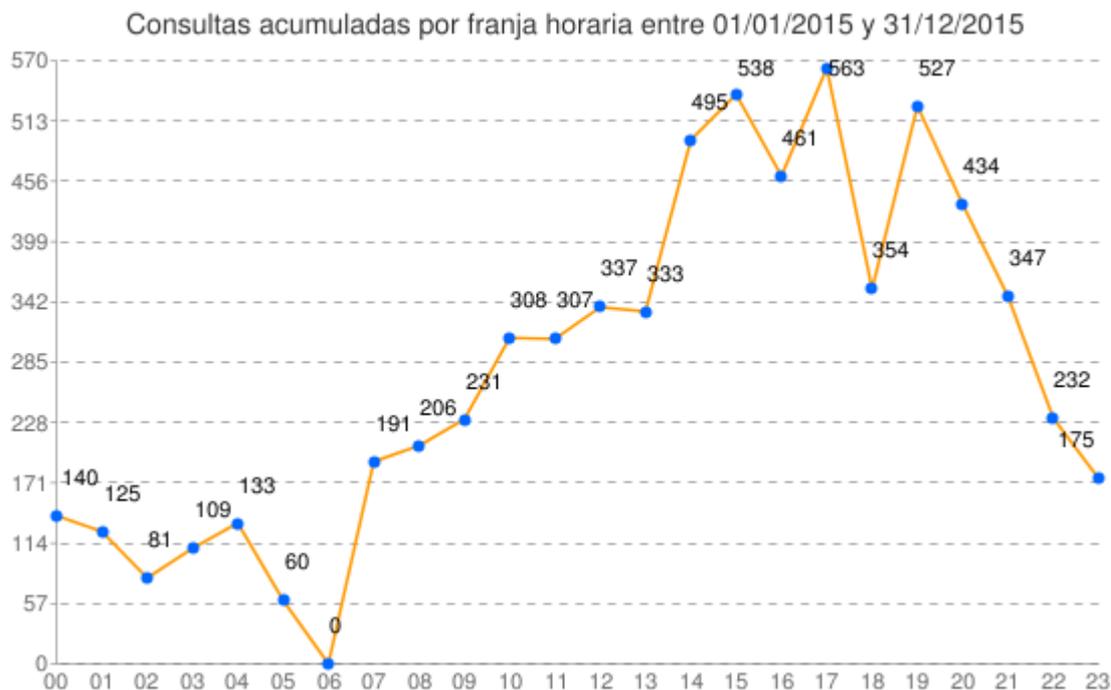


### 11.2.2. Estadísticas Touch Glass Oficina de Turismo del Playa

Consultas realizadas desde el touch Glass Oficina Benissa Playa  
Destacan las visitas al Touch Glass en el mes de **Diciembre, Octubre, Julio y Mayo**, y las que menos, **Junio, Marzo, Enero y Febrero**.



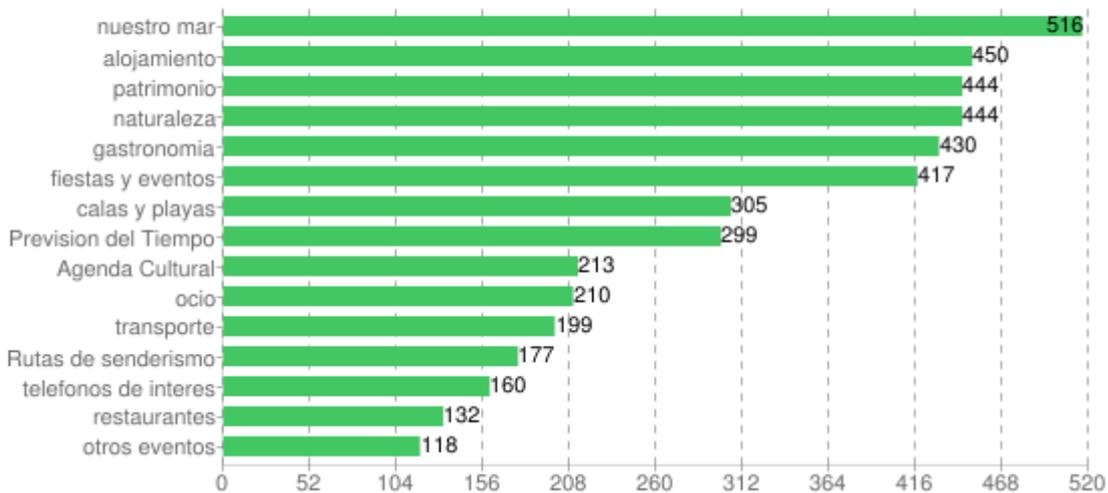
Consultas acumuladas por franja horaria:  
Como se puede apreciar en las gráficas, la franja horaria en la que hay mayor número de consultas es entre las 15h y las 20h.



**Consultas por tipología:**

El tipo de consultas que más hacen a la pantalla táctil de la oficina de la playa es en mayor medida, **calas y playas** (dentro de nuestro mar), **alojamiento**, **patrimonio**, **naturaleza**, **gastronomía** y **la previsión del tiempo**.

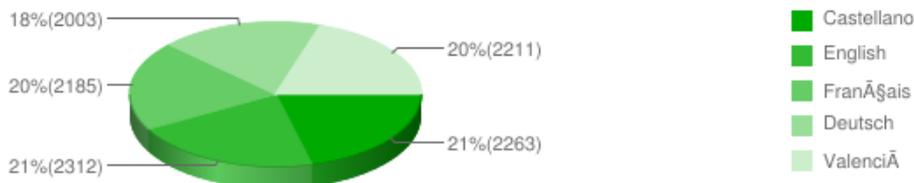
Top 15 consultas por tipos entre 01/01/2015 y 31/12/2015



**Idioma de consultas:**

Destaca el Inglés como principal idioma de consulta, seguido del Castellano y el Francés y en menor medida el Valenciano y el Alemán.

Porcentaje de personas que han consultado según el idioma entre 01/01/2015 y 31/12/2015



## 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 2015 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.

En periodo estival, se ADAPTA LA APERTURA DE LA OFICINA DE TURISMO CENTRAL, a las necesidades, abriendo de lunes a viernes de 09.00 a 14.30 y 15.30 a 17.30 horas.

#### Oficina Playa:

Abre de lunes a viernes de 09.30 a 16.00, sábados de 09.30 a 14.30 y festivos de 10.00 a 14.00 horas.

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 18.30 horas, sábados y domingos de 09.30 a 13.45 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 2015 el personal de la Oficina de Turismo asistió a el siguiente curso de formación:

Curso de Redes Sociales en Administración Local: Iniciación (Abril 2016 | 27 horas)

Jornada de Familiarización en Callosa d'en Sarrià: Parques Naturales y Temáticos (Abril 2015 | 5 horas)

Curso de Excel online (Junio 2015 | 30 horas)

Curso de hábitos saludables y control del estrés (Septiembre | 2 horas)

Curso de Videomarketing online (Octubre – Noviembre 2015 | 16 horas)

#### 12.2.2. Programa Fomento del Empleo

El Ayuntamiento de Benissa ha recibido dos subvenciones procedentes del Servef para reforzar el servicio postventa que se presta en las oficinas de turismo de Benissa durante el período estival.

**PROGRAMA EMCORP**, destinado a la contratación de personas desempleadas en el programa de empleo público de interés general y social para la realización de actuaciones en municipios declarados turísticos de la Comunitat Valenciana.

**PROGRAMA SALARI JOVE**, destinado a la contratación de jóvenes desempleados en el programa de empleo público Salario Joven.

Fruto de estos programas se ha contratado a dos personas, una por un período de 4 meses y medio y otra por un período de 6 meses cuya finalidad es reforzar y ampliar el servicio de atención e información turística que se presta en las dos oficinas de turismo ubicadas en el término con horarios más amplios durante el período estival.

### 12.2.3. Personal en prácticas.

El Departamento de Turismo acogió en 2015, una persona en prácticas de la Universidad Politécnica de Valencia gracias al convenio ya establecido con la misma. El alumno estuvo bajo la tutela de la Técnico de Turismo, aprendiendo tareas propias de Informador/a Turístico/a durante el periodo comprendido entre el 2 de marzo al 7 de junio de 2015.