

MEMORIA DE ACTUACIONES 2020



BENISSA

DEPARTAMENTO
DE TURISMO
AYUNTAMIENTO
DE BENISSA

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	5
MARKETING Y COMUNICACIÓN	6
1. PRESENCIA ONLINE DE BENISSA.....	6
Acción 1.1. PROGRAMA VIU LA PASQUA VIRTUAL	6
Acción 1.2. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN EN REDES DURANTE EL CONFINAMIENTO	9
Acción 1.3. DIFUSIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	11
Acción 1.4. PROGRAMA VIU EL NADAL A BENISSA	17
1.4.1. JORNADAS GASTRONÓMICAS PUTXERO DE NADAL.....	17
Acción 1.5. PROGRAMA VIU EL NADAL VIRTUAL	18
Acción 1.1. OTRAS ACCIONES.....	21
2. SOL Y PLAYA	24
Acción 2.1. DOTACIÓN DE OFERTA COMPLEMENTARIA LÚDICO-CULTURAL-FESTIVA EN TEMPORADA ALTA COMO APOYO AL PRODUCTO “SOL Y PLAYA”.....	24
3. BENISSA GASTRONÒMICA.....	26
4. TURISMO CULTURAL.....	27
Acción 4.2. RUTA INTERACTIVA CON CÓDIGOS QR POR EL CENTRO HISTÓRICO.....	27
5. TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO	28
Acción 5.1. APOYO AL DESARROLLO DE EVENTOS DE TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO.	28
Acción 5.2. DIFUSIÓN DE RUTAS DE SENDERISMO, SUBMARINISMO, ASÍ COMO DE EVENTOS DEPORTIVOS A TRAVÉS DE SOPORTES OFF Y ON-LINE.	28
Acción 5.3. #BENISSANATURSPORT.....	29
6. TURISMO EVENTOS.....	30
Acción 6.1. APOYO A LA PROMOCIÓN DE LOS EVENTOS EN BENISSA	30
7. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING	31
Acción 7.1. ANÁLISIS DEL DESTINO	31
Acción 7.2. VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVOS DEL PLAN	32
Acción 7.3. EJES SOBRE LOS QUE SE ASIENTA EL PLAN	32
Acción 7.4. EJES, PROGRAMAS Y PRINCIPALES ACTUACIONES	33
ACCIONES DE PROMOCIÓN GENERAL Y GESTIÓN TURÍSTICA	35

8. FILM OFFICE.....	36
9. PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LOS MERCADOS EMISORES.....	38
Acción 9.1. ASISTENCIA A FERIAS TURÍSTICAS	38
10. COVID.....	40
Acción 10.1. CLAUSURA DE LAS OFICINAS DE TURISMO	40
Acción 10.2. HOSTAL LA FONDA: ALOJAMIENTO DE SERVICIOS ESENCIALES.....	41
Acción 10.3. ENCUESTA AL EMPRESARIADO TURÍSTICO DE BENISSA	41
Acción 10.4. CREACIÓN DE GRUPOS DE WHATSAPP	47
Acción 10.5. CREACIÓN DE ÓRGANO GESTOR DE PLAYAS.....	47
Acción 10.6. APERTURA DE LAS OFICINAS DE TURISMO	48
Acción 10.7. SELLO TURISMO RESPONSABLE	49
Acción 10.8. BONO VIAJE COMUNITAT VALENCIANA	50
Acción 10.9. MEDIDAS COVID EN WEB.....	51
11. SOCIAL MEDIA	51
Acción 11.1. BENISSA EN SOCIAL MEDIA	51
Acción 11.2. OBJETIVOS:	51
Acción 11.3. SEGUIMIENTO MENSUAL DE BENISSA EN LAS REDES SOCIALES.....	52
11.3.1. FACEBOOK	52
11.3.2. TWITTER.....	54
11.3.3. INSTAGRAM	55
Acción 11.4. OTRAS RRSS Y PLATAFORMAS	56
12. SUBVENCIONES.....	57
Acción 12.1. PATRONATO COSTA BLANCA	57
Acción 12.2. PROGRAMA ECOVID	59
Acción 12.3. TURISME COMUNITAT VALENCIANA	59
<u>INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS</u>	<u>60</u>
13. ENCUESTA TOURIST INFO	61
Acción 13.1. CAPTACIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS.	61
Acción 13.2. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA TOURIST INFO BENISSA	61
14. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO.....	62
Acción 14.1. ESTADÍSTICAS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.	62
Acción 14.2. CONTROL DE LA OCUPACIÓN EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO.....	65
15. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN	67
Acción 15.1. ACTUALIZACIONES DIARIAS DE LA WEB TURÍSTICA DE BENISSA.....	67
16. RECURSOS HUMANOS.....	69
Acción 16.1. REFUERZO DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN TEMPORADA ESTIVAL.	69
Acción 16.2. ACCIONES EN RECURSOS HUMANOS.....	69

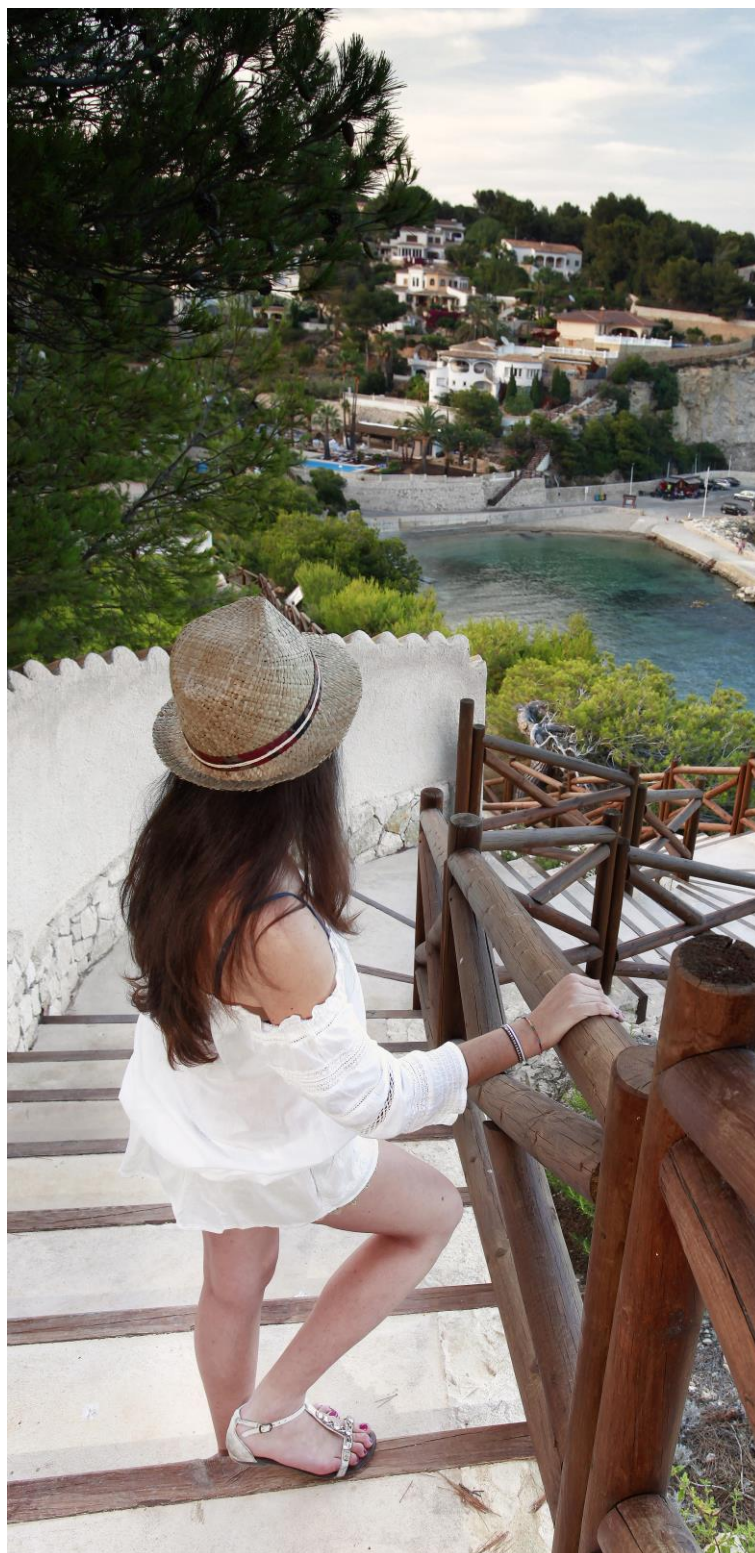
INTRODUCCIÓN

Sin duda, 2020 será recordado como el peor año de la historia. El Covid-19, que en cuestión de semanas pasó de ser un problema localizado a paralizar el mundo, ha impactado con especial crudeza en el turismo llevándose por delante a infinidad de empresas y dejando al borde del abismo a aquellas que han logrado sobrevivir.

Tras alcanzar cifras récord en 2019 (se cerró con 83,7 millones de turistas internacionales y 92.278 millones de euros de gasto), España ha tenido que hacer frente a la casi total desaparición de su primera industria. La pérdida de un sector que representa el 12,3% PIB y el 12,7% del empleo ha llevado a la economía española al límite, provocando la destrucción de decenas de miles de empleos, la desaparición de miles de empresas y un número desorbitado de ERTE que amenazan con convertirse en ERE.

A pesar de todo ello, Benissa ha salido bastante airosa de esta situación gracias al esfuerzo conjunto entre el sector público y privado. Todo ello ha redundado en haber logrado convertirse en uno de los municipios con más pernoctaciones en temporada alta en este 2020.

Benissa ha elaborado durante este ejercicio 2020 un Plan de Marketing Turístico, analizando exhaustivamente el destino, con el fin de coordinar y colaborar entre los actores públicos, privados y civiles para conformar una marca-destino de referencia en experiencias activas multiproducto.





GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

Durante el 2020 el Ayuntamiento de Benissa se ha tenido que reinventar y actuar de forma diferente a la habitual tras el COVID 19. El Departamento de Turismo apostó desde el primer momento por darle visibilidad a Benissa Turismo más que nunca de manera online con el fin de hacer de Benissa un deseo de todo aquel que tras el confinamiento quisiera viajar.

MARKETING Y COMUNICACIÓN

En 2020 las acciones de Marketing han cambiado completamente con respecto a años anteriores debido al COVID 19, se ha invertido mucho más en acciones online, repercutiendo en las visitas obtenidas a corto plazo tras el confinamiento.

Acciones realizadas:

1. PRESENCIA ONLINE DE BENISSA

Acción 1.1. Programa Viu la Pasqua Virtual

En pleno confinamiento, el Departamento de Turismo organizó como todos los años el programa con el nombre "Viu la Pasqua" pero este año de manera virtual en sus redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube.

Se elaboró 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 comunidades autónomas iban a contar ya con vacaciones escolares).

Se solicitó colaboración a empresas locales y vecinos, para organizar una serie de actividades programadas con las que dar a conocer Benissa a los turistas o potenciales turistas desde sus casas, realizando talleres de manualidades para los más pequeños con la empresa local TAKATUKA y una vecina de Benissa, música clásica en lugares emblemáticos de Benissa, canciones tradicionales de Pascua cantadas por vecinos del municipio, recetas relacionadas con la semana santa realizadas por la Panadería Navarro y una Mini Performance por vecinos de Benissa colaboradores.

CAMPAÑA #VIULAPASQUABENISSA 2020 (8-13 DE ABRIL 2020).

PAISES DE LOS FANS

- 82% ESPAÑA
- 05% BÉLGICA
- 04% REINO UNIDO
- 03% FRANCIA
- 03% PAÍSES BAJOS
- 03% ALEMANIA

CIUDADES DE LOS FANS

- 41% BENISSA
- 21% MARINA ALTA
- 14% VALENCIA
- 10% ALICANTE
- 03% MADRID
- 02% BARCELONA

FACEBOOK

6893
28

ALCANCE: 38.875 NÚMERO DE PERSONAS QUE VEN TU CONTENIDO.
IMPRESIÓN: 48.867 NÚMERO DE VECES QUE TU CONTENIDO SE MUESTRA.

POSTS
→ 14

LIKES
→ 348

COMPARTIDOS
→ 140

COMENTARIOS
→ 31

POSTS CON MÁS ALCANCE

Benissa Turismo
Publicado por Laura [?] · 8 de abril a las 10:01 · G

#BenissaTurismo te propone un programa de #ViulaPasquaBenissa virtual [?] para pasar una Semana Santa diferente en casa. ¡No te pierdas el programa! [?]

#BenissaTurismo te propone un programa de #ViulaPasquaBenissa virtual [?] per a passar una Setmana Santa diferent a casa. No et perdes el programa! [?]

#SemanaSantaBenissa #Benissa #CostaBlanca #ComunitatValenciana #QuedateEnCasa #BenissaSeQuedaEnCasa

PROGRAMACIÓN
 Jueves 9 abril:
 12.00h. ¿Qué te propongo comer? por María Azúa.
 Viernes 10 abril:
 10.00h. Cómo hacer un huevo para monjas por Chelo FERRERÍA.
 17.00h. Música Interior. Casa del Bartle.
 Sábado 11 abril:
 16.00h. Receta Mono de Pasqua por Pascualita Miralles.
 Domingo 12 abril:
 10.00h. ¡No! Performance "Una pecora africana" por Hugo & Celia.
 17.00h. Música Interior. Casa Museo Absyren.
 Lunes 13 abril:
 18.00h. Concierto de Pasqua por Anna Martí y Javió.

Toda la programación:
[www.benissa.es](#)
[www.benissaturisme.es](#)
[#benissaturisme](#)

452 Personas alcanzadas 454 Interacciones [Promocionar publicación](#)

Benissa Turismo
Publicado por Blanca Ribes [?] · 11 de abril a las 18:00 · G

¡Hoy le damos un toque dulce a la Semana Santa [?] con nuestras típicas monas. Una receta que puedes hacerla en familia. [?]

¡Hoy le damos un toque dulce a la Semana Santa [?] ante los nuestros típicos monas. Una receta que pots fer-la en família. [?]

#ViulaPasquaBenissa #SemanaSantaBenissa... Ver más

5097 Personas alcanzadas 509 Interacciones [Promocionar publicación](#)

Benissa Turismo
Publicado por Blanca Ribes [?] · 8 de abril a las 12:00 · G

¡Lo típico en la Semana Santa benissera es ir a volar las cometas [?] con "cabalitos" con ligas más pesadas. Hoy te enseñamos el paso a paso de cómo hacerla, ¡es muy fácil! Cuando todo esto acabe... saldremos al aire libre y la volaremos bien alto. #BenissaViveElVerano [?]

¡El epic en la Semana Santa benissera es amar a volar los molinos o cabalitos [?] con las más manitas. ¡Ha tensesiem pas a pas com fer-la, és molt fàcil! Quan tot acabe... anirem a fer-hi i la volarem ben alt. #BenissaViveElVerano [?]

#ViulaPasquaBenissa #SemanaSantaBenissa #Benissa #CostaBlanca #ComunitatValenciana #QuedateEnCasa #BenissaSeQuedaEnCasa

3370 Personas alcanzadas 191 Interacciones [Promocionar publicación](#)

7

CAMPAÑA #VIULAPASQUABENISSA 2020 (8-13 DE ABRIL 2020).

E-MAIL MARKETING WWW.BENISSA.ES

ENVIADOS
→ 6944

APERTURAS
→ 338

CLICS DISTINTOS
→ 64

CLICS TOTALES
→ 105

ENLACES CON MÁS CLICS

67% WWW.FACEBOOK.COM/BENISSATURISME

20% PROGRAMA VIU LA PASQUA VIRTUAL

13% PORTADA

CAMPAÑA #VIULAPASQUABENISSA 2020 (8-13 DE ABRIL 2020).

PAISES DE LOS FANS

- 46% ESPAÑA
- 30% AMÉRICA DEL SUR
- 07% REINO UNIDO
- 05% PAÍSES BAJOS
- 05% ESTADOS UNIDOS
- 04% FRANCIA

CIUDADES DE LOS FANS

- 35% BENISSA
- 20% ALICANTE
- 16% VALENCIA
- 16% MARINA ALTA
- 05% BENIDORM
- 05% MADRID

INTSAGRAM

6089
45

ALCANCE: 8.215 NÚMERO DE PERSONAS QUE VEN TU CONTENIDO.
IMPRESIÓN: 9.088 NÚMERO DE VECES QUE TU CONTENIDO SE MUESTRA.

POSTS

9

LIKES

392

COMENTARIOS

9

POSTS CON MÁS ALCANCE

Ver estadísticas Promocionar

Ver estadísticas Promocionar

Ver estadísticas Promocionar

Ver estadísticas Promocionar

CAMPAÑA #VIULAPASQUABENISSA 2020 (8-13 DE ABRIL 2020).

TWITTER

1432
4

IMPRESIÓN: 2.486 NÚMERO DE VECES QUE TU CONTENIDO SE MUESTRA.

TWEETS

17

ME GUSTA

10

RETWEETS

7

INTERACCIONES

77

POSTS CON MÁS ALCANCE

Ver estadísticas Promocionar

206 reproduccions

024 | 11 reproduccions

Acción 1.2. Actividades de difusión en Redes durante el Confinamiento

Con el fin de seguir dando a conocer el municipio a nuestros seguidores y potenciales seguidores, Benissa Turismo realizó una serie de acciones en redes sociales para continuar dando a conocer su municipio desde Casa.

1.2.1. Potenciar la **Gastronomía Benissera**



Se potenció la **gastronomía** Benissera:

- Facilitando recetas tradicionales de la página web propia: [www. Benissa.es](http://www.Benissa.es).
- Aprovechando la fecha del Día del Padre, solicitamos a los seguidores Benisseros que nos enviaran su postre, recibiendo recetas típicas Benisseras.

Se solicitó colaboración con el empresariado y seguidores para que nos enviaran costumbres culinarias del mundo, obteniendo respuesta por parte de ambos, un total de 7 videos, obteniendo un total de 5443 reproducciones en Instagram y 11.201 reproducciones en Facebook. Las empresas colaboradoras fueron el restaurante GIRÓ, el cual aportó dos recetas y el restaurante Casa del Maco.

1.2.2. **QUIZ** en redes sociales

Se organizó un **QUIZ** todos los martes y jueves, dando a conocer rincones de la villa que muchos no conocían, fiestas, cultura y tradición. Se fomentó en las tres redes sociales principales, creando un total de: 14 quizzes teniendo muy buena respuesta de nuestros seguidores.



1.2.3. Tours virtuales 360º guiados



Sé dio difusión a nuestros **Tours virtuales 360º** con el fin de que disfrutaran nuestros rincones desde sus casas, realizando visitas guiadas virtuales con colaboradores nativos que conocen perfectamente nuestro territorio. En concreto se realizaron dos Visitas guiadas virtuales:

- **Centro Histórico:** con Carlos Font, benissero e historiador. Obteniendo un total de 2.510 reproducciones en facebook y 720 en instagram.
- **Sierra de Bèrnia:** con Miguel Ángel Soliveres, presidente del Club de Muntanya

Margalló de Benissa, Técnico en senderos, Miembro del comité de senderos y del Comité de Parques Naturales y espacios protegidos de la Federació de Esports de Muntanya y escalada de la Comunitat Valenciana. Obteniendo un total de 2.734 reproducciones en facebook y 653 en instagram.

1.2.4. Desde tu ventana Benissera

A través de la acción **Desde tu ventana Benissera**, buscamos sinergias con la población para poder mostrar Benissa de una forma diferente, dando a conocer Benissa desde las ventanas de vecinos benisseros compartiendolas en Stories de Facebook e Instagram, recibiendo un total de 72 fotografías.



1.2.5. Post en Blog



Creamos un **post en el blog** de www.benissa.es, con el título: **8 formas de disfrutar de #Benissa en casa**, en este post se quiso animar a nuestros seguidores en esos momentos tan duros, dando a conocer Benissa de manera virtual, pudiendo visitar nuestro centro histórico en un tour virtual 360º, conocer nuestra gastronomía de la mejor forma, cocinando nuestros platos más típicos en casa, visualizar nuestra costa en 360º, conocer nuestros vinos locales siendo un #winelover,

recorrer la Perimetral, invitando a ver y compartir las vistas desde su ventana Benissera, participar en nuestro quiz semanal o simplemente relajarse en casa oyendo las olas del mar benissero.

Un post compartido y promocionado con un importe de 48,19€ en Facebook e Instagram, obteniendo 107.862 impresiones en redes y teniendo un total de 1191 visitas a la web, 888 usuarios, siendo visitado 113 días.

1.2.6. Hashtags #BenissaSeQuedaEnCasa y #QuédateEnCasa

Se utilizó los hashtags #BenissaSeQuedaEnCasa y #QuédateenCasa.

Analizando este último hashtag usado en nuestras cuentas

Creándose un total de 76 posts en **Facebook**, teniendo 187.731 impresiones y 163.096 de alcance. La actividad de los usuarios fue positiva obteniendo un total de 3.301 likes, 893 compartidos y 347 comentarios.

En **Instagram** se publicaron un total de 50 posts, obteniendo 72.245 impresiones, un alcance de 64.083, superando con creces en 5.261 likes y 226 comentarios.

En cuanto a **Twitter** con 80 posts, se obtuvieron un total de 21.859 impresiones, 23 retwits, 97 likes y 5 respuestas.



1.2.7. Video Promocional: Vida, Aire, Libre



El 1 de mayo en pleno confinamiento, se pensó en lanzar un video promocional en redes sociales para dar a conocer nuestro municipio, dando relevancia a nuestros valores más emocionales en ese momento: Vida, aire, libre. Teniendo en facebook un gran alcance (62.903), 79.542 impresiones, 18.000 reproducciones, 210 me gusta y 381 compartidos. En instagram obtuvo un total de 3.599 reproducciones, un alcance de 2421, 307 me gusta, y 25 guardados.

Destacar que es la publicación con mayor impresiones orgánicas de todo

2020.

Acción 1.3. 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.

1.3.1. Campaña en Facebook e Instagram con Teulada Moraira

Se lanzó un video promocional conjuntamente con nuestro municipio vecino Teulada Moraira, en Facebook e Instagram ADS, cuya finalidad fue conseguir alto impacto de visualizaciones y reproducciones del "Video promocional: Nuestro rincón tu destino" para fidelizar al turista nacional.

Segmentación de las campañas:

Ubicación: Turista nacional principalmente de Madrid, Valencia, Alicante, Cataluña y País Vasco

Edad entre 35 y 58 años

Tienen intereses en Viajes nacionales, vacaciones en la Costa Blanca y son viajeros habituales en verano. Además, sus intereses son Actividades al aire libre como senderismo y Kayak y tienen intereses en destino con Playa.

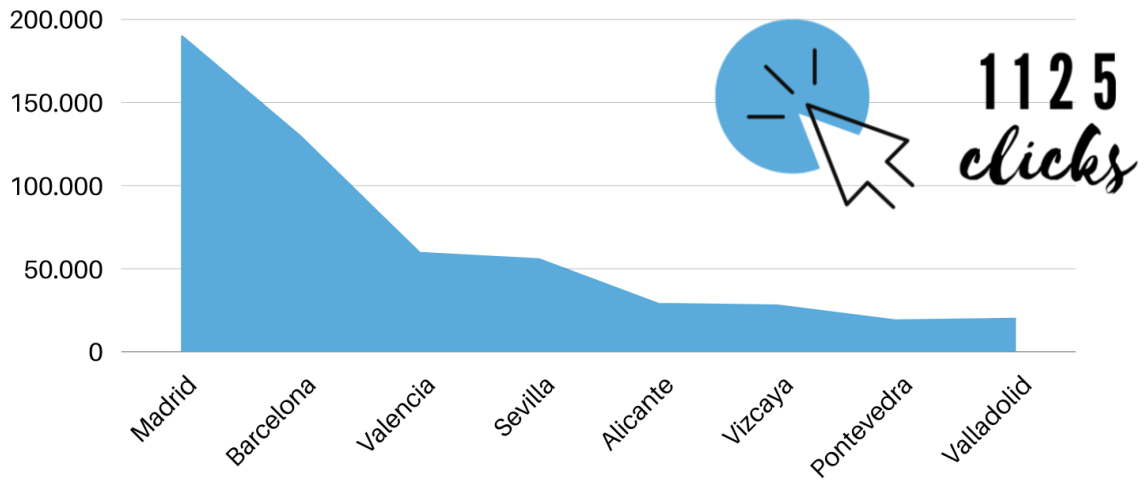
Cuyos resultados fueron los siguientes:

- **Benissa Turismo**

Nombre del conjunto de anuncios	Me gusta de la página	Reproducciones de video	Alcance	Impresiones	Clics	CTR	Importe gastado
Benissa (Fans)	1310	56.051	26.904	109.163	3.130	2,87%	345,03
Benissa (Reproducción)		89.302	19.244	90.515	101	0,11%	846,74 €



La procedencia de la audiencia fue principalmente de:



Sitios donde se mostró los anuncios:

www.valenciabonita.es

www.viajablog.com

www.alicante-airport.net

www.soyviajero.com

<https://es.hoteles.com>

www.vidademadrid.com/es

www.diarioinformacion.com

<https://latribunadelpaisvasco.com>

<https://lostraveleros.com>

www.elperiodic.com

www.elconfidencial.com

<http://telemadrid.es>

www.losviajeros.com

www.elviajerofisgon.com

www.descubrir.com

www.thinkspain.com

<https://tugranviaje.com>

<https://okdiario.com>

www.eldiariocantabria.es

[www.euroresidentes.com/viajes/fines de semana/](http://www.euroresidentes.com/viajes/fines_de_semana/)

www.cadena100.es

www.expansion.com

www.elmundo.es

<https://catalunyadiari.com>

13

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

Comarca y local

Revistas y Publicaciones online:

-Guía menjar bé a les Comarques centrals en Español, inglés y valenciano: Reportaje con el objetivo de apoyar las iniciativas de productores, mercados, puntos de venta y restauradores que valoran la cultura gastronómica del territorio.



- **Revista Digital Canfali.** Se publicó un reportaje donde se anunciaban las 8 que se pueden hacer sin moverse de Casa. En pleno confinamiento, se decidió difundir esta propuesta en diferentes medios.

Ocho propuestas de promoción turística que puedes hacer sin moverte de casa

Viajar sin equipaje ni horarios

DIDAC VENGTU
 Ocho, alcalde de Benissas desde 1954 a 1967. Para promocionar la ciudad, en 1959 se celebró la primera edición del Festival Internacional de la Canario, por el que pasaron numerosos artistas como el Dúo Domínguez, Raphael, Dúo Los Lomas, Julio Iglesias, Karimio Víctor Manuel, además, por aquellos época se autorizó el uso del bikini en las playas benissas.



Loli Vicens asegura que "queremos transmitir que Benissa sigue en el corazón de las personas"

BENISSA EN CASA

Y como muestra un botón, ocho formas de disfrutar de Benissa en casa. Cuando haces clic en este icono del blog lo primero que ves es el contenido del mar para hacer más real este viaje virtual. El recorrido comienza por la Benissa medieval, con un paseo al sur 360º a través de sus calles, empedradas y sus principales monumentos. El punto de partida es la Plaza del Portal, donde está situado el ayuntamiento. La imagen se lleva luego a la Plaza de España y a la actual Sala Universitaria de la Marina. Te encuentras dentro de la Casa dels Andriús y Casa de Pere Rigau y descubrirás vistas increíbles como si estuvieras allí. Cuando sales se dirige a la Sala del Consell al Museu d'Art Contemporani Salvador Soler. A través de calles estrechas llegas a la Casa Misos Obregon y a vistas por dentro. Otras paradas de parada son el Casal Jove, la Iglesia parroquial y el convento de las Padres Franciscanas. Los productos que se crean elaboran diversas preparaciones como tomates rellenos con ajo, filetes, mallador de bull, burguinos



de cebolla con anchoas, cocas de embudido, cocón de peip y un sándwich de croquet. Incluso puedes enviar las recreaciones de estos platos y se etiquetan en las redes sociales, Facebook, Instagram y Twitter. Otra opción es ponerse un sombrero, el baidador, los baidos y los baidos de coxell para conocer el paseo ecológico y todo los cultivos de la zona de la costa a través de otro tour 360º.

Más ideas para combatir el confinamiento, ahora toca disfrutar con el aroma típico del Mediterráneo tras el de los lavores elaborados por las dos hermanas locales. Y para los amantes del deporte, hay un video completo de la Portineta, una carrera de montaña por la Sierra de Benissa, con la que descubrirás nuevos y antiguos puntos de vista espectaculares. La sexta acción es más relajante y te acercamos a conocer una ensalada o un cordero en el suelo, correr los ojos y disfrutar del sonido de las olas del mar. Además, con el hashtag #BenissaEnCasaOficial se invita a todos los benissas a compartir a través de Instagram Stories las vistas que observas desde sus ventanas. Y si sigues a @BenissaTurisme en las redes sociales puedes jugar a un Quiz tres días a la semana.

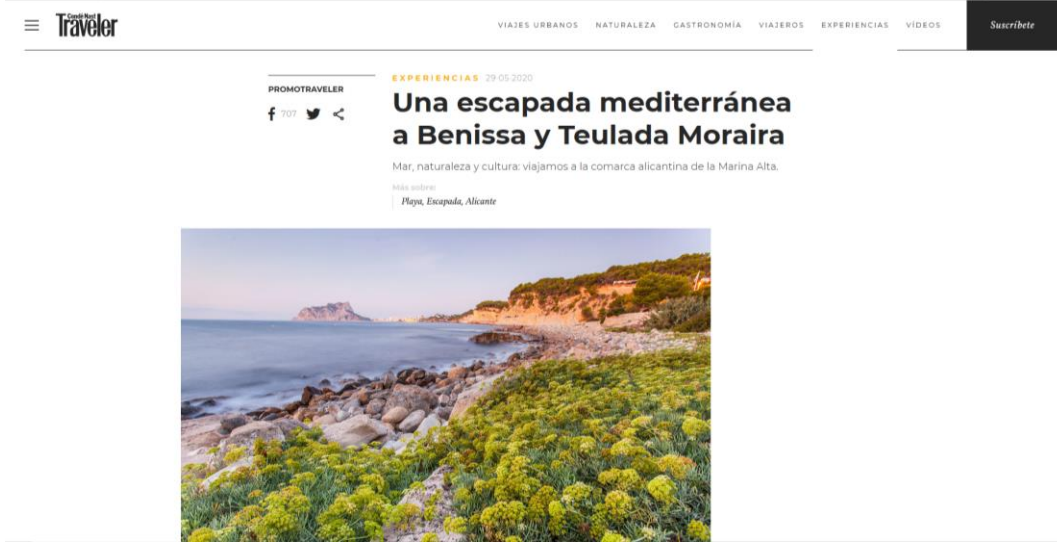
La técnica de Turismo, Loli Vicens, comenta que el objetivo de esta campaña es "demostrar que seguimos trabajando y dando ideas pero en un nuevo formato debido a las circunstancias". "Queremos transmitir el hecho de que Benissa sigue en el corazón de las personas y que sigue viva".

Hacer turismo desde casa no suena nada real. Toda son ventajas porque no hay que salir ni aglomeraciones para visitar cualquier monumento, no hay retrasos de ningún tipo ni prisas para llegar a tiempo. Si Pedro Zaragoza (res, titular de la cultura, es sabedor que puntarías de todo esto. Todo es empezar y digno llevar, nunca



1.3.3. Contratación en revistas online de viajes.
1.3.3.1. Revista Condé Nast Traveler

Se contrató un post en la revista online especializada en viajes Condé Nast Traveler, que con el título: **Una escapada mediterránea a Benissa y Teulada Moraira**, se apostó por contratarla junto con el municipio vecino de Teulada Moraira y unir esfuerzos en la promoción y luego en resultados. La promoción consistió en el post y compartirla en sus redes sociales, obteniendo resultados altamente positivos, con una inversión de 2.232,45€. El Periodo de promoción fue de un mes desde el 29 de mayo hasta el 29 de junio, obteniendo en esas 4 semanas 37.981 páginas vistas, un total de 732.472 impresiones en redes sociales, superando el objetivo de 480.000, y 4.605 interacciones.



1.3.3.2. Revista Al Aire Libre

Se contrató con la revista Al Aire Libre, ya Benissa está apostando en posicionarse en el mundo natural y deportivo. Se insertó vídeo, texto e imágenes de Benissa en este medio especializado de turismo AL AIRE LIBE. Junio 2020. La promoción dotada de 3.000,25€ consistió en:

- REVISTA AIRE LIBRE. Difusión digital:

NEWSLETTER 24.06.2020



256.327
emails



23.735
abiertos

BANNER



62.325
impressions



3.247
clicks

REVISTA AIRE LIBRE difusión digital



250.000
personas afines



1.900
periodistas

inclusión **link** de la revista a
3.500.000



usuarios bono transporte Comunidad de Madrid



27.000 federados

montaña y ciclismo de Madrid

50.000 seguidores

vías verdes



50.000 seguidores

radio viajera

1.3.3.3. Revista Viajar con Hijos

Se creó un acuerdo con el medio digital de Turismo VIAJAR CON HIJOS, con la inserción de vídeo, texto e imágenes de Benissa en tres idiomas: castellano, inglés y francés, por un importe de 2.662€. Junio 2020.

La contratación consistió en:



Revista Viajar con hijos



PUBLICACIÓN EN PAPEL

1 página de publicidad + 2 pág. reportaje



PUBLICACIÓN EN APP

1 página de publicidad + 2 pág. reportaje
+video 30" + geolocalización
+galería de fotos +agenda actividades



PUBLICACIÓN WEB

Reportaje en web > 26.490 visitas



PUBLICACIÓN RRSS

3 menciones en: Facebook, Twitter e Instagram



1.437

interacciones

147

compartidos

17.119

alcance



29

interacciones

637

alcance



65

interacciones

1.487

alcance

*Reportaje en web

Acción 1.4. Programa Viu el Nadal a Benissa



Un programa atípico debido a la situación, con lo que se adelantó la Navidad un mes antes organizando actividades de comerciales, turísticas y culturales, con el fin de reactivar la economía Benissera, atrayendo a turistas de la Comunidad Valenciana. En el programa se realizó una campaña de Navidad comercial con la "Benissa Black Week" seguida de "Comprar a Benissa és un bon regal", el encendido del árbol y un concierto de campanas, además de conciertos al aire libre, exposiciones como "Sublimando plano" o el Belén en el Taller d'Ivars que

incluía visita guiada, talleres de repostería navideña para los más pequeños, cuentacuentos, música en espacios culturales, por empeoramiento de la situación debido al COVID, se canceló muchas de las actividades programadas como visitas guiadas, teatros, etc...

1.4.1. Jornadas Gastronómicas Putxero de Nadal

Se organizaron unas jornadas gastronómicas eligiendo como plato esencial para las fechas el Putxero de Nadal. El periodo de celebración de las mismas fue del 4 al 13 de diciembre, en las que participaron un total de **9 restaurantes** ofreciendo un menú que incluía el Putxero de Nadal por 15 euros durante estas fechas.

Los resultados fueron excelentes, vendiendo un total de 301 menús, donde los días de máxima afluencia fueron los dos fines de semana. La procedencia nacional fue local, Marina Alta y Comunidad Valenciana, lo cual era previsible debido al cierre de la Comunidad Valenciana por la pandemia. En cuanto a la procedencia internacional, fueron residentes procedentes de Alemania, Bélgica y Países Bajos. La edad media de los participantes es de 40 a 60 años.

Se realizó dos promociones pagadas en Facebook e Instagram desde @BenissaTurisme para poder alcanzar a posibles clientes, se lanzaron del 27 de noviembre al 12 de diciembre.

La primera iba dirigida a residentes españoles de la Comunidad Valenciana con una inversión total de 22.57€, el video promocional llegó a unas 7.318 personas, realizando 718 clics al enlace, y reproduciéndose 10.597 veces, de los cuales un 81% fueron mujeres.

La segunda, dirigida a residentes de la C. Valenciana extranjeros, de habla inglesa y francesa, invirtiendo 22,74 €, con un alcance de 7.998 personas, con 503 clics en el enlace y 10.923 reproducciones.

JORNADAS GASTRONÓMICAS PUTXERO DE NADAL 2020 (4-13 DE DICIEMBRE 2020).

PROCEDENCIA NACIONAL
BENISSA
MARINA ALTA
COMUNIDAD VALECIANA

PROCEDENCIA INTERNAC.
ALEMANIA
BÉLGICA
PAÍSES BAJOS

EDAD MEDIA CLIENTES
40 A 60 AÑOS

9 RESTAURANTES ➔ **301 MENÚS VENDIDOS**

DÍAS DE MAYOR AFLUENCIA: Fin de semana

¿COMO SE HAN ENTERADO DE LAS JORNADAS?

- Propio restaurante
- Redes sociales de @BenissaTurisme y @Benissa.Ajuntament
- Carteles y folleto
- Oficina de Turismo
- Redes sociales del propio restaurante

PROMOCIÓN POR PARTE DE LOS RESTAURANTES:
 5 de 9 restaurantes han realizado promoción de las jornadas.

PROMOCIÓN EN FACEBOOK @BENISSATURISME. 2 promociones

- Público Español. Procedencia de la CV. Inversión total: 22,57€
 Alcance: 7318 | Clics enlace: 718 | Reproducciones: 10.597
- Público: residentes habla francesa e inglesa. Inversión: 22,74€
 Alcance: 7.998 | Clics enlace: 503 | Reproducciones: 10.923

Benissa Turisme
 Publicidad · 9

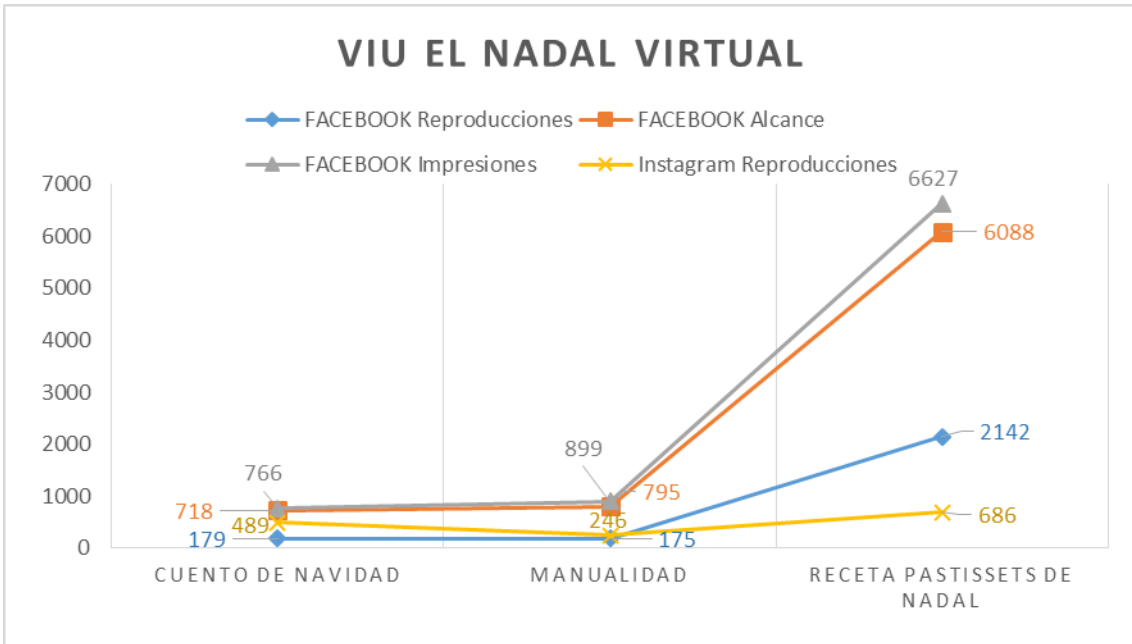
Si eres #foodie, ¿eres de los nuestros? Degusta uno de nuestros platos más típicos navideños en las Jornadas... Ver más

www.BENISSA ES: PUTXE...
Jornadas gastronómicas "Putxe..." MÁS INFORMACIÓN

6 comentarios 18 veces compartido

Acción 1.5. Programa Viu el Nadal Virtual

Tras la temporada alta y un otoño activo, se pensó en realizar un programa de Navidad virtual ya que el invierno se estaba complicando en cuanto al COVID-19. Así poder ofrecer algunas actividades que muchas personas no iban a poder disfrutar en directo por confinamiento. Se crearon 3 videos programados durante la semana de Navidad, con la colaboración de la Panadería Navarro, la academia TAKATUKA y Pura Planells, una benissera colaboradora asidua de Benissa Turismo.



Utilizando los hashtags

#NadalABenissa #NavidadEnBenissa #NadalaBenissaVirtual

#NADALABENISSA



facebook

8 posts

16.360
18.151
25
60

TWITTER

9 posts

1.496
RT 4
1
19
59

Instagram

4 posts

11.251
11.843
15
635

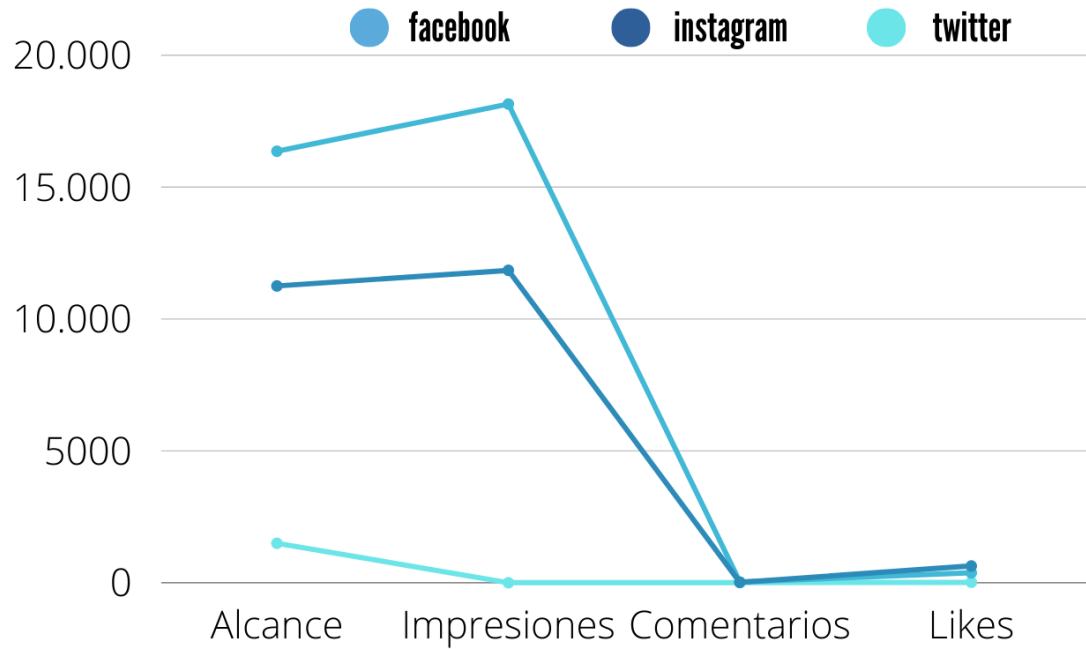
publicaciones externas

6 posts

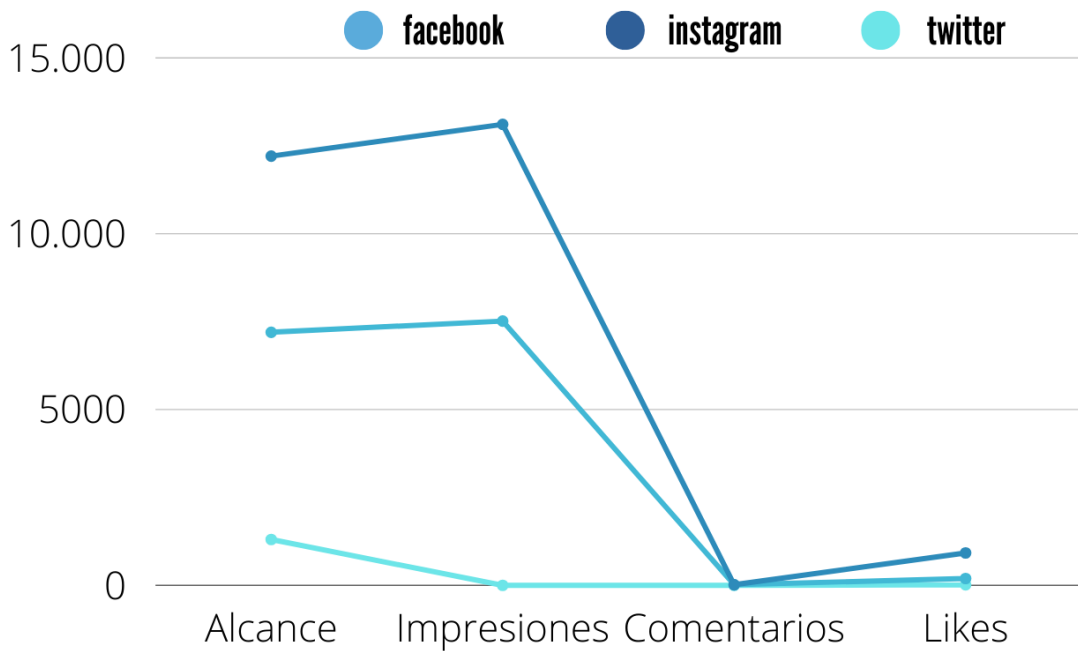
316

- ALCANCE
- IMPRESIONES
- COMENTARIOS
- COMPARTIDOS
- LIKES
- INTERACCIONES

#NADALABENISSA



#NAVIDADENBENISSA



Acción 1.6. Otras Acciones

1.6.1. Blog

Este 2020 se han podido publicar un total de 4 posts en el Blog de www.benissa.es. El objetivo de crear un Blog en nuestra web es para aumentar el posicionamiento de nuestra web.

Sant Antoni: unas fiestas muy arraigadas en Benissa

La feria de sant Antoni es muy conocida por los alrededores de Benissa, es una de las más grandes de la Comunidad Valenciana, una feria única que te recomendamos visites.



[3 fines de semana diferentes en Benissa: Fira i Porrat de sant Antoni](#)

Total visitas: 44
Visitas únicas: 37
Usuarios: 37
Nuevos Usuarios: 11
Sesiones: 11
Porcentaje rebote: 40%
Núm. De días con visitas: 35

[Benissa, el mejor lugar donde ver los almendros en flor](#)

Total visitas: 44
Visitas Únicas: 44
Usuarios: 49
Nuevos usuarios: 24
Sesiones: 31
Porcentaje rebote: 61%
Núm. De días con visitas: 32



La floración del almendro

Benissa cuenta con un gran término municipal, lo que facilita que se pueda observar este cultivo en muchas partes.

Dónde podemos disfrutar de los **almendros en flor**?

En Benissa podemos ir por la carretera Benissa-Benimarcos y disfrutar de sus almendros en flor. Un paisaje maravilloso de abril a fotografía. Otras cosas que te encantarán por sus almendros en...

Las mejores propuestas para quedarte en casa:

1. Un viaje a la época medieval para descubrir la Benissa medieval

Visita nuestro **centro histórico medieval** desde tu salón. #QuédateEnCasa, ponte tus bambas y disfruta de nuestras callejuelas empedradas. Recorrerás los monumentos más importantes y calles en un **tour 360°**



[8 formas de disfrutar de #Benissa en casa](#)

Total visitas: 1.698
Visitas únicas: 1.351
Usuarios: 1.215
Nuevos usuarios: 808
Sesiones: 1.127
Porcentaje rebote: 93%
Núm. De días con visitas: 164

No te quedes sin tu Navidad

No te quedes sin tu Navidad

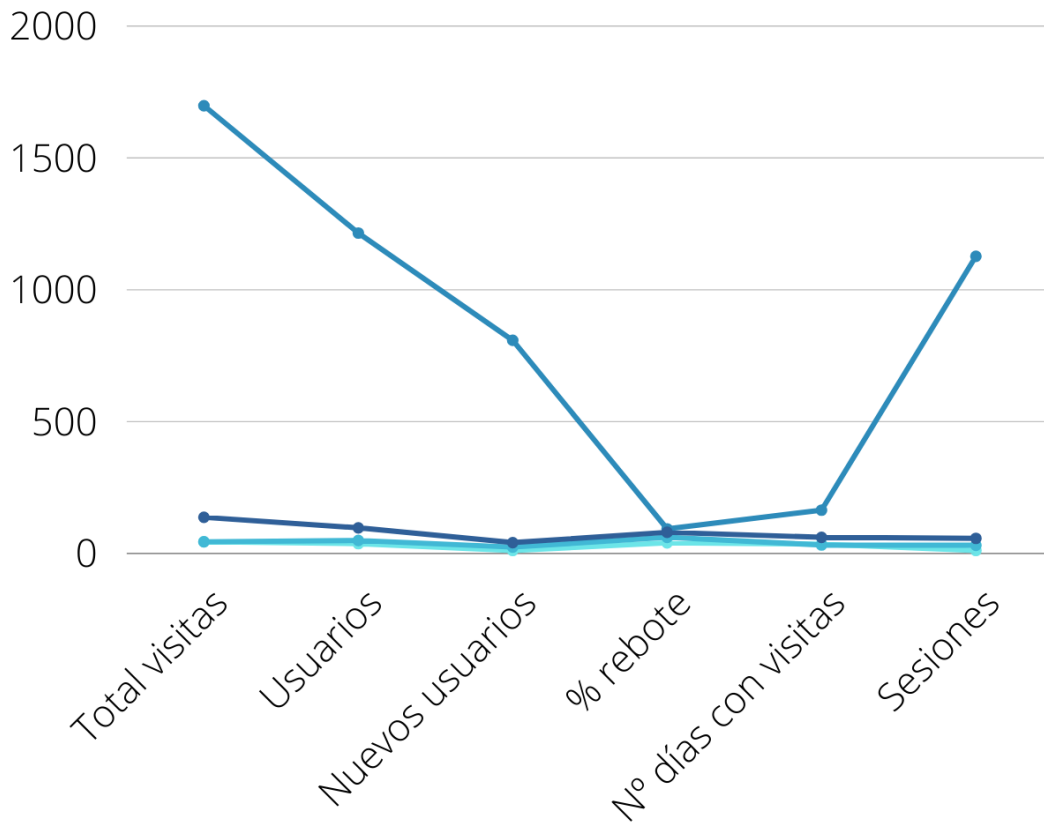
Total visitas: 137
Visitas únicas: 117
Usuarios: 97
Nuevos usuarios: 41
Sesiones: 57
Porcentaje rebote: 80%
Núm. De días con visitas: 61



Llega la Navidad a Benissa el mes de noviembre para que tengas más tiempo para vivir esta Navidad diferente pero muy especial. Te proponemos que vivas nuestra "Slow" Navidad, comparte la filosofía 'slow', un movimiento que plantea vivir la vida de una forma más pausada, tomando el control del tiempo, que evite el estrés y permita disfrutar de cada momento y de cada cosa sin prisas.

BLOG 2020

● Fira i Porrat ● Almendros en flor ● Benissa en casa ● No te quedes sin tu Navidad



1.6.2. Día Mundial del Turismo

Benissa celebró el Día Mundial del Turismo con un programa de actividades bajo el título 'Turismo y desarrollo rural'. Las actividades se realizaron durante el fin de semana del 26 y 27 de septiembre, en el que se celebró, el sábado, una visita guiada temática dando hincapié a las tradiciones y el desarrollo rural que ha tenido Benissa. El domingo 27 se organizó un paseo en bici familiar por la 'Ruta dels RiuRaus' con el que se pretendió dar a conocer el patrimonio rural y agrícola de Benissa. El aforo máximo permitido para cada una de las jornadas fue de 20 personas.

La visita guiada temática se completó, procediendo principalmente de la Marina Baja, concretamente de Benidorm y Altea, además de Gata de Gorgos, Madrid y Alicante.

Siendo el propio Guía, la oficina de turismo, sus redes sociales y su web, las fuentes principales por las que conoció la actividad.

En cuanto a la Ruta dels Riu Raus en bici, participaron 11 personas, gran parte de ellas locales, de Alcoy y Llíber.

La Radio, el grupo de whatsapp del Ayuntamiento, y el whatsapp de Turismo, fueron las principales fuentes por las que llegó a los participantes la ruta.

Obteniendo:

👤 ALCANCE
📄 IMPRESIONES
❤️ LIKES
🔗 COMPARTIDOS
👁️ VISUALIZACIONES
💬 INTERACCIONES / COMENTARIOS

facebook

👤 2.471
❤️ 32
📄 2.981
🔗 8

TWITTER

👤 502
❤️ 6
👁️ 3
💬 10

Instagram

👤 1.736
❤️ 62
📄 1.632
💬 0



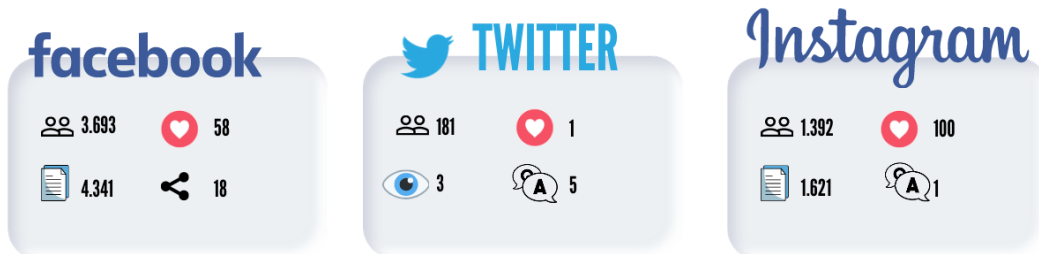
1.6.3. Día Mundial de la Tapa

Con motivo del Día mundial de la tapa, unimos sinergias con los restauradores de Benissa con el fin de aunar esfuerzos y creamos una publicación con un post y las tapas más características de Benissa enviadas por distintos establecimientos de Benissa.



Obteniendo:

ALCANCE
 IMPRESIONES
 LIKES
 COMPARTIDOS
 VISUALIZACIONES
 INTERACCIONES / COMENTARIOS



2. SOL Y PLAYA

Acción 2.1. 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, Deportes y Turismo amplían la oferta de actividades dada la alta afluencia de turistas motivados por el producto "Sol y Playa". Este 2020, no la nueva situación, se han reducido las actividades y el límite de participantes.

2.1.1. Estiu a la Fresca



El programa "Estiu a la fresca" organizado en julio y agosto, ofrece una gran PROMOCIÓN en 3 idiomas de los eventos organizados por los diversos departamentos del Ayuntamiento:

Cultura: Cinema al carrer, exposiciones, teatro al aire libre, conciertos nocturnos como "Música bajo las estrellas", actuación de la banda de música o el ciclo de conciertos de verano, además se amenizó la principal plaza Jaime I, con el fin de aumentar las reservas en los restaurantes y bares de la zona.

Deportes: Deportes en la playa (Yoga y

Pilates).

Fiestas: se cancelaron todas las fiestas debido al COVID-19

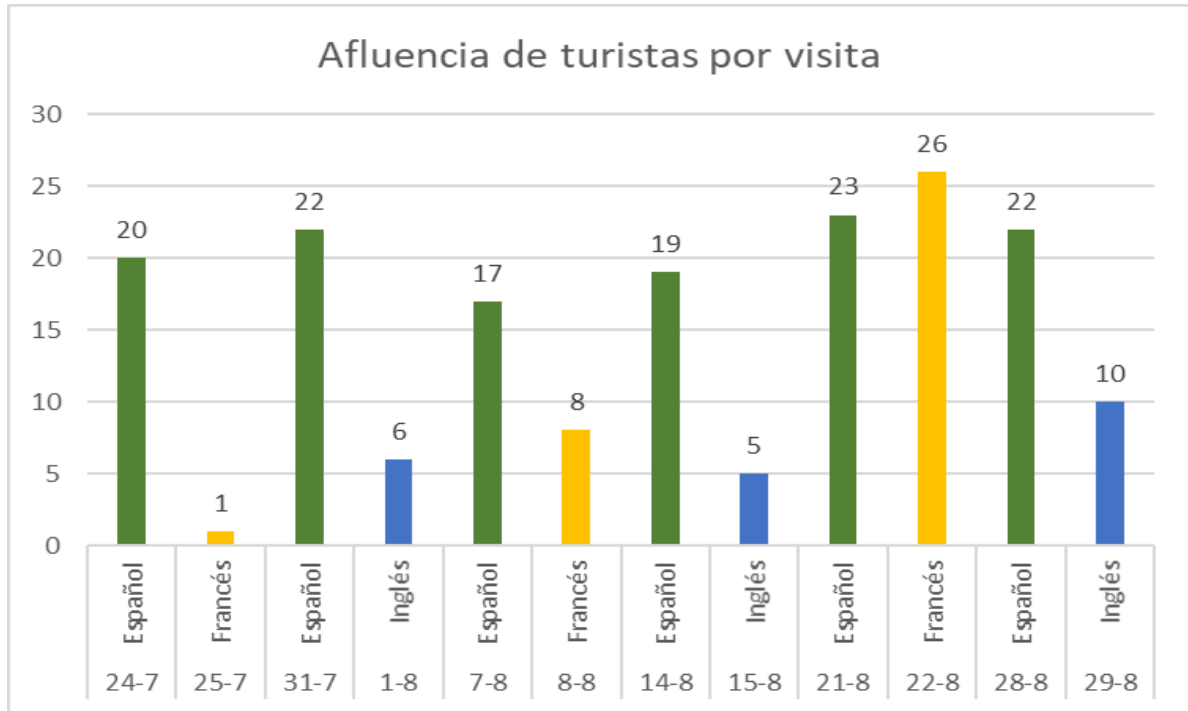
Participación Ciudadana: se cancelaron el Mercat dels Porxes en el centro de Benissa y el Mercat de la Terra, en la playa la Fustera para evitar la afluencia masiva de gente.



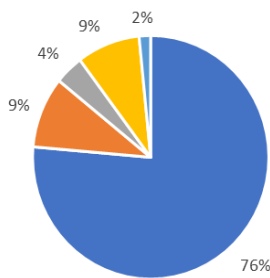
Medio Ambiente: Servicio de silla anfibia, servicio de socorrismo y control de acceso a las playas.

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

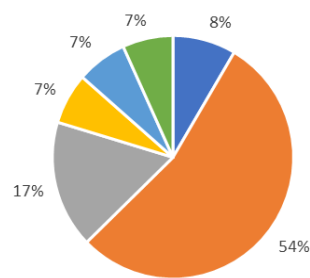
Un total de 12 visitas guiadas: 6 en español, 3 en francés y 3 en inglés. Han participado un total de 179 turistas, siendo 123 de ellos españoles, 35 han participado en las visitas guiadas en francés y 21 turistas a las de inglés.



Procedencia Nacional

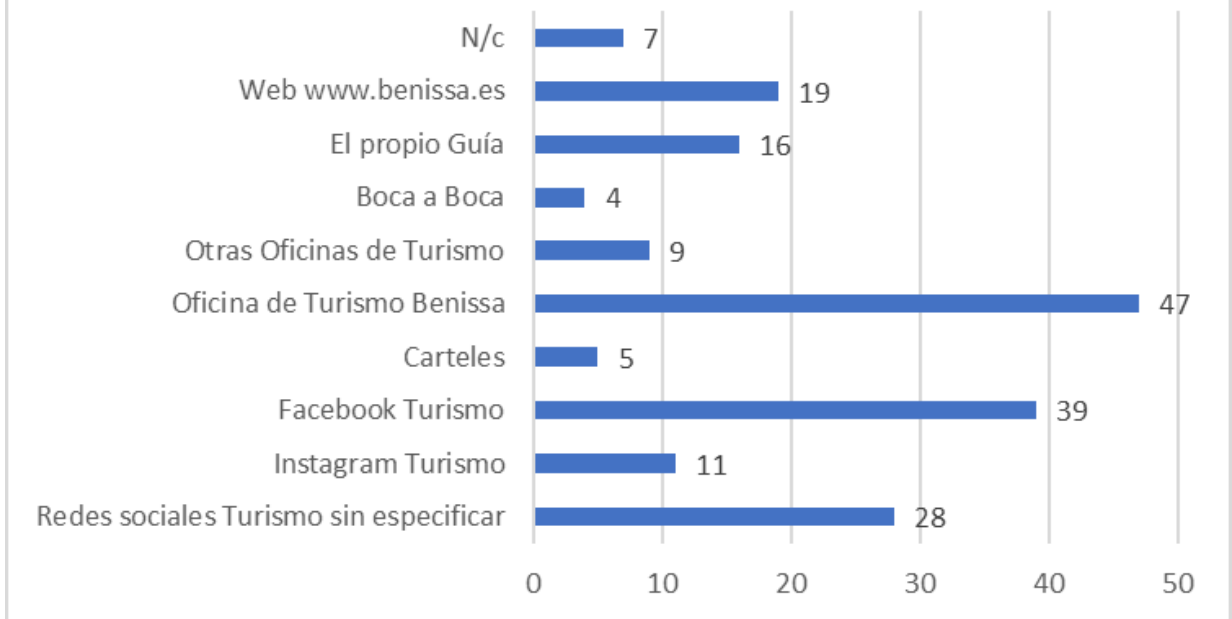


Procedencia Internacional



■ Comunidad Valenciana
 ■ Rioja
 ■ Albacete
 ■ Madrid
 ■ Murcia
 ■ Ingleses
 ■ Francia
 ■ Belgica
 ■ Países Bajos
 ■ Alemania
 ■ Escocia

Medios por los que han conocido las visitas



3. BENISSA GASTRONÒMICA

Con el producto “**Benissa Gastronòmica**” identificamos aquel producto en el que una de las principales motivaciones para la elecci3n del destino es la gastronomía.

Según las estadísticas recopiladas desde las Oficinas de Turismo de Benissa, en el año 2020, la gastronomía es uno de las siete actividades que el turista pregunta 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.

Con la pandemia actual, se ha intentado promocionar de manera online la gastronomía benissera, con el día Internacional de la tapa, así como organizar en la campaña pre-Navideña las Jornadas gastronómicas del Putxero de Nadal, obteniendo una gran acogida.

4. TURISMO CULTURAL.

Acción 4.1. Apoyo a las AAVV, guías oficiales 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 y de Guías Oficiales de la Comunitat Valenciana, para que dispongan de los recursos turísticos visitables abiertos, habilitar plazas para autobuses de los grupos.



Total visitas realizadas y participantes en 2020: 16 visitas guiadas, 3 de ellas gestionadas a principios de año por la oficina de Turismo de Benissa, de las cuales 2 han sido realizadas por guías voluntarios. Total: 274 personas.

Cabe destacar que la mayoría de visitas guiadas se han llevado a cabo durante las programaciones de Estiu a la Fresca.

Acción 4.2. Ruta interactiva con códigos QR por el Centro Histórico



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

que está visitando.

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

franciscano. Cada uno de estos elementos dispone de una identificación acompañada de un código QR que es el que hay 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. **TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO**

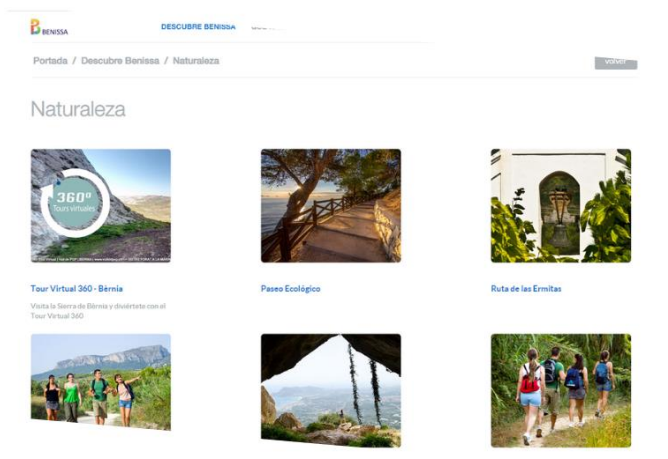
Acción 4.3. Apoyo al desarrollo de Eventos de Turismo Activo y Deportivo.

Benissa Turisme ha colaborado en la IV Edición del Torneo de Golf "La Marina de Ifach", organizado por el Club de Golf Ifach de Benissa.

Las instalaciones del Club de Golf Ifach han sido el lugar elegido para la presentación de la IV edición del torneo de golf "La Marina de Ifach". El evento congregó el día 31 de octubre a cerca de cuarenta golfistas que disfrutaron de un enclave privilegiado para esta práctica deportiva.



Acción 4.4. Difusión de Rutas de senderismo, submarinismo, así como de eventos deportivos a través de soportes Off y On-line.



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

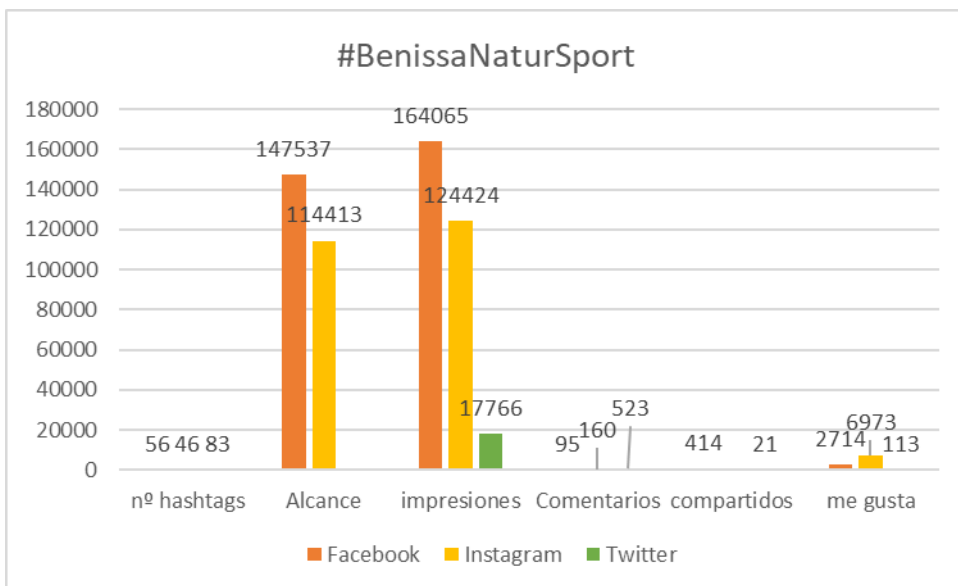
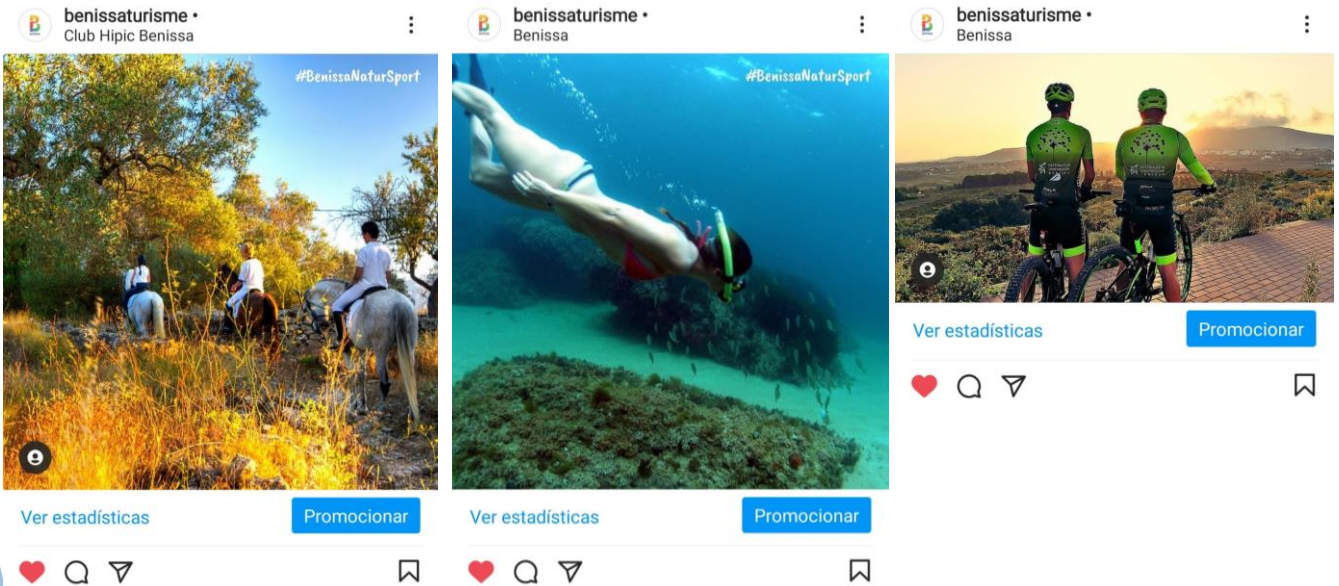
Los soportes on-line son: La Página web de www.benissa.es, Facebook, Instagram y Twitter de Turismo Benissa, páginas oficiales de la Costa Blanca y de la Comunidad Valenciana.

En la página web www.benissa.es, hay una amplia sección de **Naturaleza** donde se incluye: el **Paseo Ecológico**, las 8 rutas de senderismo (la **Ruta de**

las Ermitas, PR-CV 340 **Oltà**, PR-CV 7 **Bèrnia**, PR-CV **La Solana**, PR-CV 388 **Ruta dels Riberers**, SL-CV 136 **Ruta del Molí del Quisi**, **Caminos de piedra y Agua**, PRCV7 / PR-CV 436 **Font de Bèrnia**). Además, en la sección de **Calas y Playas** (con sus características, empresas de deportes náuticos y **6 rutas de "Senderismo subacuático"** (snorkel).

Acción 4.5. #BenissaNaturSport

Además desde febrero de 2020, con el estreno del folleto de NaturSport, el cual se editó con el fin de promocionar todos los eventos deportivos de Benissa de todas las categorías posibles, se comenzó a usar en redes sociales el hashtag #BenissaNaturSport



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", Blackweek, etc.), organizadas por la Concejalía de Comercio al objeto de **dinamizar el comercio de Benissa**; Deportivas, las cuales este año se han suspendido por la pandemia; 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.

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



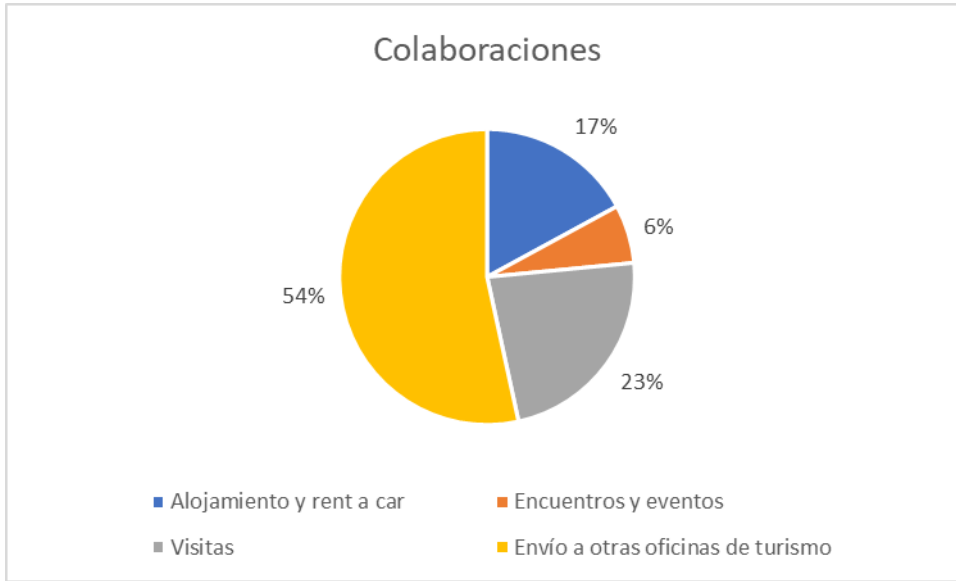
El Departamento de Turismo efectúa a lo largo del año una serie de colaboraciones directas en apoyo a asociaciones, presentaciones, actividades y eventos culturales, deportivos y festivos, establecimientos turísticos u otras empresas turísticas, que tienen lugar durante todo el año en Benissa, al objeto 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, destacar la ausencia de eventos por la pandemia. Se han entregado un total de 1677 ejemplares.

La aportación mayoritaria es a las **empresas turísticas del destino**, tales como Alojamiento, Rent a Car, etc. con un **17%**, seguido de un **23%** para visitas guiadas, **17%** para **encuentros y eventos**, para las **oficinas de turismo** con un 54%, y en menor medida en encuentros y eventos.

- **Visita taller de empleo.** (Febrero). Folletos y bolsas de papel.
- **Homenaje a Juan José Cardona** (10 de febrero). Folletos genéricos, bolígrafos y bolsas de tela de Benissa.
- **UNDEF: Reunión Area 5 UNDEF** (13 de marzo). Bolsas de papel, bolígrafos y genéricos.

- **Torneo de Golf** (13 de octubre) folletos de información genérica.



6. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

En julio de 2020 se presentó el plan de Marketing

31

Acción 6.1. Análisis del Destino

Modelo dual (costa - interior) con separación física muy marcada (10 km.), distribución edificatoria dispersa y alta estacionalidad.

Núcleos de población polarizados (costa residente extranjero-interior residente local).

Modelo turístico de **sol y playa maduro y no segmentado** fundamentado en mucha infraestructura residencial y poca oferta hotelera.

Producto turístico indefinido (muchas ofertas turísticas genéricas pero no convertibles en consumo).

Patrimonio natural protegido sin una adecuada adaptación al uso turístico-recreativo.

Patrimonio cultural con necesidad de intervención, alguno de carácter privado.

Difícil delimitación entre municipios litorales (Calp y Moraira).

Sin un posicionamiento claro en el mercado.

Estrategia de comunicación sin un argumento base (relato turístico).

Empresariado poco profesionalizado, con motivaciones distintas según procedencia, sin estructura asociativa empresarial, sí deportiva muy significativa.

Personal técnico de turismo bien formado, motivado pero poco respaldado

Acción 6.2. Visión, Misión y objetivos del Plan

Visión (Propuesta de lo que se debe ser en el futuro)



Benissa ha de ser un destino fundamentado en su marcado carácter mediterráneo, auténtico en lo que respecta a su identidad natural y cultural, abierto y cercano, donde vivir experiencias en la calle, en la montaña, en el mar, siempre al aire libre.

Misión (Marco de referencia que debe orientar las acciones)



Se asienta en la coordinación y colaboración entre actores públicos, privados y civiles para conformar una marca-destino de referencia en experiencias activas multiproducto.

Objetivos



- OJ.1** Posicionar a Benissa como destino para la práctica de actividades deportivas al aire libre durante todo el año
- OJ.2** Articular los recursos naturales (mar y montaña) para conseguir una oferta experiencial de base territorial asentada en el carácter propio de su orografía.
- OJ.3** Activar los recursos culturales y gastronómicos para su conversión en productos turísticos complementarios
- OJ.4** Diversificar la composición de la demanda en función de la estación
- OJ.5** Fomentar la colaboración público-privada para el desarrollo de productos tructores al destino
- OJ.6** Diseñar un relato turístico coherente que conecte la comunicación de todos los canales de difusión
- OJ.7** Impulsar la creación de estructuras empresariales asociativas que mejoren el posicionamiento y la comercialización de productos gastronómicos

Acción 6.3. Ejes sobre los que se asienta el Plan

La propuesta a futuro para Benissa es convertirse en un espacio donde vivir experiencias en la calle, en la montaña, en el mar, siempre al aire libre. Y esta visión se fundamenta en su marcado

carácter mediterráneo, auténtico en lo que respecta a su identidad natural y cultural, abierto y cercano.



Acción 6.4. Ejes, programas y principales actuaciones



LE1

Línea Estratégica 1 Cogestión del turismo

El desarrollo de actividades enfocadas al turismo requiere, necesariamente, de una coordinación entre departamentos del ayuntamiento, y de la colaboración de estos con asociaciones deportivas y actores empresariales.



LE2

Línea Estratégica 2 Producto y segmentación

Redefinir y ampliar la cartera de productos turísticos de Benissa, considerando los atractivos diferenciales del territorio y los targets con mayor capacidad para satisfacer sus expectativas.



LE3

Línea Estratégica 3 Comunicación

Difundir entre el target, instituciones públicas y actores privados la personalidad de Benissa como destino turístico a través de canales online y offline de manera integral y organizada.



LE4

Línea Estratégica 4 Imagen y posicionamiento

Reorientar la imagen de Benissa hacia atributos vinculados con la vida mediterránea y, en concreto, a las experiencias al aire libre (actividades deportivas en la montaña, actividades culturales en la calle, actividades de ocio en el mar).



LE5

Línea Estratégica 5 Distribución

Poner a disposición del mercado una oferta coherente con la temporada para facilitar el consumo de experiencias turísticas en Benissa.



LE6

Línea Estratégica 6 Inteligencia y monitorización

Incorporar nuevas fuentes de información para la mejora de la toma de decisiones en la gestión del destino.



ACCIONES DE PROMOCIÓN GENERAL Y GESTIÓN TURÍSTICA

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:

7. FILM OFFICE

La Oficina de Turismo es la responsable de gestionar la Benissa Film Office, desde donde se presta apoyo a las productoras y medios de carácter audiovisual que se decidan a localizar su proyecto en este pueblo con encanto y carácter mediterráneo, ya sean películas, series, programas u otro formato.

2020 ha sido un año difícil para este sector, aunque se ha contado con algunas empresas productoras que han necesitado nuestros servicios.

Muchas de las productoras contactan con Benissa Film Office para interesarse por localizaciones especiales, teniendo en mente también algunas de otros municipios con lo que, el Departamento de Turismo inicia las gestiones pertinentes, aunque finalmente no lleguen a producirse.

Se han recibido 8 solicitudes de las cuales, 3 se han llevado a cabo hasta el final.

Las empresas que han trabajado en Benissa son las siguientes:

Calzados Lola Cruz.



La prestigiosa marca de calzado Lola Cruz, contó con nosotros para la gestión de la realización de un shooting en nuestra costa.

Loving CV



El programa de televisión Loving Comunitat Valenciana del canal À Punt, solicitó nuestro servicio de gestión Film Office para grabar un programa para conocer nuestra gastronomía y cultura.

El Mirall de la Marina

La revista digital el Mirall de la Marina contó con el apoyo de Benissa Film Office ara rodar un reportaje visual llamado "Paso a Paso", el cual se estrenaron con Benissa, dando a conocer el Paseo Ecológico local, seguidamente realizaron uno posterior de la Ruta de las ermitas.



<https://www.facebook.com/531561850335685/videos/305089627338813/>



<https://www.facebook.com/531561850335685/videos/623740848345398>

8. 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 8.1. 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 22 al 26 de enero 2020. 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 2020 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.



El stand de Benissa tuvo constantes visitas durante los cinco días de feria. Los tres primeros días (miércoles jueves y viernes) estuvo dirigida al público profesional y fueron más tranquilos.

Se creó una campaña de un sorteo de un fin de semana para dos personas durante las fiestas de moros y cristianos de Benissa, promoción que se ha realizado durante toda la feria, pero que la mayoría de las participaciones se concentraron el sábado, obteniendo un total de 163 participaciones.

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 Casa Cantó y Restaurante Giró donde nos hablaron de la gastronomía Benissera así como también explicaron la elaboración de



dos de los productos allí servidos; la coca de sobradada y Restaurante Giró con el caspellet de morcilla, todo ello acompañado con el vino tinto Terra Fiter del Celler Joan de la Casa. Esta presentación contó con el apoyo técnico y logístico de la empresa HostelBe.

- **Presentación del Folleto NaturSport**, una atractiva oferta deportiva ligada al medioambiente y la naturaleza.

Destacar que muchos de los asistentes desconocían la existencia de Benissa, pero al indicarles la situación y que ofrece el municipio, se interesaron mucho.

9. COVID

Tras la incertidumbre del inicio de la pandemia, el Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, comenzó a dinamizar el contacto con el empresariado turístico del municipio, con el fin de apoyarles e informarles de la situación y trabajar conjuntamente. Es por ello que se realizaron diferentes acciones que detallamos a continuación:

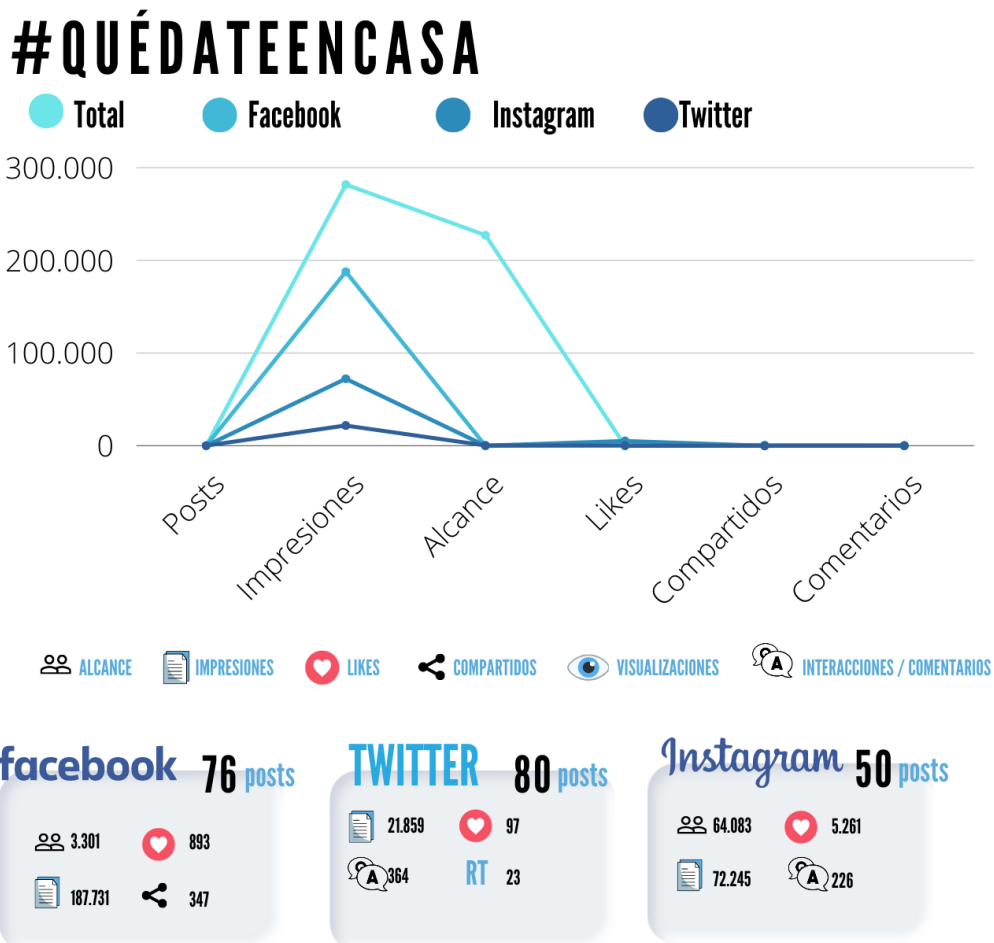
Acción 9.1. Clausura de las Oficinas de Turismo

La circunstancias del momento obligan al cierre de las dos Tourist Info Benissa, el 14 de marzo. Trabajando a partir de entonces online.

Es a partir de ahí cuando comenzamos a usar los hashtags: #QuédateEnCasa y #BenissaSeQuedaEnCasa

#QuédateEnCasa

Se publicaron un total de 206 posts con este hashtag, teniendo un total de:



Acción 9.2. Hostal la Fonda: alojamiento de servicios esenciales

El Hostal la Fonda, situado en el casco urbano de Benissa, prestó servicios esenciales donde únicamente podían alojarse sanitarios, transportistas, fuerzas y cuerpos de seguridad, entre otros.



Acción 9.3. Encuesta al empresariado turístico de Benissa

Se dio difusión a una encuesta al empresariado turístico de Benissa, con el fin de planificar una acción promocional durante el confinamiento.

La respuesta fue muy satisfactoria por gran parte del empresariado, donde empresas de turismo activo, alojamiento, agencia de viajes y restauración principalmente colaboraron estrechamente con el Departamento de Turismo, contestando a un cuestionario de 5 preguntas para conocer mejor la realidad de nuestro sector en ese momento.

Campaña de promoción contigo COVID

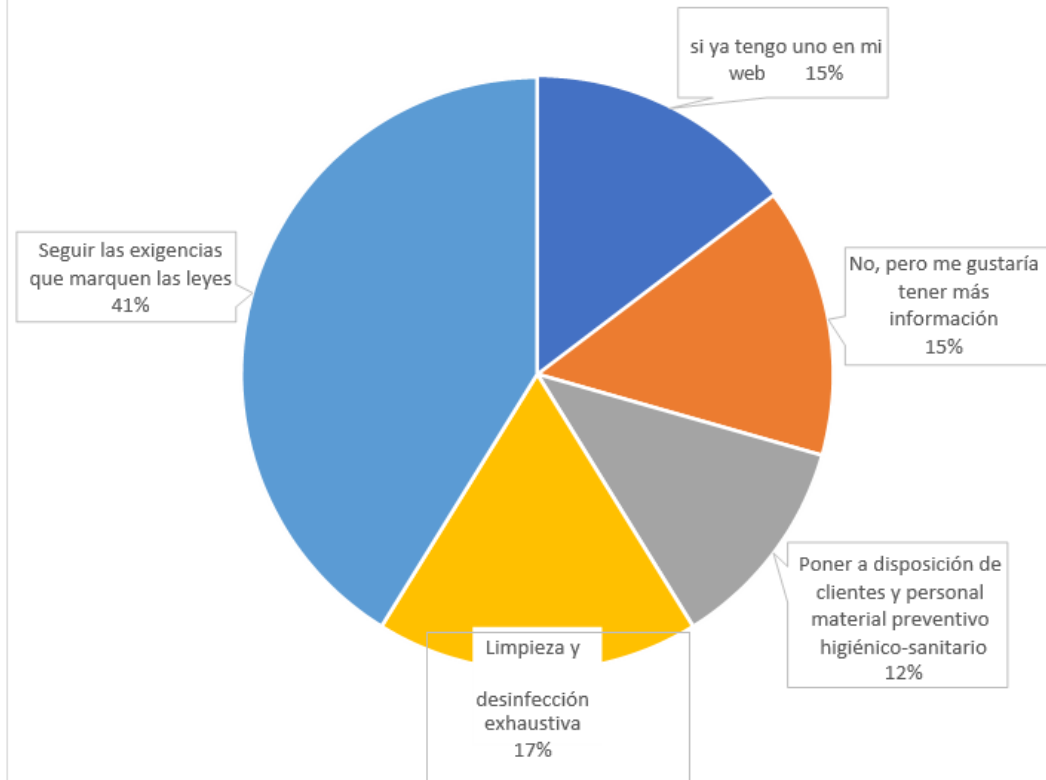
Desde el Departamento de Turismo no paramos y queremos ir preparándonos para cuando llegue el gran día en el que podamos dar de nuevo la bienvenida a nuestros turistas.

Queremos diseñar una campaña de promoción contigo. Por ello nos gustaría que contestaras a estas preguntas para conocer mejor la realidad de nuestro sector en este momento.

1. ¿Cómo prevés la reapertura de tu establecimiento cuando las autoridades levanten el confinamiento de tu sector? Explica brevemente en qué condiciones y cómo tienes previsto llevarlo a cabo.

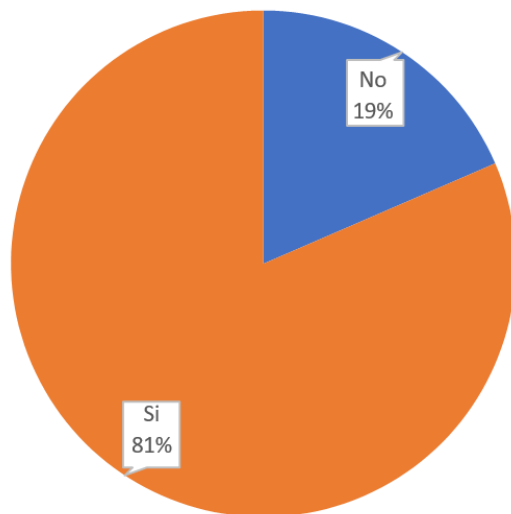


2. ¿Estás trabajando ya o tienes previsto hacerlo en breve en un Plan de Contención de la COVID- 19 que abarque principalmente medidas higiénico-sanitarias a aplicar en tu establecimiento/servicio/alojamiento? Explica brevemente y si lo tienes publicado en tu web/blog/RRSS adjunta el enlace.



42

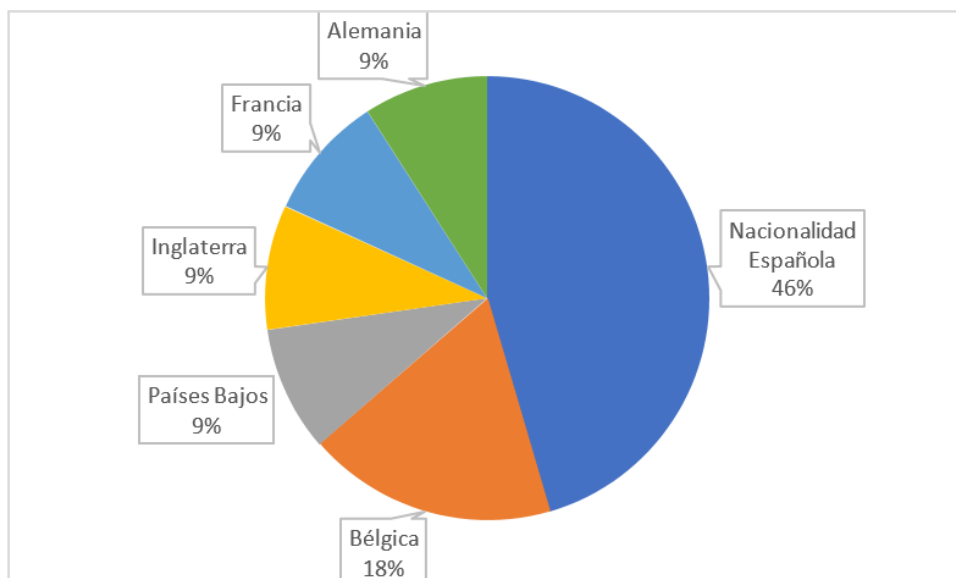
3. ¿Estás practicando la escucha activa en tus RRSS y web? En caso afirmativo, ¿cuáles son los comentarios o feed back más relevante? ¿Cuáles son las consultas más habituales y qué tipo de publicaciones son las que más gustan a tus clientes en estos momentos de confinamiento?



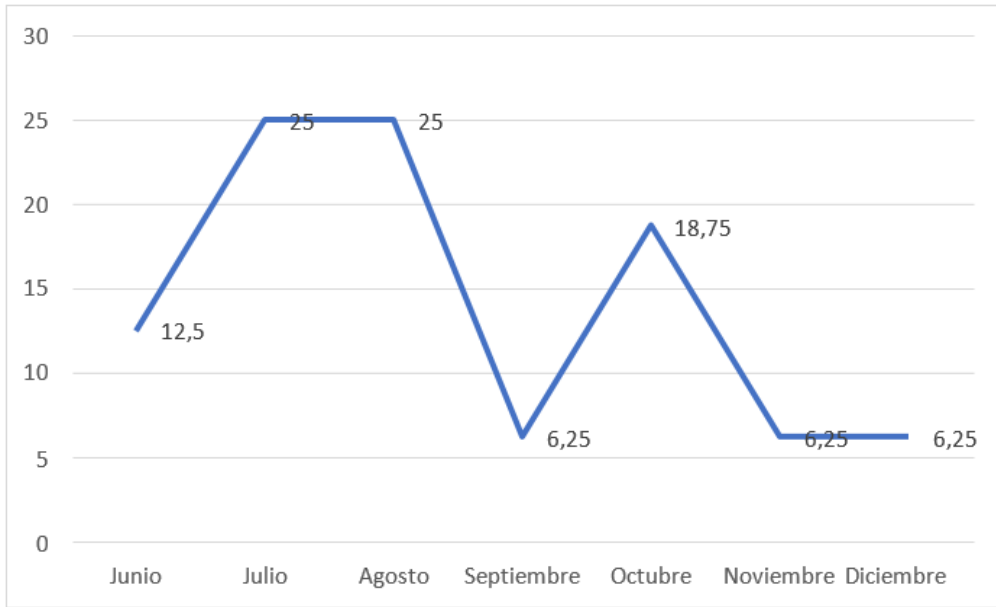


4. En caso de ser alojamiento/oferta complementaria, ¿Estás recibiendo ya consultas sobre posibles reservas? En caso afirmativo, ¿para qué fechas concretas están preguntando? ¿Qué procedencia y segmento (edad, tipología)? Explica brevemente. Si no eres una de esas modalidades tan sólo escribe ... no soy de esta modalidad

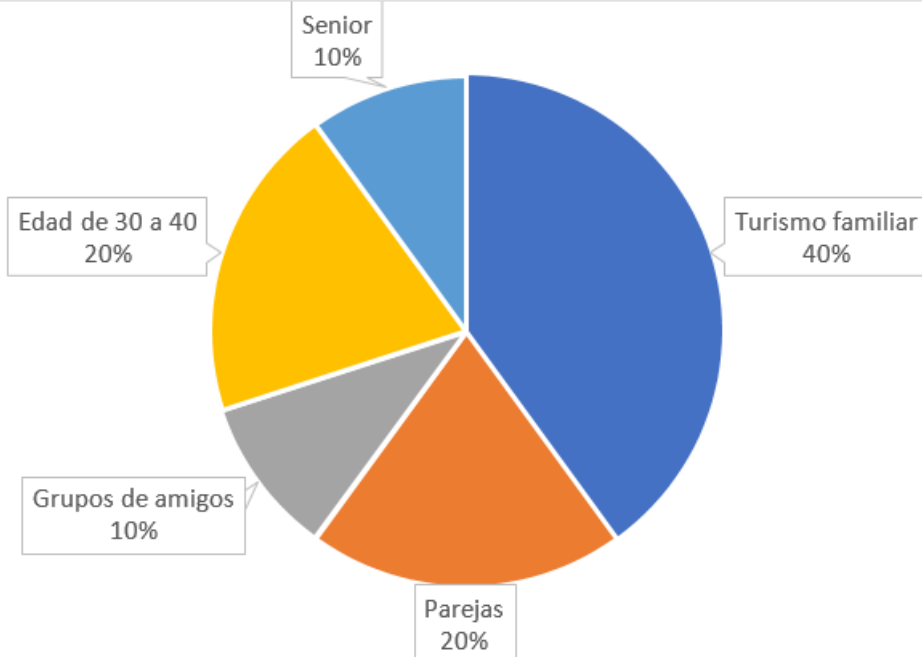
PROCEDENCIA



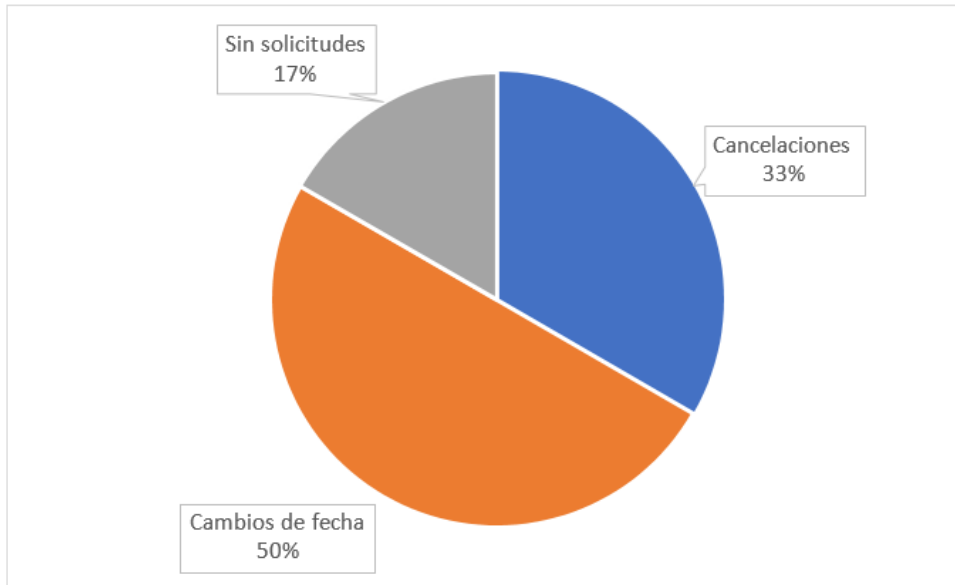
MESES DE PRÓXIMAS RESERVAS EN %



TIPOLOGÍA

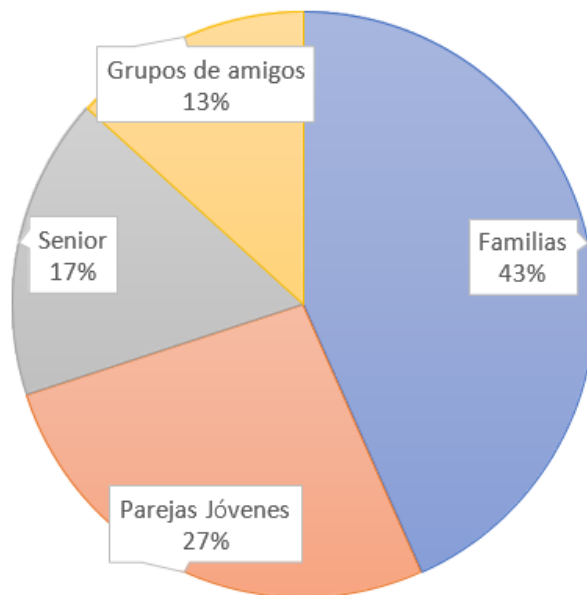


TIPOLOGÍA DE SOLICITUDES

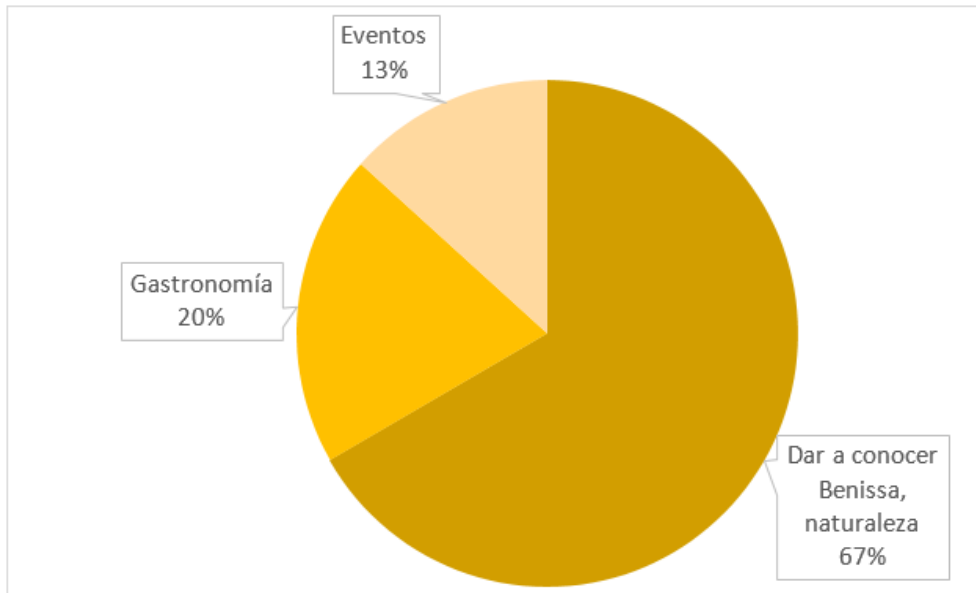


5. En el caso de desarrollar una campaña de promoción a nivel nacional, ¿en qué mercado la harías? Especifica C.A o ciudad concreta. ¿ A qué segmento? Especifica (familias, parejas jóvenes, senior, etc.). ¿Sobre qué contenido debería versar esta campaña? Explica brevemente

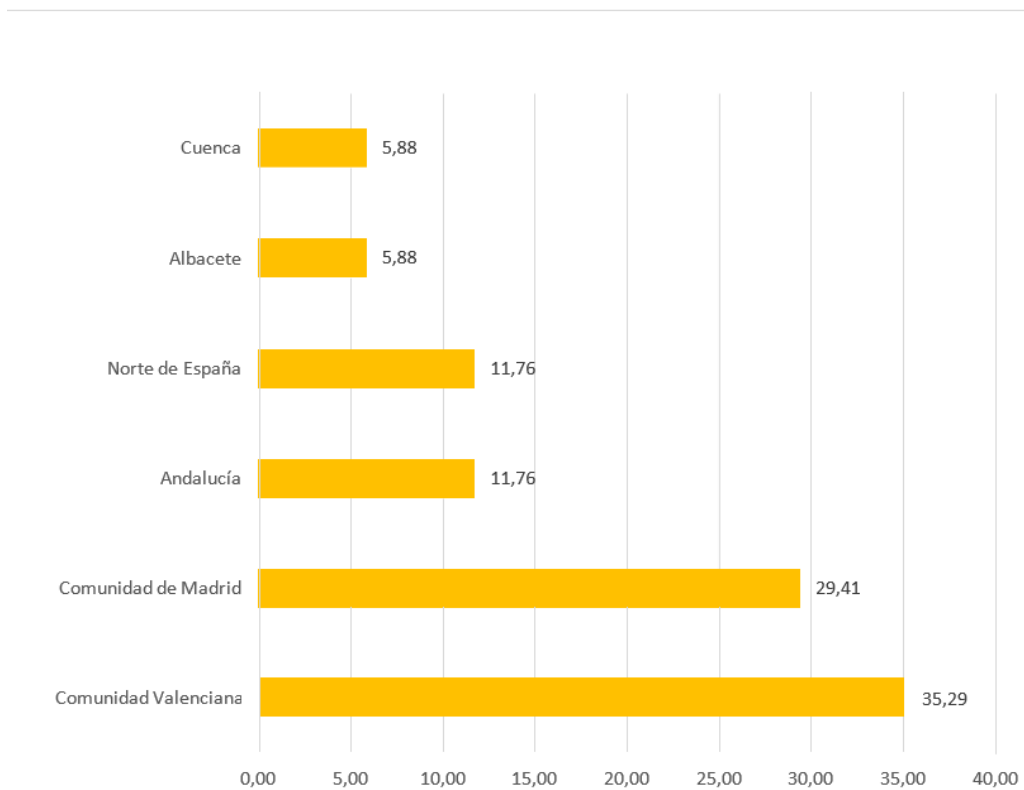
SEGMENTACIÓN



CONTENIDO DE LA CAMPAÑA



MERCADO ESPECÍFICO



Sugerencias o propuestas para seguir trabajando en la promoción turística de Benissa.

Deberíamos buscar potenciales clientes con cierta capacidad adquisitiva, ya que las familias medias que antes venían dudo que se puedan permitir vacaciones este año. Sería interesante llegar a colegios de médicos, abogados etc. Los diferentes gremios tienen respectivos "colegios" donde se podría publicitar nuestro producto.

¿Quizá pensar en algún descuento o promoción para ellos?

Me gustaría saber, que medidas tengo que saber, higiene, etc.. Para estar preparada
No, tengo en esta situación, creo que ustedes son los expertos y los que nos pueden ayudar
creo que siempre
se centran en el centro del pueblo y chiringuitos de la playa y los que estamos en medios somos los olvidadosii

Aconsejaría incluir en la comunicación que Benissa y el interior son mucho menos turísticos que las ciudades costeras. Menos multitudes. Especialmente también fuera de la temporada alta muchas posibilidades.

Caminar, andar en bicicleta, andar en coche por las montañas, agradables terrazas, gente amable, etc. El último folleto ya ofrece algunos.

Las casas de vacaciones con su propia piscina serán sin duda las más solicitadas, ya que estará solo con su familia y tendrá la mejor protección posible. La publicidad de Benissa también debería estar dirigida a esta contingencia. También se debe informar sobre el comportamiento ejemplar de los ciudadanos de Benissa y las buenas medidas de protección.

Acción 9.4. Creación de grupos de Whatsapp

Se creó grupos de Whatsapp por tipos de empresa turística para mantenerles informados en todo momento de las ayudas y de la normativa COVID-19 que iba cambiando gradualmente.

Acción 9.5. Creación de Órgano Gestor de Playas

Se reunió con urgencia un órgano gestor de Playas de Benissa en el que los departamentos de Seguridad, Medio Ambiente, Turismo, Comunicación y el Servicio de limpieza y mantenimiento, trabajaron conjuntamente para la puesta a punto de las playas, ya que además, anteriormente, tras los fenómenos Dana y Gloria, las playas Advocat y Fustera quedaron con importantes daños. Desde el Departamento de Turismo, conjuntamente con el Departamento de Medio Ambiente, participaron en numerosos webinars sobre los protocolos de los planes de contingencia de las playas. Han estado en contacto con Consellería de turismo de la Comunitat Valenciana y el Patronato de Turismo de la Costa Blanca con el fin de poder elaborar un protocolo para nuestro municipio.

La concejalía de Turismo participó activamente en reuniones del órgano gestor de playas para poner en marcha los planes de contingencia.

Realizando la apertura de playas el día 1 de junio, realizando un seguimiento de las mismas con el fin de mantener, controlar y difundir la normativa, el aforo y el funcionamiento.

La Policía, con el apoyo de Protección Civil de Benissa y junto a la contratación de controladores con la empresa que actualmente vigila en Benissa la Playa la Fustera, se creó un equipo de vigilancia en las playas de Benissa con el fin de controlar el espacio de las mismas para evitar la conglomeración de turistas, se cerraba el acceso a las playas cuando el aforo alcanzaba el máximo establecido. Además, se instaló señalización específica con motivo del COVID en todas las entradas.

Asimismo, el 10 de junio, se recibió 5 banderas azules: Aula de la Mar, Club Náutico les Bassetes, Playa la Fustera, Paseo Ecológico por la costa de Benissa y Salvamento y socorrismo, esta última, fue una nueva adquisición adquirida únicamente en 4 municipios de España.



Acción 9.6. Apertura de las Oficinas de Turismo

Tras tres meses de teletrabajo intenso, la Red Tourist Info, concretamente las oficinas de turismo de la Marina Alta, se pusieron de acuerdo para poner fecha de apertura conjunta. Con lo que el 15 de junio, con todas las medidas de seguridad a punto, las oficinas de Turismo de la Marina Alta, abrieron de nuevo sus puertas.



Acción 9.7. Sello Turismo Responsable

El viernes 19 de junio el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo sacó el "Sello de Turismo Responsable" Se trata de un sello que informa acerca de que el establecimiento turístico sigue las directrices de las guías publicadas para evitar el contagio del coronavirus de clientes, trabajadores y residentes.

La concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benissa solicitó dicho sello para las dos oficinas de turismo municipales y al mismo tiempo ayudó a gestionar al empresariado turístico el mismo.

Una vez tramitados se les facilitó el sello impreso en vinilo a cada una de ellas.



Acción 9.8. Bono viaje Comunitat Valenciana

Tras la publicación en el DOGV del Bono Viaje, del gobierno Valenciano. Los residentes de la Comunitat Valenciana podían recibir hasta un 70% de descuento en su próxima escapada. El bono viaje se podía disfrutar del 20 de octubre al 31 de diciembre de 2020.

Por lo que desde Benissa Turismo se les informó y asesoró a los empresarios del municipio para que se pudieran adherir y beneficiarse de este programa. Adhiriéndose en total de 5 empresas. Además de crear un apartado especial además de banner en portada de la web, con el fin de atraer a turistas. En esta primera oleada de reservas se han conseguido 2.

<https://www.benissa.net/ver/2659/bono-viaje-en-benissa.html>

Bono viaje en Benissa

Empresas adheridas al Bono viaje de la Comunidad Valenciana

ViatgemCV . Bono turístico de la Comunitat Valenciana



Acción 9.9. Medidas COVID en web

Se facilitó toda la normativa relacionada en un apartado específico en la web, donde se ha ido actualizando toda la normativa municipal a cerca de las restricciones y buen hacer durante la pandemia, además de la normativa Nacional y de la Comunidad Valenciana.

<https://www.benissa.net/ver/2720/recomendaciones-covid-19.html>



10. SOCIAL MEDIA

Acción 10.1. 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 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 10.2. 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 10.3. 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.

10.3.1. Facebook

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



Segmentación de los posts

Posts sin promoción

Se han creado 401 post orgánicos.

Post promocionados

Se han creado 5 post con inversión.

Impresiones

- Orgánicas: 1.144.609
- Virales: 470.902
- Pagadas: 32.947

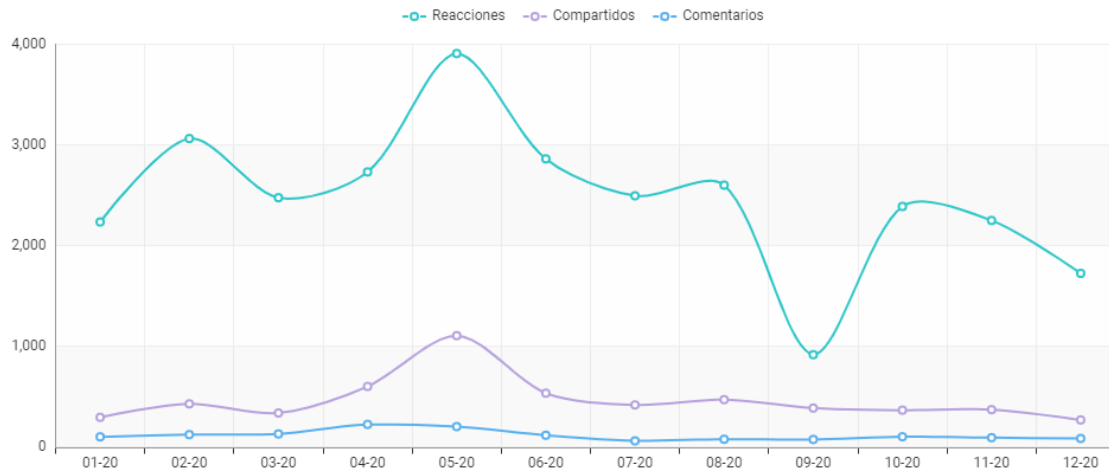
Alcance

- Orgánico: 1.018.713
- Virales: 416.378
- Pagado: 18.436

Visitas al perfil

A diferencia de un año normal, este atípico año, se observa un notable pico de likes en el mes de mayo, que coincide con alguna campaña de MK online, febrero y agosto, en cambio, se compartieron más los posts en el mes de mayo.

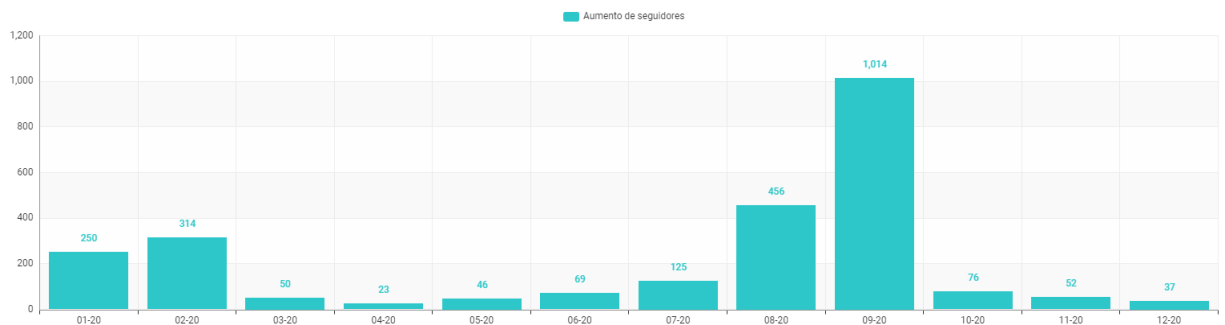
Evolución de acciones



Seguidores

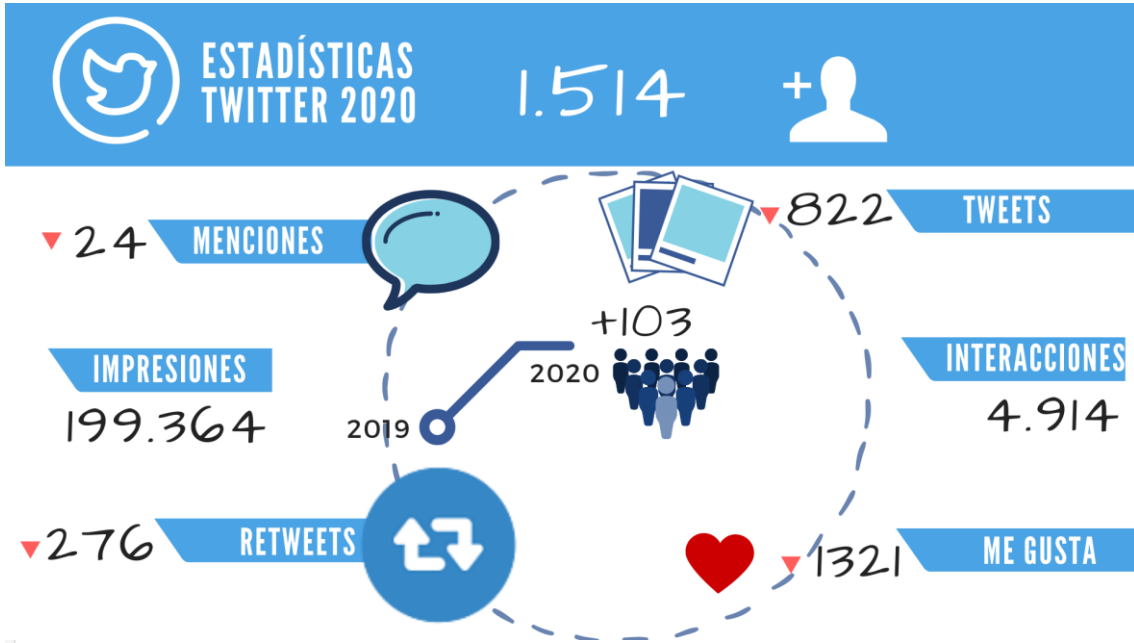
Los meses donde más número de seguidores ha obtenido la página de Facebook Benissa Turisme ha sido en septiembre, agosto, febrero y enero.

Aumento de seguidores

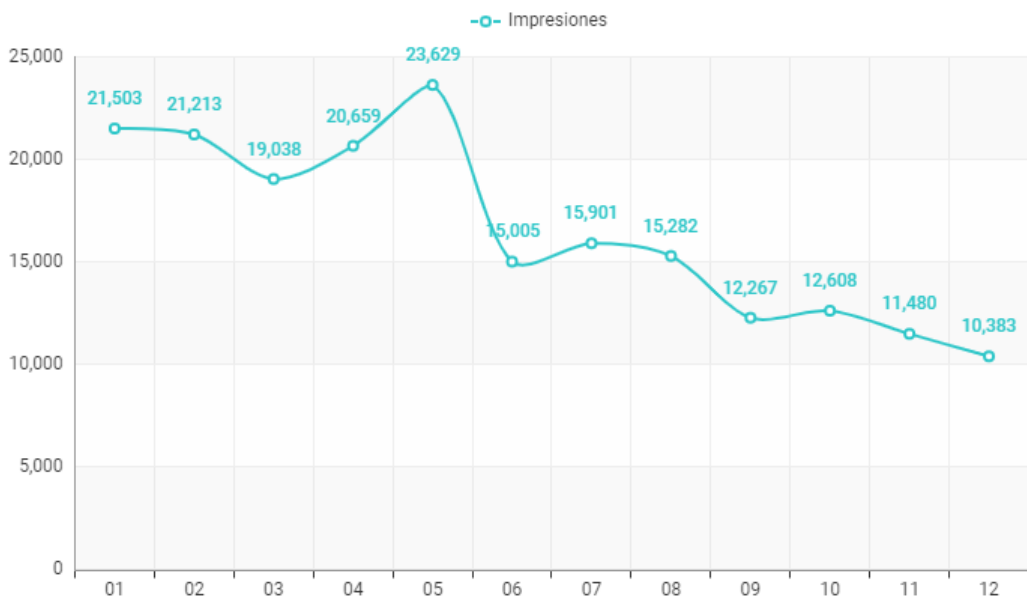


La procedencia de nuestros fans internacionales es de Bélgica, Reino Unido, Grecia, Francia, Países Bajos, Alemania, Argentina, Suiza e Italia. En cuanto a nuestros fans nacionales proceden de Benissa, Comunidad Valenciana (Valencia, Alicante, Denia, Teulada, Jávea, Benidorm, Gandía, Altea, Jalón, Moraira, Elche, Oliva, Alcoy, Alcira...), Madrid, Barcelona y Murcia.

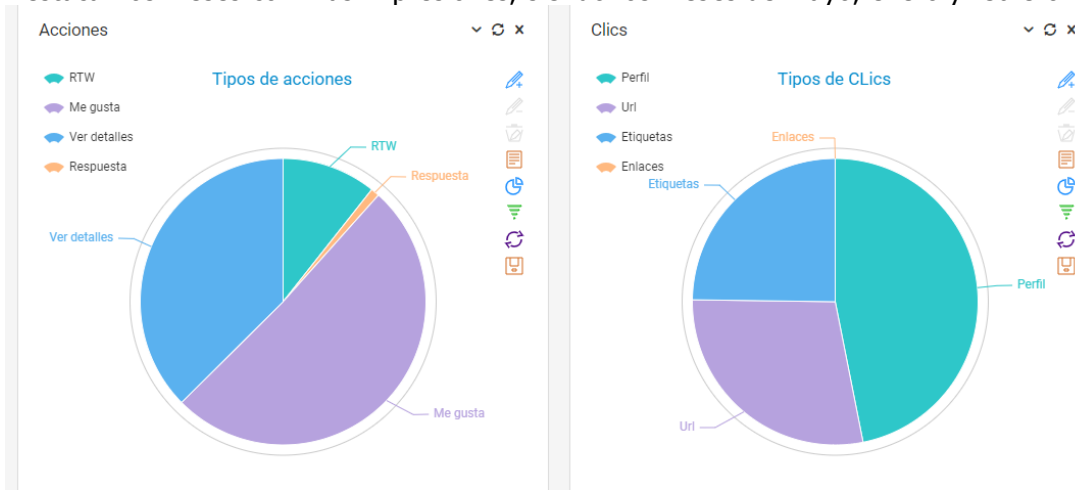
10.3.2. Twitter



Evolución de las impresiones agrupadas por mes



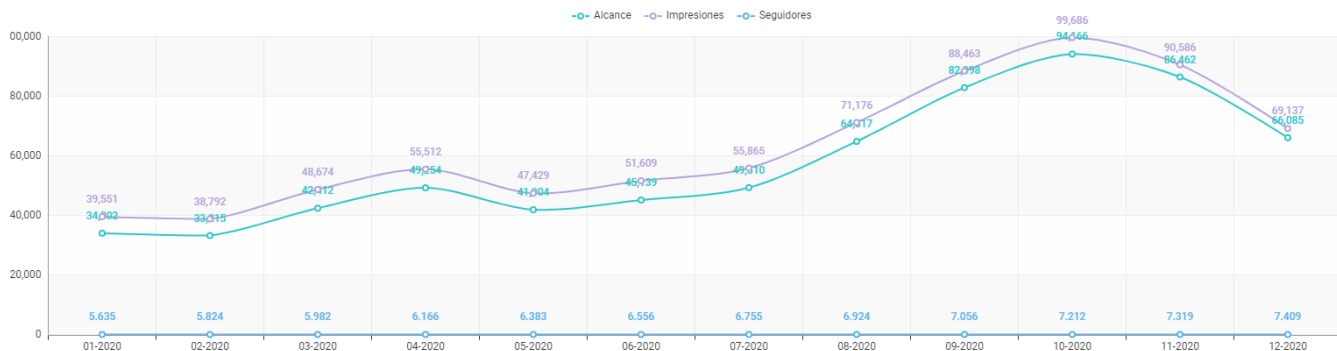
Destacar los meses con más impresiones, siendo los meses de mayo, enero y febrero.



10.3.3. Instagram



Evolución de seguidores, alcance e impresiones por día



Acción 10.4. 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.

11. SUBVENCIONES.

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

Acción 11.1. Patronato Costa Blanca

Desde el Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca se sigue una estrategia marcada de máxima **integración y colaboración** entre Administraciones y por ello están trabajando en proyectos con los que, manteniendo la política municipal, puedan sumar esfuerzos de cara a la promoción turística del destino.

Siguiendo estas premisas, y con el doble objetivo de **fortalecer la marca Costa Blanca y ayudar a los municipios alicantinos**, de cara a la Anualidad 2019-2020, se ha lanzado un Plan de Ayudas del Patronato de Turismo Costa Blanca dirigido a Ayuntamientos y Entidades Locales para la edición de material promocional con una imagen corporativa unificada.

11.1.1. Línea 1. Comunicación y marketing

Partiendo del objetivo central: **FORTALECER LA MARCA COSTA BLANCA**, la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Benissa se ha sumado a esta iniciativa para la creación de un folleto que sigue las directrices marcadas por el Patronato Provincial de Turismo

Se editaron 3 folletos, consiguiendo un 18,23%, 3000€, del importe total. Los ejemplares fueron:

- BenissaNaturSport 2020
- Folleto de Playas
- Folleto Genérico

11.1.2. Línea 2. Promoción de la oferta turística

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

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

MEDSEA recoge una amplia oferta de actividades paralelas entre las que podremos encontrar: seminarios, workshops, conferencias, novedades de materiales en surf y kayak, novedades de materiales en buceo recreativo técnico y apnea, novedades de Agencias Certificadoras, destinos de viaje, sorteos así como venta directa de producto.

En la presente edición Medsea Costa Blanca forma parte del Evento Alicante Puerto de Encuentro, evento concebido para evitar la estacionalidad y ampliar la continuidad de actuaciones en torno a la salida de la Vuelta al Mundo a Vela desde Alicante, siendo una de las principales reivindicaciones de los diferentes sectores tanto institucionales, empresariales, societarios, medios de comunicación y otros organismos, plantean para potenciar y prolongar los efectos de la gran incidencia y retorno económico que supone este evento para la Comunidad Valenciana.

Benissa en Medsea

Benissa lleva a la feria los catálogos con información genérica del municipio así como el de calas, rutas de snorkel y paseo ecológico en los que la imagen y la información descriptiva de toda la oferta benissera ocupan un lugar destacado. Obteniendo un 85% de subvención, 1.401.57€.



Al certamen se desplaza una empresa de actividades acuáticas del municipio: **El Centro de Buceo Les Basetes**.

11.1.3. Línea 3. Turismo Sostenible e Inteligencia Turística

El Ayuntamiento de Benissa, junto a líderes del sector, ha impulsado un Plan Estratégico de Marketing con el objetivo de definir un posicionamiento turístico adecuado para Benissa apuntando a segmentos, productos y mercados.

Benissa posee una clara vocación turística y residencial, y conseguir un posicionamiento adecuado nos exige revisar muchos planteamientos. En la elaboración del plan hemos contado con las opiniones y sensibilidades de 33 representantes del sector empresarial que trabajan cada día a favor del turismo de Benissa, expresadas en una serie de talleres de trabajo y reuniones de contraste.

El turismo es una de las claves del futuro de Benissa. Proyectar su desarrollo de manera que responda a los deseos de la ciudadanía y a las exigencias del mercado es todo un reto.

Todos, -Ayuntamiento, empresarios y ciudadanía- trabajamos juntos por un destino exitoso, inteligente, responsable e innovador. Un destino sostenible y hospitalario, que pone por delante los intereses de los ciudadanos, sin olvidar las necesidades de los visitantes.

El Plan Estratégico de Marketing de Benissa permitirá trabajar, al conjunto de stakeholders, con objetivos compartidos y la manera de alcanzarlos, partiendo de un enfoque operativo y posibilista. Para ello se plantean una batería de acciones a impulsar desde el Ayuntamiento de Benissa en favor de la construcción del posicionamiento turístico que se persigue.

Además de este plan estratégico de marketing, entre los objetivos de Benissa también se encuentra impulsar la transformación de Benissa en un Destino Turístico Inteligente (DTI).

Es por ello que Benissa se encuentra inmersa en el proceso para conseguir la distinción de Destino Turístico Inteligente. Para ello como, paso inicial, nos adherimos en su momento a la Red DTI CV. Por parte de la Concejalía de Turismo, junto con las distintas concejalías del Ayuntamiento de Benissa, queremos seguir avanzando y para ello se pretende llevar a cabo la contratación de una empresa especializada que nos ayude en este camino para abarcar desde la cumplimentación de la herramienta de autodiagnóstico hasta la redacción final del plan director de DTI de nuestra localidad, incluyendo todos los pasos intermedios necesarios para detectar nuestras singularidades y así conseguir ser un Destino Turístico Inteligente con visión de futuro.

Actividad objeto de la subvención.-

Se solicitan gastos de “Desarrollo de Proyectos encaminados a la implantación en el municipio de Smart Costa Blanca – Inteligencia Turística”, obteniendo una subvención del 39.42%, 7.000€.

Se pretende contratar el servicio de una empresa para la elaboración de un Plan Director DTI (Destino Turístico Inteligente) para el municipio de Benissa

Acción 11.2. Programa ECOVID

Contratación de una Técnica Turismo, como apoyo para la puesta en marcha del Plan de Actuaciones 2021 del Departamento de Turismo. Adaptar el Plan de Acción a la nueva situación derivada de la pandemia COVID-19, mediante la redacción de los oportunos expedientes de contratación. Para ello, se pondrá a disposición de la persona contratada, el manual para la gestión de los contratos menores así como la plataforma digital para que trabaje en todas las fases del contrato desde la petición del presupuesto a las diferentes empresas, redacción de la memoria, resolución, información a la empresa y supervisión del trabajo y conformación de la factura), impulso de nuevos productos (concretamente el producto de naturaleza (rutas de senderismo y Btt, mediante contacto con las diferentes asociaciones vinculadas a estos productos al objeto de establecer una metodología de trabajo para la concreción de las diferentes rutas) y dinamización del sector empresarial turístico para crear una interlocución con el Dpto. de Turismo (mediante la creación de la base de datos de posibles empresas turísticas que pudieran estar interesadas en formar parte, envío de documentos de alta en la asociación y seguimiento en las diferentes fases del proceso de alta, creación de grupo de whatsapp para comunicaciones más fluidas, etc.)



Acción 11.3. Turisme Comunitat Valenciana

Tras la llegada de la temporada estival se requiere reforzar el servicio postventa en la Tourist Info Benissa Playa. Esta Oficina, por su ubicación en un paraje de alto valor medio ambiental, próximo a uno de los miradores más espectaculares de la costa y como puerta de entrada al Paseo Ecológico, se convierte también en un punto informativo muy importante para senderistas y familias que solicitan información de este recurso.

Además, la mayoría de las empresas de alojamiento y servicios turísticos se encuentran ubicadas en Benissa costa con lo que esta oficina, además de su función de asistencia a turistas/visitantes, cumple la función de asistencia a empresas turísticas presentes en esta área.

Por todo ello, se hace aún más necesario dotar a la plantilla existente de un refuerzo en este período concreto que pueda dar respuesta a todas las necesidades.

A close-up photograph of a person's hands, wearing blue nitrile gloves, holding a bunch of yellow grapes. The person is wearing a white long-sleeved shirt. The background is a blurred green vineyard. A semi-transparent blue rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS

INVESTIGACIÓN: DATOS Y ESTUDIOS

12. ENCUESTA TOURIST INFO

Acción 12.1. 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 12.2. 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 2020 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 **166 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.

12.2.1. Conclusiones

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Un 15,65 % de los encuestados **residen en Europa**, procedentes en su mayoría de Francia, Bélgica, Alemania, Holanda, Alemania y Reino Unido. El resto de los encuestados, **un 80%, residen en España**, destacando los turistas de la Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Castilla León, Aragón, Castilla la Mancha y Cataluña.

La muestra corresponde a un 46,9 % de mujeres y un 30,1 % 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 73,35% sobre el total, seguido de un 20% que representan los encuestados con estudios secundarios.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Un 59,1 % de los encuestados han visitado más de una Oficina de información turística.

Los usuarios encuestados otorgaron una puntuación media de 9,62 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 9,72** puntos sobre 10.

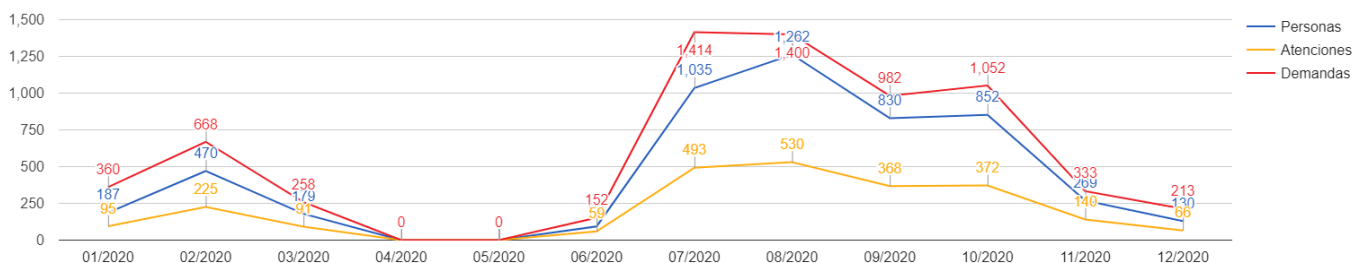
Los ítems mejor valorados han sido tono de voz empleado y amabilidad, la atención recibida, presencia e imagen del personal, el tiempo de espera y la fiabilidad y claridad de la información y documentación recibida.

Los usuarios expresaron su **satisfacción** sobre las expectativas generadas en la oficina concediendo una puntuación **media de 9,72 puntos** sobre 10.

13. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN DESTINO

Acción 13.1. Estadísticas del servicio de Información turística.

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



62

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

Se puede apreciar el cierre de las oficinas de turismo a mediados de marzo y reapertura a principios de junio.

13.1.1. Análisis anual del servicio de información turística.

Se han recibido un total de 5307 personas entre las dos oficinas de turismo en 2020.

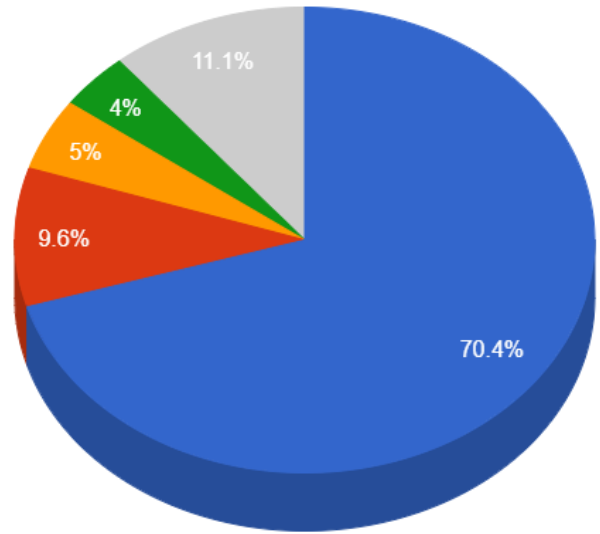
De los cuales un 59% vinieron en el periodo estival, destacando el mes de agosto como el mes de mayor afluencia, seguido de julio y destacar el mes octubre por haber superado las visitas en comparación al mes anterior.

Durante el 2020, debido a la pandemia, las Oficinas de Turismo cerraron de mediados de marzo a principios de junio, además durante el mes de diciembre también se cerró.

Procedencia

Nacional

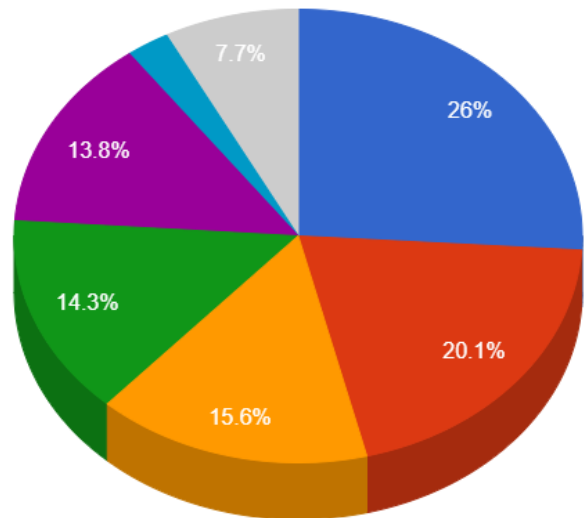
● C.Valenciana ● Madrid ● Local ● Pais Vasco ● Other



Cabe destacar que según la situación de la oficina de turismo, recibe un tipo de turista u otro. No obstante un **70,4%** de los turistas proceden de la **Comunitat Valenciana**, por si proximidad, en segundo lugar, con un 9,6%, 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; **4%** del **País Vasco**, **1%** de **Cataluña, Murcia, Castilla la Mancha , Aragón y Andalucía**.

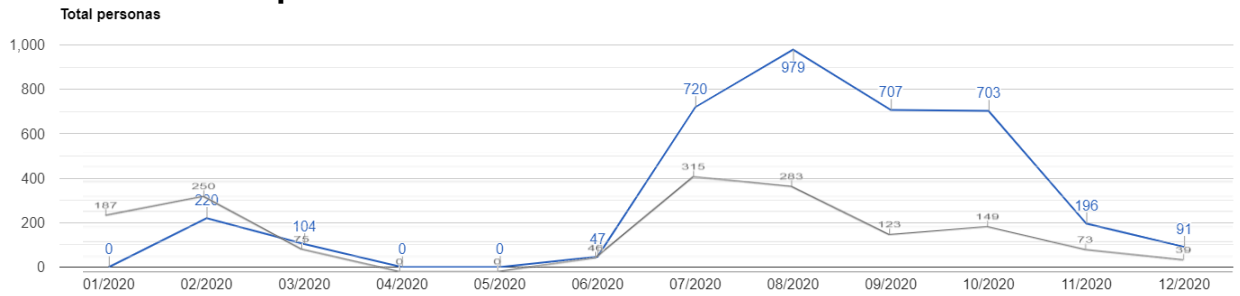
Internacional

● Francia ● Reino Unido ● Belgica ● Holanda ● Alemania ● Suiza ● Other



Cabe destacar un pequeño cambio en las procedencias este año, destacado un pequeño aumento en la procedencia de **franceses** con un **26%**, por su proximidad, en segundo lugar con un **20.1% de Reino Unido**, un **15,6%** de **Bélgica**, un **14,6%** de **Holanda** y un **13,8%** de **Alemania**.

Análisis de Afluencia por oficinas

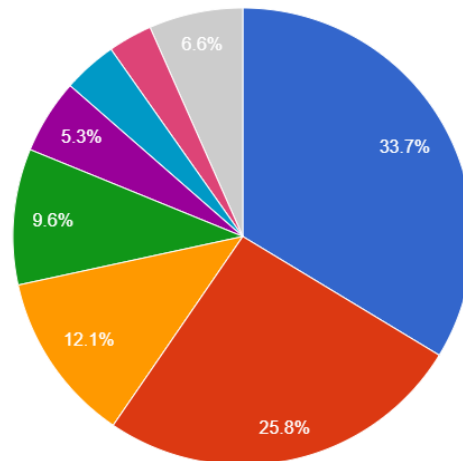


Cabe destacar que la máxima afluencia de visitantes se recibe en la oficina de Turismo de Benissa playa, por su situación próxima a la playa y por estar en pleno Paseo Ecológico. Destacan en la Oficina de la playa las visitas en agosto, julio, septiembre y octubre. En la oficina del centro destacan igualmente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

13.1.2. Atención en mostrador. Consultas de información efectuadas.

El número total de consultas efectuadas durante el 2020: 6.832 consultas

● Rutas-Send ● Info Local ● Playas ● Costa Blanca ● Gastronomía ● A.Culturales ● Servicios ● Other



Tipología de la demanda:

Tipología de consultas en % más destacadas

Rutas de senderismo: 33,7% (locales y de la comarca)

Información turística de Benissa: 25,8% (engloba todos los recursos turísticos del municipio)

Playas: 12,1%

Información sobre la Costa Blanca: 9,6%

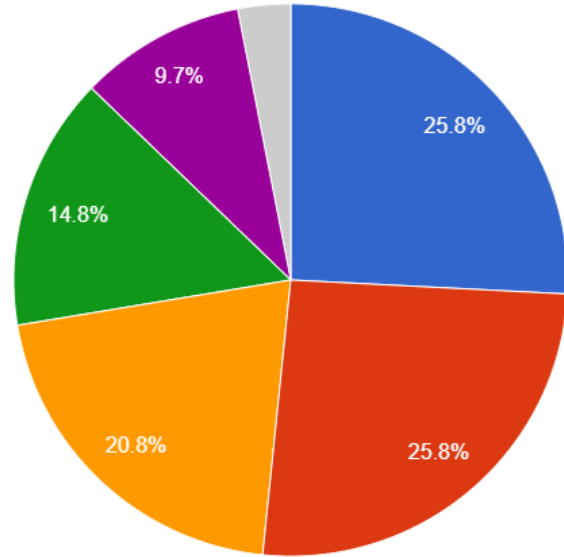
Paseo Ecológico: 25,8%

Calas: 14,8% (Costa Benissera)

Gastronomía: 5,3%

Demandas Locales

● Centro Histórico ● Paseo Ecológico ● Marina Alta ● Calas ● Museos ● Other

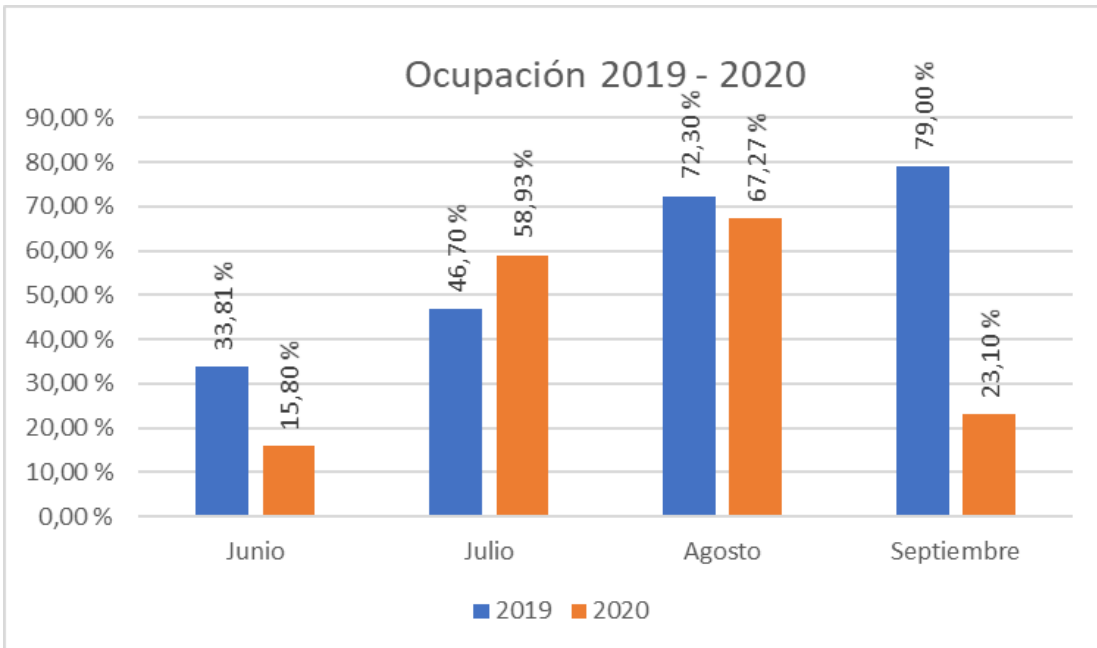


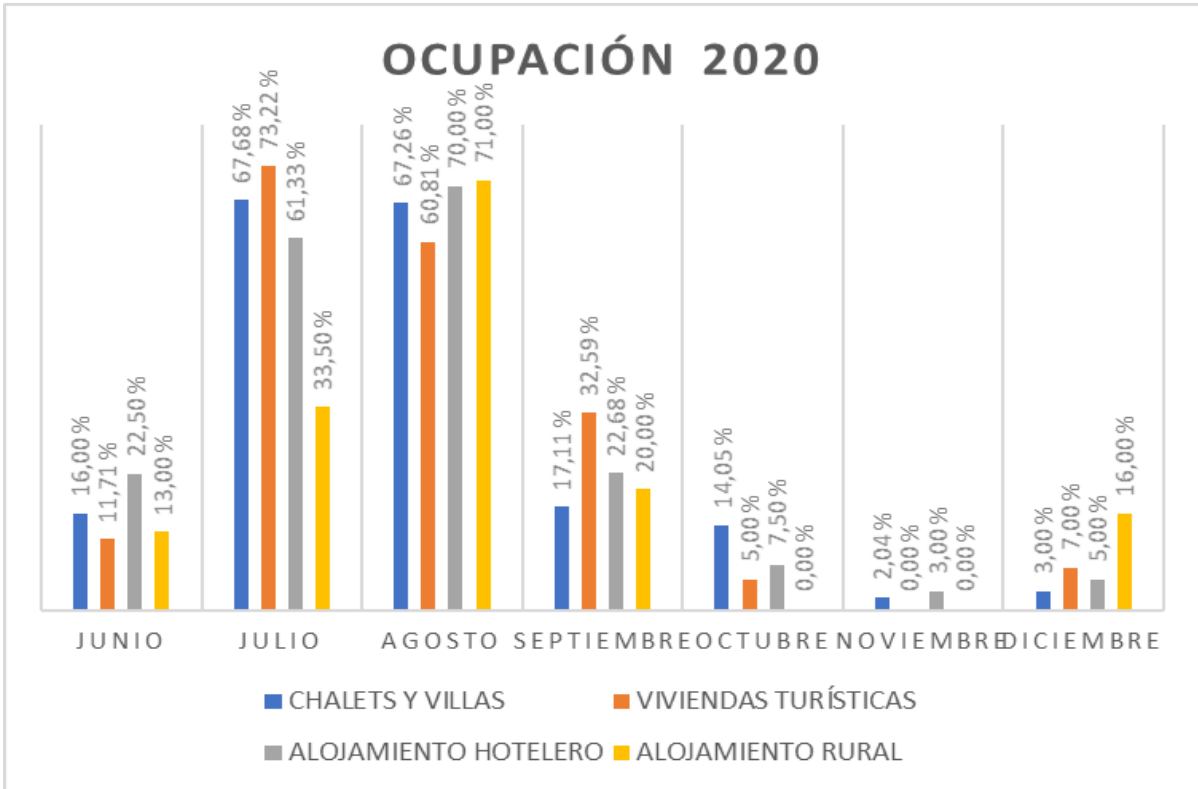
Acción 13.2. Control de la Ocupación en el alojamiento turístico.

El departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa, 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. Enfatizar, que 2020 ha sido un año COVID, por lo que sólo se ha recogido información de los meses de temporada alta y apertura.

El número total de plazas en el 2020 ha sido de una media de 4784 plazas, ha ascendido en referencia al año anterior. Cabe destacar que el incremento o decremento de plazas influye en el porcentaje de ocupación del alojamiento de alquiler.

65





El alojamiento turístico alcanzó en 2020 una media de un 25,82%, un 0,44% más que en 2019, hecho a destacar teniendo en cuenta que ha sido un verano muy difícil. Destacar que, en 2020, la muestra se ha tomado desde el mes de junio al mes de diciembre ambos incluidos.

El **alojamiento hotelero**, tuvo una media de **27,43%**, un 32,94% menos que el año anterior. Los porcentajes del alojamiento hotelero oscilan entre un 3% y un 70%. Los meses de ocupación más baja han sido octubre, noviembre y diciembre (7,50%, 3% y 5%) debido al incremento de restricciones COVID y los periodos más altos ha sido el mes de agosto (71 %).

El **alojamiento rural**, presenta una ocupación media de **21,93%**, un 11,52% menos que en 2019.

El alojamiento rural ha presentado a lo largo del año porcentajes que oscilan entre 0% y 71%. Los meses de ocupación más baja han sido de octubre, noviembre y diciembre. El periodo de mayor porcentaje ha sido en agosto.

Este año se ha intentado involucrar y colaborar con las **viviendas turísticas**, obteniéndose de media un **27,19%** de ocupación. Los meses de mayor ocupación ha sido los meses de julio y agosto.

Por último, el **alojamiento de alquiler** que ha descendido un 21,55% respecto al año anterior, teniendo una media de ocupación de un **26,74%**.

Destacamos los meses de julio y agosto, con una ocupación de un 67% alcanzando el porcentaje más alto. Los meses de ocupación más baja fueron noviembre y diciembre.

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

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

Alojamiento hotelero: Escandinavia, Francia y Austria, y en menor medida Alemania, Bélgica y Portugal.

Alojamiento rural: Austria

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

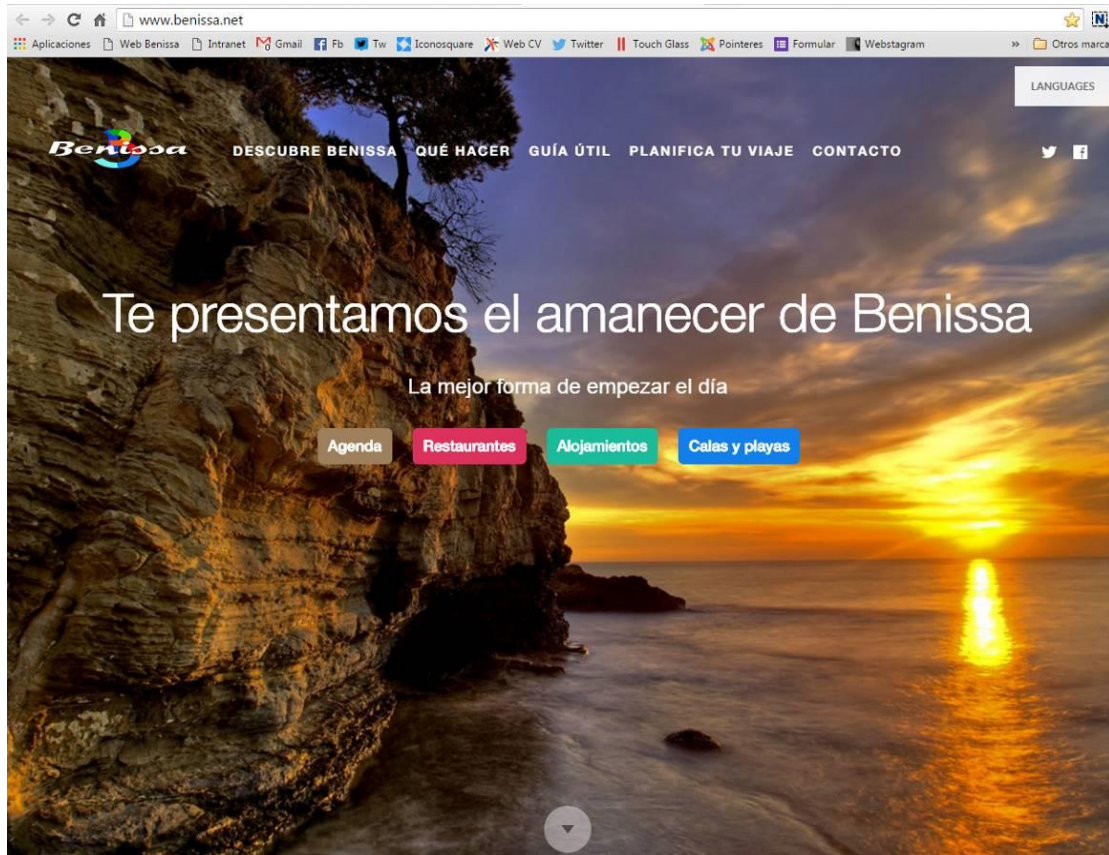
Alojamiento de alquiler turístico: Madrid, Comunidad Valenciana y en menor medida, Murcia, País Vasco, Andalucía, Asturias, Castilla León, Castilla La Mancha, Cataluña, Navarra y La Rioja.

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

Alojamiento Rural: Comunidad Valenciana, Madrid, País Vasco, Murcia, y Navarra.

14. REFORZAR LA ATENCIÓN DEL TURISTA EN ORIGEN

Acción 14.1. Actualizaciones diarias de la web turística de Benissa



67

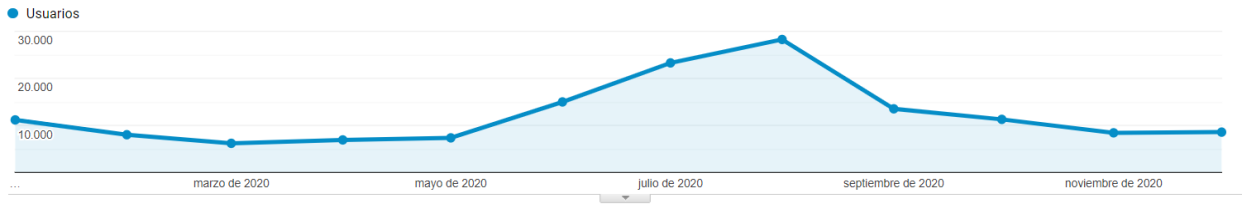
Para un buen funcionamiento de la web, durante todo el año, el departamento de Turismo actualiza de forma continua el contenido caduco como los eventos anuales, la agenda cultural o la actualización de los datos de las empresas en la web en 5 idiomas.

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.

Visitas a la web en 2020:

Durante el 2020 se han recibido un total de **368.797 visitas** a www.benissa.es, una media de 1010 visitas al día aproximadamente. De las cuales han sido 136.647 visitantes.

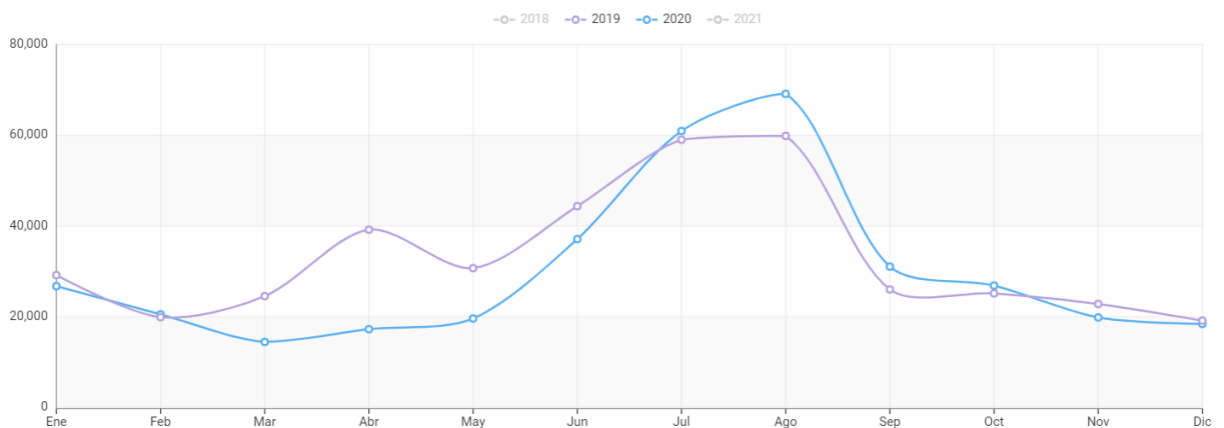


Se han realizado visitas a www.benissa.es, por orden de mayor a menor, durante los meses de **agosto, julio, junio y septiembre** y los de menor marzo, abril y mayo. Los idiomas de la web más visitados son principalmente **español** con un **73,56%**, seguido del **inglés** con un **8,59%**, **francés** con un 3,95%, el neerlandés con un 1,68% y el alemán con 1,53%.

Idioma	Usuarios	% Usuarios
1. es-es	60.057	43,45 %
2. es	41.618	30,11 %
3. en-gb	6.222	4,50 %
4. en-us	5.656	4,09 %
5. fr-fr	2.959	2,14 %
6. fr	2.498	1,81 %
7. nl-nl	2.321	1,68 %
8. de-de	2.114	1,53 %
9. nl	1.939	1,40 %
10. de	1.913	1,38 %

Destacar que más de un 95% de la audiencia consulta la web desde un móvil, seguido del ordenador con un 36% y la tablet con casi un 5,5%

Comparativa de visitas por año



Si comparamos con el 2019, cabe destacar un incremento de visitas en los meses de julio, agosto, incluso septiembre.

Si bien analizamos las páginas más vistas, podemos observar que las secciones más vistas por orden de visitas son:

1.	/	7,60 %
2.	/ver/43/paseo-ecologico.html/	5,74 %
3.	/ver/2361/los-5-lugares-mas-bonitos-que-ver-en-benissa.html/	2,32 %
4.	/ver/43/paseo-ecologico.html	1,98 %
5.	/ver/95/calas-y-playas.html	1,94 %
6.	/ver/93/playas.html	1,52 %
7.	/ver/98/playa-la-fustera.html/	1,33 %
8.	/ver/1284/descubre-benissa.html	1,33 %
9.	/ver/103/cala-baladrar.html	1,30 %
10.	/agendas/ver_mensual	1,25 %

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.

15. RECURSOS HUMANOS

Acción 15.1. 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 2020 el servicio que se ofreció de información turística fue el siguiente:

Oficina Central:

Temporada alta: De lunes a viernes de 09.00 a 17.00h

Temporada baja: De lunes a viernes de 9.00 a 16.00h, sábados: 9.30 a 13.30h

Oficina Playa:

De lunes a viernes de 9.00 a 17.00, sábados de 09.30 a 13.30 y festivos: 10.00 a 14.00

En temporada alta, se AMPLIA LA APERTURA DE LA OFICINA DE TURISMO PLAYA, permaneciendo abierta de lunes a viernes de 10.00 a 18.00 horas, sábados y domingos de 9.30 a 13.30 horas.

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

Destacar que ha sido un año atípico, con lo que el horario ha ido variando, además de que las Oficinas se cerraron por la pandemia de marzo a junio y segunda quincena de diciembre. La Oficina de la playa abrió de julio a la primera quincena de diciembre

Acción 15.2. Acciones en Recursos Humanos.

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

15.2.1. Plan de formación del personal

Con el fin de actualizar permanentemente los conocimientos en relación a las Nuevas Tecnologías y Redes Sociales, durante el 2020 el personal de la Oficina de Turismo asistió a los siguientes cursos de formación:

- ABR. Webinar Claves para la estructuración de experiencias y productos
- ABR. Webinar. Aspecto de mejora de empresas y destinos durante la crisis
- ABR. Webinar. Big Data en Tiempos de Crisis
- ABR. Webinar. Destinos españoles: Ciudades
- ABR. Webinar. Instagram: Una oportunidad para el sector turístico
- ABR. Webinar. Navegando la tormenta: indicadores clave para un rumbo de salida
- ABR. Webinar. Optimización de estrategias de email marketing para el sector turístico
- ABR. Webinar. Storytelling para el turismo: cómo comunicar a través de las historias
- ABR. Webinar. Aplicación de la Inteligencia Artificial al turismo tras el COVID-19
- ABR. Webinar. La transformación digital ya está aquí: claves para el sector turístico
- MAYO. Curso de Cálculo Avanzado. Diputación Alicante (25h)
- MAYO. Webinar. Herramientas y aplicaciones para estrategias efectivas en Instagram
- MAYO. Webinar. Medidas de prevención frente al COVID-19 en la Red Tourist Info
- MAYO. Webinar. Tecnología e inteligencia para el nuevo escenario post COVID-19: ¿hacia un nuevo modelo contact-less en destinos turísticos?
- MAYO. Webinar. X Aniversario Tourist Info Banyeres
- MAYO. Webinar. La gobernanza en destinos turísticos inteligentes: un nuevo punto de partida.
- JULIO. Webinar Punto Violeta. Red Tourist Info
- OCT. Webinar Bonoviaje
- OCT. Webinar. Jornada sobre "Municipio Turístico"
- OCT. Webinar. Desayuno Invattur virtual: Presentación estudio DMOs
- OCT. Webinar. La disrupción en las organizaciones turísticas, un cambio necesario
- NOV- DIC Curso Fundamentos de Big Data y Aplicación para el Turismo. Invattur (32h)
- NOV. Formación liderazgo de proyectos. Diputación Alicante
- NOV. Optimización de la presencia en Redes Sociales de los destinos turísticos (2h)
- NOV. ODS. Curso Diputación Alicante
- DIC. Webinar. Formación Tourist Info. Producto Birding

15.2.2. Personal en prácticas.

El Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Benissa acogió en 2020, 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 4 meses como Informador/a turística en la Oficina de Turismo de Benissa.

Durante la anualidad de 2020 se ha contado con el siguiente personal:

- Un alumno, procedente de Bélgica, que realizó sus prácticas del 1 de noviembre de 2019 al 31 de marzo de 2020.
- Una alumno procedente de Francia, que realizó sus prácticas desde el 1 de noviembre de 2020 al 31 de marzo de 2021.