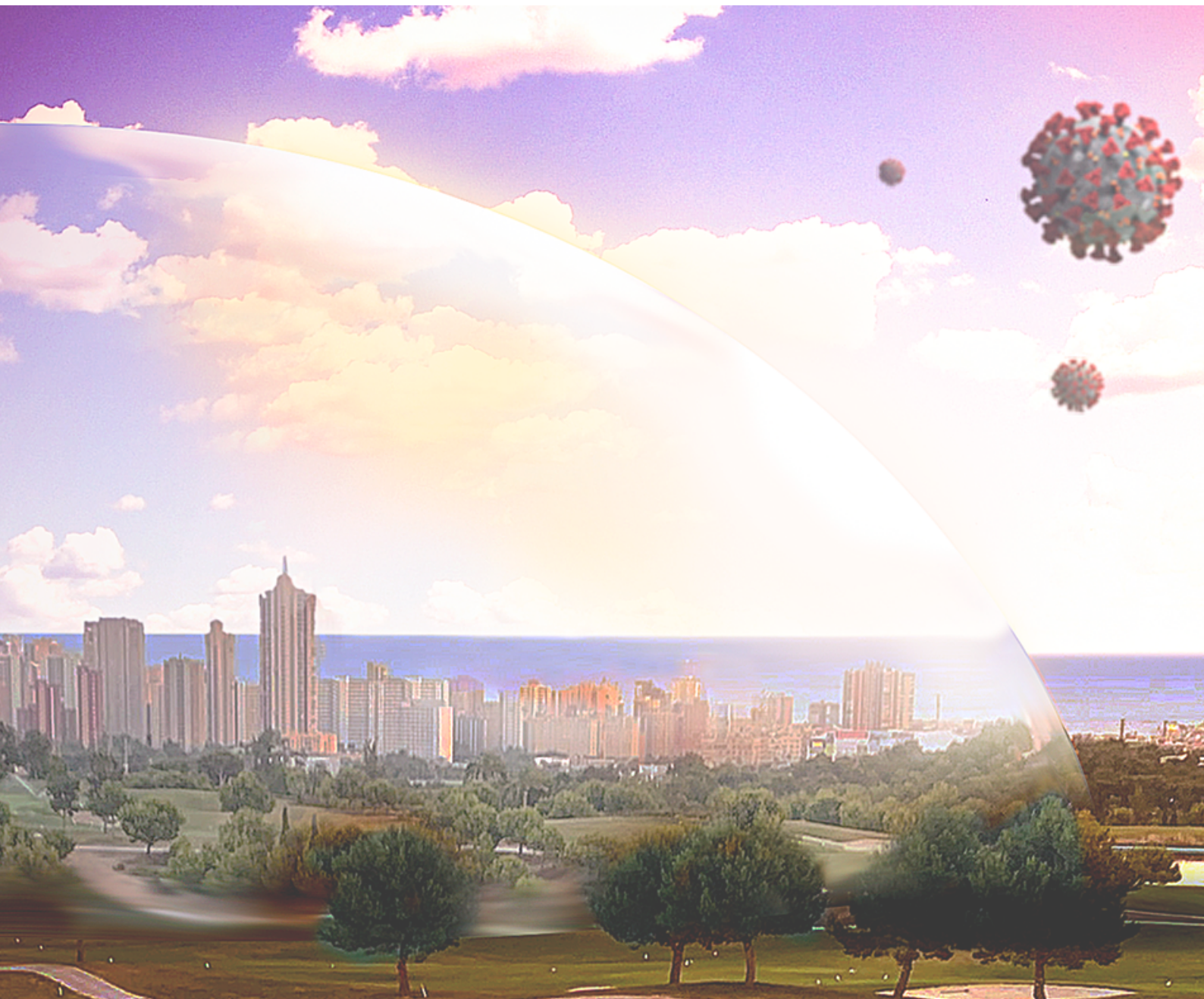


MEMORIA DE ACTIVIDADES 2020



CIFRAS

★ **182** Acciones

★ **30** Países

MEDIOS

 **Prensa**
62 M. Impactos

 **Televisión**
79 M. Impactos

 **Influencers**
10 M. Impactos

ACCIONES

FERIAS **27**
.....

PRESS Y
BLOG TRIPS **49**
.....

WORKSHOPS **10**
..

PRESENTACIONES **47**
.....

OTROS (PROYECTOS, **47**
COLABORACIONES, CO-MARKETING, ETC.)
.....

ONLINE

 **6.830.334**
Visitas

 **18.162.185**
Impresiones

 **481.081**
"Me Gusta"

 **1.529**
Tweets

CAMPAÑAS

8 Campañas de
Publicidad y Co-MK

4 Países

8 Turoperadores

600 Millones de
Impactos



ÍNDICE

PROMOCIÓN

- 4 Ferias
- 8 Workshops
- 11 Presentaciones y Webinars
- 17 Presstrips
- 19 Blogtrips e Influencers
- 21 Publicidad y Co-Marketing
- 31 Cobertura Medios
- 35 Colaboraciones y Relaciones Institucionales
- 38 Proyectos

BIG DATA

- 51 Inteligencia Turística

ONLINE

- 55 Web
- 56 Facebook
- 58 Twitter
- 59 Instagram
- 61 Youtube
- 61 LinkedIn
- 62 Tik Tok
- 63 Blog Life In Benidorm
- 64 Wikiloc
- 65 Email Marketing

PROMOCIÓN

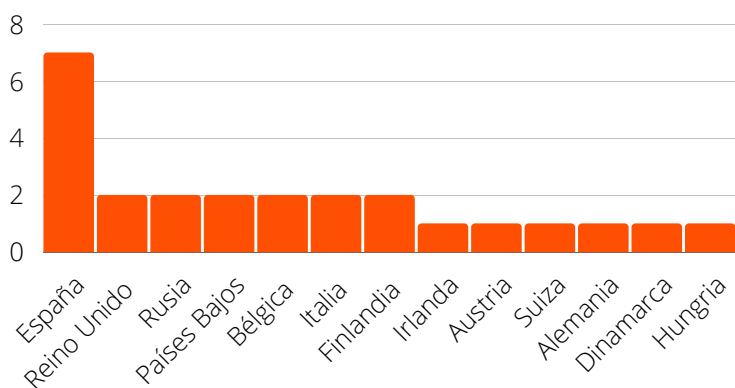


FERIAS

Las ferias de turismo son eventos de carácter público y profesional que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización.

En el aspecto de promoción, una feria turística puede servir para recalcar por medio de la publicidad y comunicación las ventajas de un determinado destino o producto frente a aquellos que son su competencia relevante o más directa: mayor calidad, mejores accesos, mejores precios, o cualquier otra variable de la operación turística. Esta función de promoción puede ir destinada tanto al público en general como al público profesional.

Entre presenciales y virtuales, Visit Benidorm, participó en 2020 en un total de **27 ferias**. Un número considerable teniendo en cuenta la situación y que la gran mayoría de ferias programadas desde el mes de marzo fueron suspendidas o canceladas.



Tres presenciales y cuatro virtuales conforman el total de las siete ferias en las que Visit Benidorm ha participado en España, mercado líder en cuanto a participación en ferias. A este le siguen; Reino Unido, Rusia, Bélgica, Italia y Finlandia con dos ferias en cada uno.

Los dos primeros meses del año, la Fundación como de costumbre arrancaba su calendario de ferias, viajando de un país a otro y participando en numerosos certámenes turísticos.

Vakantiebeurs (1) de Holanda, la **Matka (2)** (Finlandia), **Ferien Messe (3)** de Austria, la feria de las ferias **Fitur (4)**, **Holiday World Show (5)** en Irlanda, **Golf Messe de Suiza (6)** y la **Roma Travel Show (7)** en Italia fueron las elegidas para las primeras semanas del mes de enero.



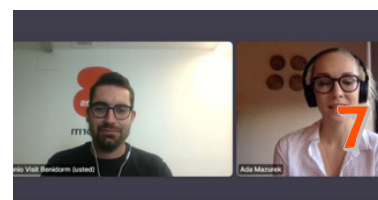
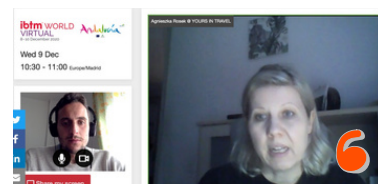
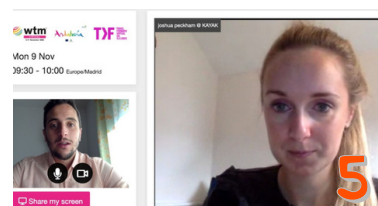
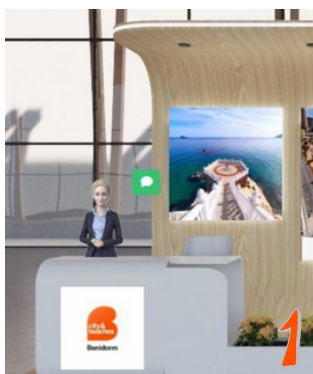
Seguidamente, el equipo de Visit Benidorm, participó en las ferias belgas **Salon des Vacances (1)** y **Fiets en Wandelbeurs (2)** de cicloturismo y senderismo, el certamen turístico alemán **Fre.e Munich (3)**, la feria danesa **Ferie For Alle (4)** y la clásica **Navartur (5)** en Navarra.



Para terminar con las ferias presenciales de 2020, destacamos la presencia de Visit Benidorm en la feria **Utazas (1)** de Hungría, la feria deportiva **Go Expo (2)** de Finlandia, la **Fiets en Wandelbeurs (3)** de Holanda, la **ITM (4)** (Rusia) y la **OTdykh (5)** un evento también ruso pero que se celebró el mes de septiembre, contando con las medidas de seguridad pertinentes para prevenir contagios.



A partir de Marzo y tras el empeoramiento de la situación sanitaria en España y Europa, se fueron cancelando las ferias de los siguientes meses. Apareciendo a partir del verano nuevas ferias de carácter virtual y otras clásicas que se reconvertían a la modalidad online. Visit Benidorm participó en la **Feria Vecisa (1)** de El Corte Inglés, la **Feria Vecisa MICE (2)**, la **Valencia Boat Show (3)**, la **Feria Virtual Spagna (4)** de Italia, la **World Travel Market (5)** de Reino Unido, la **IBTM (6)** de MICE y la feria cinematográfica **Focus (7)** de Reino Unido.





WORKSHOPS

Cuando hablamos de workshops, nos referimos a un encuentro programado entre proveedores de oferta turística básica o complementaria (destinos, alojamientos, empresas de restauración, compañías de transporte, empresas de servicios turísticos, ...) y potenciales compradores o intermediarios de servicios turísticos (agentes de viajes minoristas o mayoristas, tour operadores, centrales de reservas públicas o privadas, entidades organizadoras de viajes o grandes compradoras de servicios turísticos, clubs de ocio, ...).

Este año y debido a la situación Visit Benidorm ha debido de adaptarse a los cambios pero no ha dejado de participar en este tipo de acciones, siendo algunas de carácter presencial, otras online y otras virtuales pero de elaboración propia como el caso de los tres workshops "Discover Benidorm".

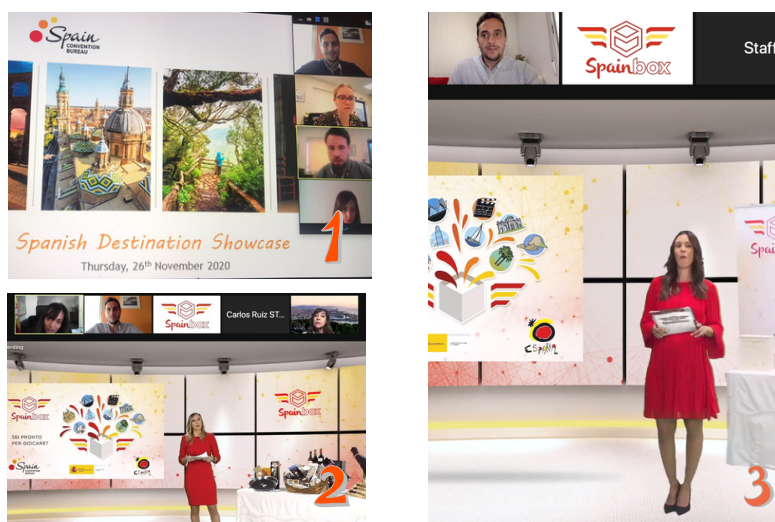
• Workshops Presenciales

En 2020 y debido a la situación sanitaria, y la cancelación o conversión de la gran mayoría de jornadas profesionales, Visit Benidorm ha podido participar únicamente en tres workshop de carácter presencial, siendo los tres celebrados en Rusia, dos de ellos en febrero, **Antor MICE (1)** y **Coral Travel (2)** y otro en Septiembre, **Medantor (3)**.



• Workshops Virtuales

En cuanto a jornadas profesionales con agentes de viajes de carácter virtual, Visit Benidorm participó en tres durante este 2020. Estas tres jornadas tenían como objetivo la promoción de la oferta MICE de los destinos españoles participantes y fueron organizadas por el Spain Convention Bureau y Turespaña. Las jornadas llevadas a cabo a final de año y fueron las de **Spain Box de Italia (1)**, **Destination Show Case de Reino Unido (2)** y **Spain Box Francia (3)**.



• Workshop "Discover Benidorm" I, II y III

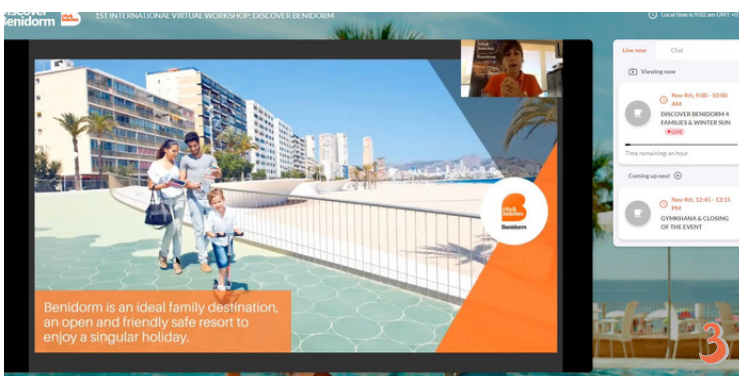
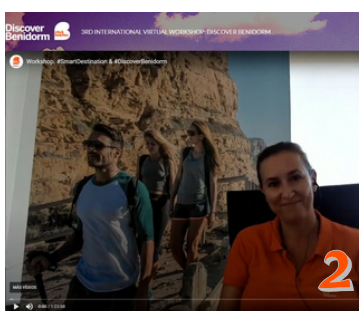
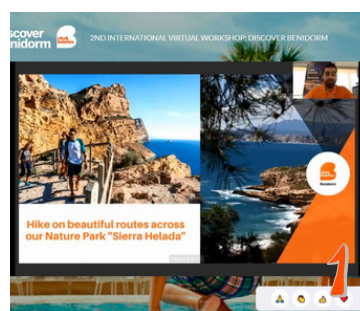
Visit Benidorm decidió apostar en 2020 por la puesta en marcha de su propio workshop, una jornada profesional con Benidorm como protagonista y en el que se generaba un punto de encuentro y la posibilidad de networking entre agentes de viajes internacionales y empresarios turísticos locales.

El **primero de los workshops (1)** iba dirigido a buyers del **Centro y Sur de Europa**, participando turoperadores de países como Francia, Italia, Portugal, Alemania, Países Bajos, Bélgica y España.

Debido a su éxito y la buena acogida por parte de los profesionales locales que participaron en el primero de los workshops, Visit Benidorm decidió lanzar dos más, un **segundo workshop (2)** con turoperadores del **Este de Europa**, Rusia, Polonia, Ucrania, etc. y un **tercer workshop (3)** con buyers de países del **Norte de Europa**, Escandinavia, Islandia, Dinamarca, etc.

En las tres ediciones y aprovechando presencia online de los turoperadores Visit Benidorm llevó a cabo un total de cinco ponencias, en las que se trataban temas como la estrategia de Benidorm como destino turístico inteligente y las medidas de seguridad adoptadas por la iniciativa pública y privada, la oferta turística de la ciudad para familias, la de *wintersun* y la del resto del año.

Cada uno de los workshop culminaba con un concurso gymkana en el que el turoperador vencedor ganaba una viaje a la capital de la Costa Blanca.



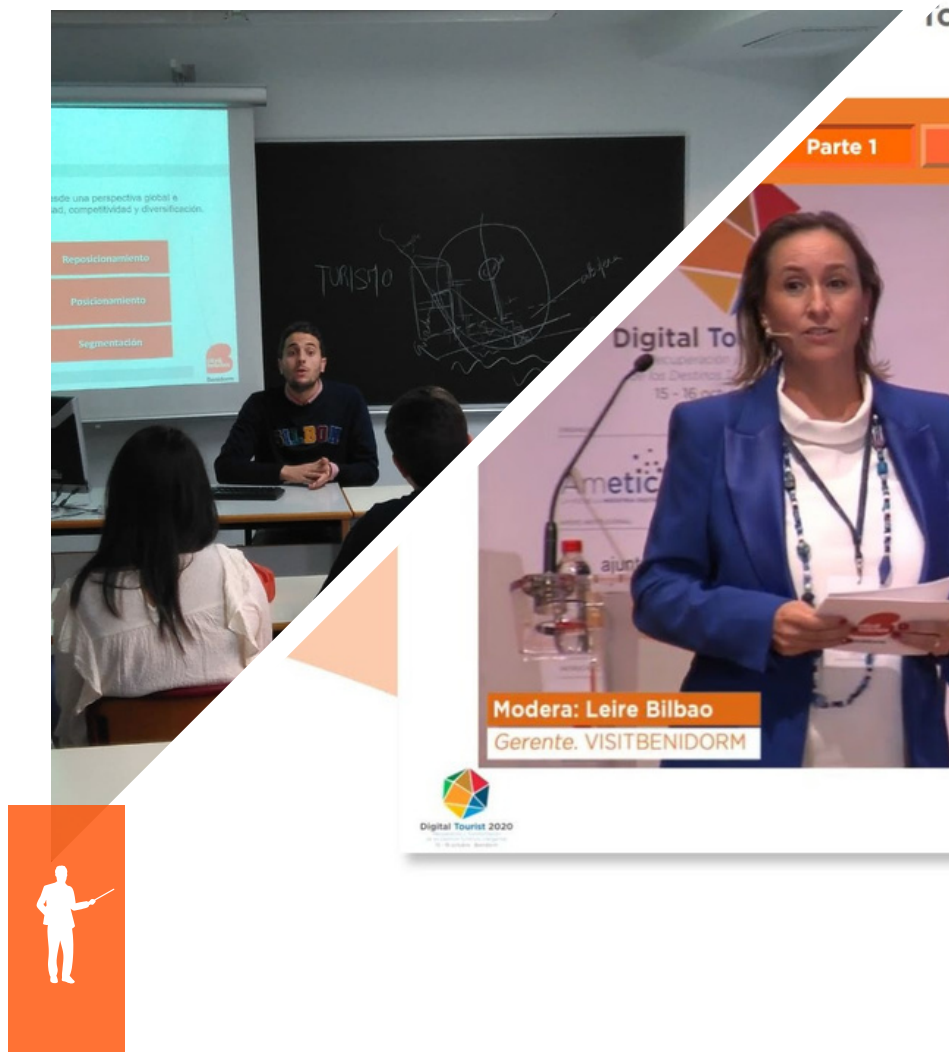
90 Turoperadores

86 Empresas Locales

23 Países

221 Reuniones

**INFORME
COMPLETO**



PRESENTACIONES Y WEBINARS

Durante el 2020 la gran mayoría de presentaciones fueron virtuales o híbridas, siendo este tipo de acciones una de las que más han aumentado en número con respecto a años anteriores.

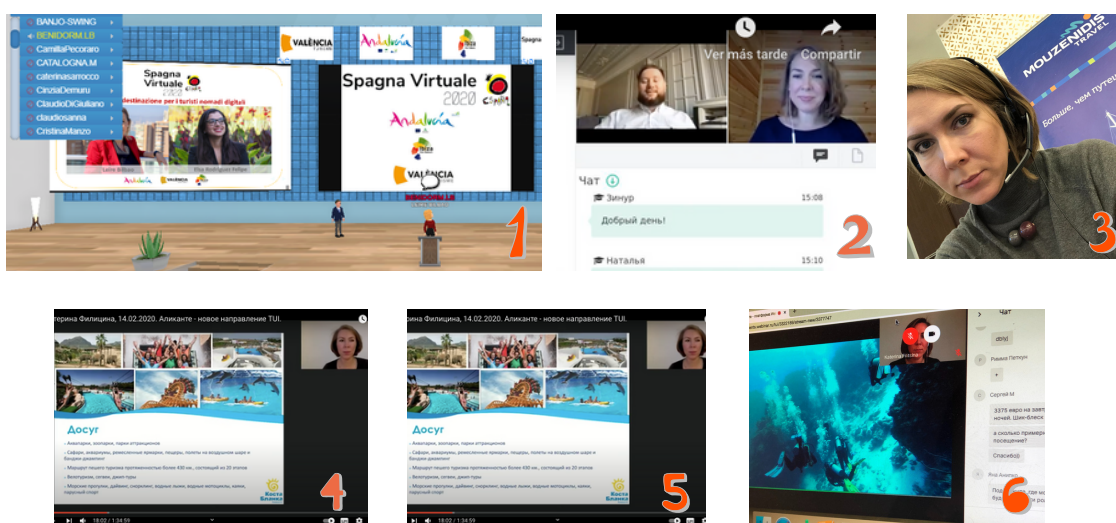
Una parte importante de estas presentaciones iban dirigidas a agentes de viajes y turoperadores, pero también se han hecho numerosas ponencias y webinars dirigidos a profesionales del turismo, a estudiantes, e incluso a público general que estaba interesado en conocer más sobre Benidorm.

Es muy importante seguir trabajando en este aspecto y poner en valor no sólo el trabajo de Visit Benidorm, sino todo el trabajo desarrollado por la ciudad que le ha llevado a convertirse en el primer destino turístico inteligente del mundo y uno de los destinos turísticos más exitosos del panorama europeo.

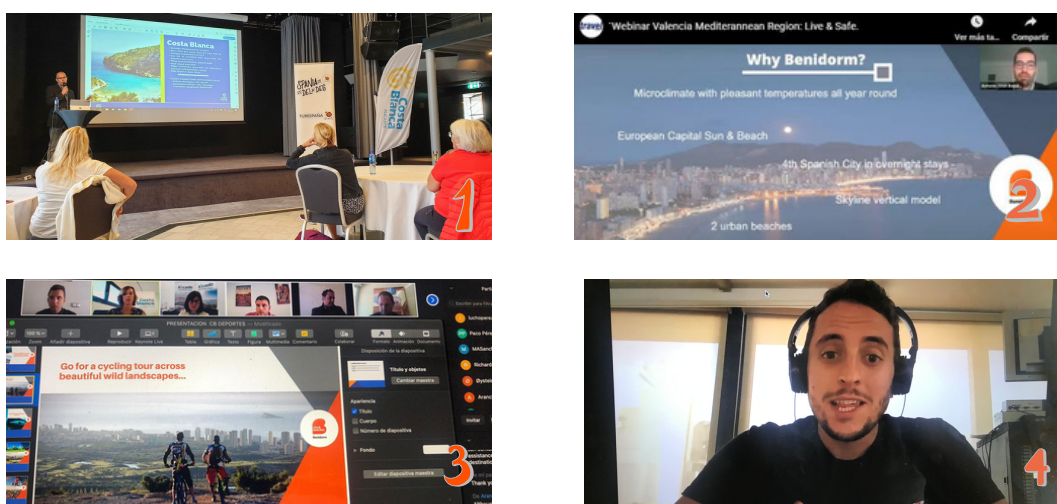
• Presentaciones a TTOO y Agencias

Visit Benidorm pudo mostrar las virtudes de Benidorm a numerosas agencias y turoperadores europeos a través de un total de 9 presentaciones, la gran mayoría llevadas a cabo en formato virtual.

En Italia, Benidorm de manera virtual pudo mostrar a las agencias profesionales su oferta para los turistas nómadas digitales en el evento **Spagna 2020 (1)**, En Rusia, se llevaron a cabo seis presentaciones, con agentes de **TUI en Rusia (2)** con el turoperador **Premiera (3)** con el turoperador **Mouzenidis (4)** y dos con agentes de **TUI** en Bielorrusia (5 y 6),



También se llevó a cabo una a **agencias deportivas (1)** de varios países europeos, una en el evento **KK de Oslo (2)**, otra para el turoperador ruso Primera, la organizada por la **OET de Bruselas (3)** para agencias belgas y la del medio británico **Travel Bulletin (4)** que convocó a más de 100 agencias para que asistieran a la presentación de Benidorm.



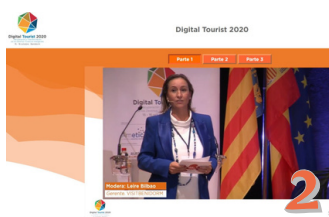
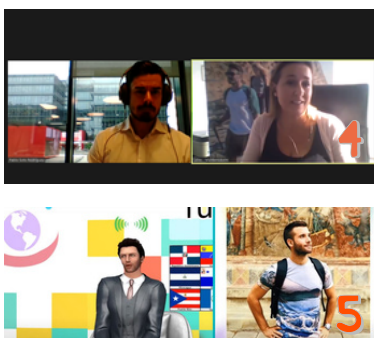
• Presentaciones a Profesionales Turísticos

Visit Benidorm ha llevado a cabo un total de 26 presentaciones y webinars a profesionales turísticos tanto españoles como del resto del mundo.

Arrancando el año, en enero de 2020 aprovechando la feria Fitur y el marco de la misma, Visit Benidorm asistió como ponente en **FiturTech y Destino (1)**, el Foro anual de **Excelltur (2)**, el evento sobre influencers, **Landing Madrid (3)**, las jornadas sobre LGBT de **FiturGay (4)**, y nuevamente en **FiturTech (5)**, junto a la alianza de destinos de Sol y Playa (AMT) y en este caso representada por el alcalde y presidente de la Fundación, Toni Pérez.

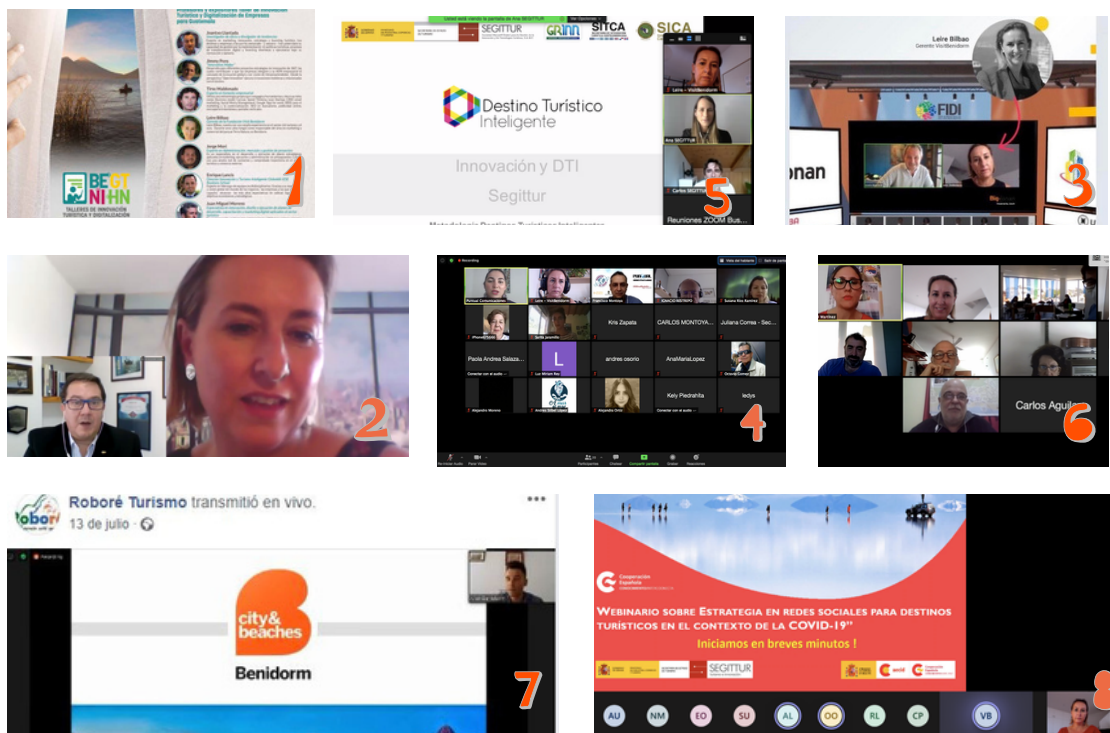


Centradas en el ámbito nacional, Visit Benidorm ha realizado 7 ponencias más; **Caixa Bank (1)** en Invattur el mes de enero, **Digital Tourist de Benidorm (2)**, **Foro de Turismo de Benidorm (3)**, **ITH Innovation (4)**, **Congreso LGBT (5)** de Tenerife, **Congreso de turismo de Castellón (6)** y **Tourism Leaders de Ostelea.**

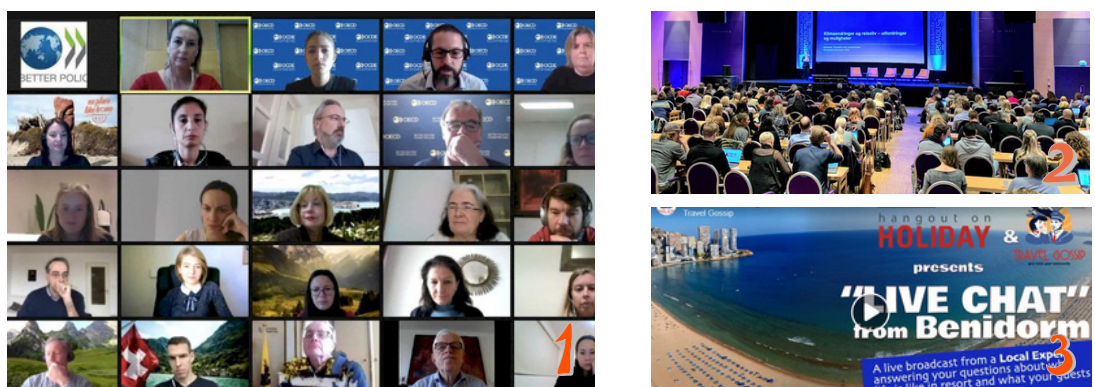


A nivel internacional, podríamos decir que Visit Benidorm este año se ha ido de gira por Sudamérica, realizando un total de 8 ponencias virtuales a profesionales turísticos de diferentes países y áreas.

La Agencia de Promoción Turística (1) y la **Secretaría de Integración Turística de Centroamérica (2)**, la **Feria FIDI (3)**, el **foro CAME (4)** y la **ponencia a la red DTI (5)** en Argentina, la charla a **profesionales del turismo de Medellín (6)**, la formación sobre DTI para Sudamérica organizada por **AECID y Segittur** y la **WWF (7)** en Bolivia han sido los lugares y organizaciones sudamericanas para las que Visit Benidorm ha tenido el honor de hablar durante este 2020.



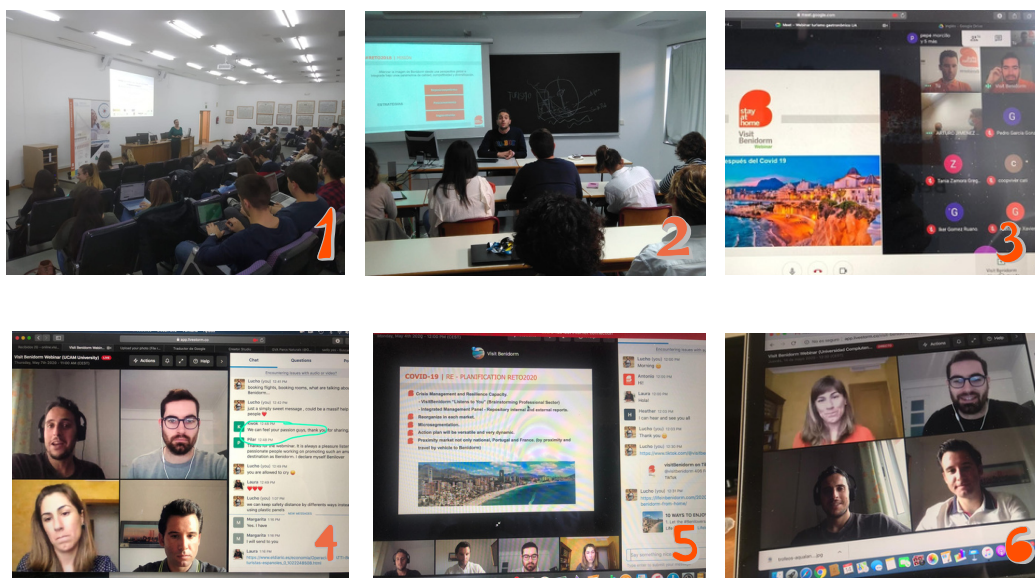
A nivel europeo, Benidorm ha participado en tres ponencias a profesionales turísticos, destacando la impartida para miembros de la **OCDE (1)** (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos). Además se impartió una presencial a principio de año en el evento **Snowball (2)** de Noruega y otra para profesionales y seguidores del canal británico **Hangout on Holiday (3)**.



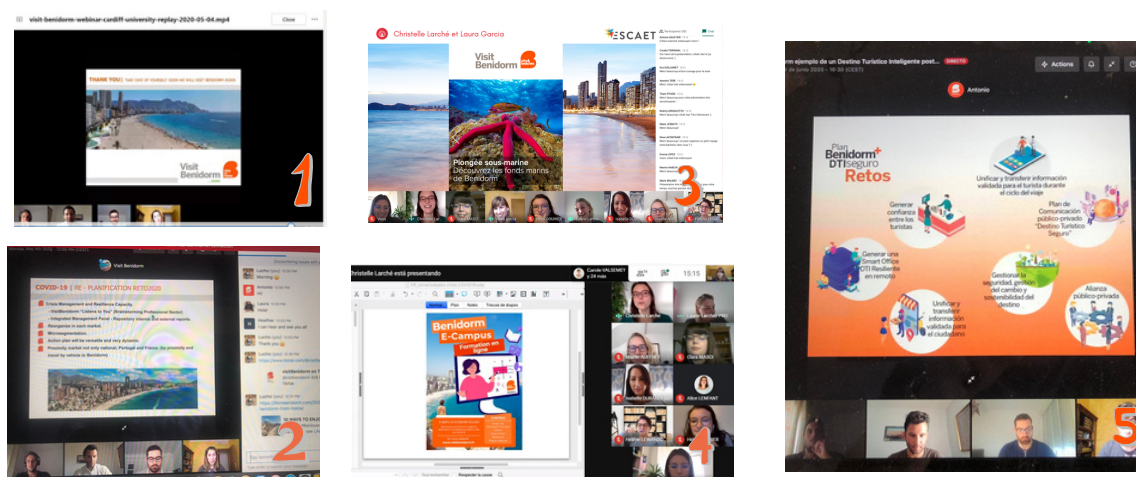
• Presentaciones a Estudiantes

En 2020 han sido un total de 12 las ponencias impartidas por el equipo de Visit Benidorm a estudiantes y futuros profesionales del turismo.

A nivel nacional, en la Universidad de Alicante se llevaron a cabo dos ponencias presenciales a principios del año, una para alumnos del **curso DTI (1)**, y otra para alumnos del **Máster de Desarrollo Local (2)**, en esta misma universidad pero de forma virtual se han dado otras dos ponencias, una a alumnos del **Grado de Gastronomía (3)** y otra a los del **Máster de Planificación del Turismo (4)**. En otras universidades de ámbito nacional, Visit Benidorm pudo darse a conocer a alumnos de turismo de la **Universidad UCAM (5)** de Murcia y a los de la **Universidad Complutense de Madrid (6)**.



Fuera de España, también se han realizado ponencias y presentaciones a estudiantes como las dos realizadas a alumnos de la **Universidad de Cardiff**, una en mayo (1) y otra en octubre (2), otras dos a la escuela de turismo francesa **Escaet (3 y 4)** y otra a **universitarios de Bolivia (5)**.



• Presentaciones a #Benilovers

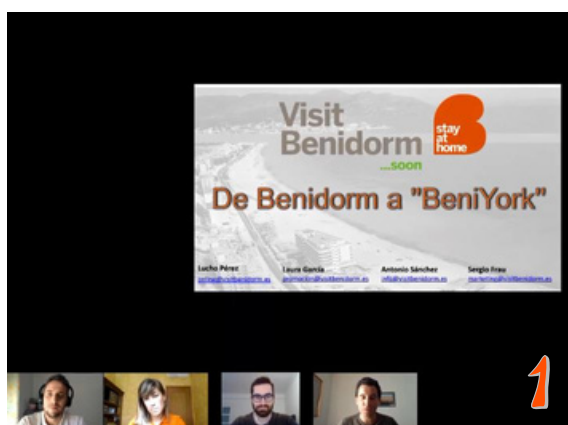
Durante el confinamiento y ante la imposibilidad de viajar a Benidorm. desde Visit Benidorm se organizaron una serie de ponencias virtuales sobre la ciudad, para que aquellos que compartieran la misma pasión por Benidorm que nosotros pudieran conocer y aprender un poquito más sobre la misma.

La acogida fue muy positiva y prácticamente en las 3 ponencias abiertas a publico se alcanzó el aforo de 100 personas registradas que permitía la plataforma usada.

La primera de las presentaciones trataba sobre Benidorm y su historia más reciente, bajo el titulo **"De Benidorm a BeniYork" (1)** se hablaba sobre Pedro Zaragoza, la Historia del Bikini, los inicios de la ciudad, anécdotas, etc.

La segunda, **"De Benidorm al Cielo" (2)**, se enfocaba en la sostenibilidad de la ciudad, en sus skyline, sus edificios más emblemáticos y el por qué Benidorm es uno de los destinos más sostenibles del mundo.

La tercera y última **"Benidorm de cine" (3)** se centraba en el la relación que Benidorm tiene con el cine, haciendo hincapié en las principales producciones que a lo largo de la historia han elegido Benidorm como su plató de rodaje.





PRESSTRIPS

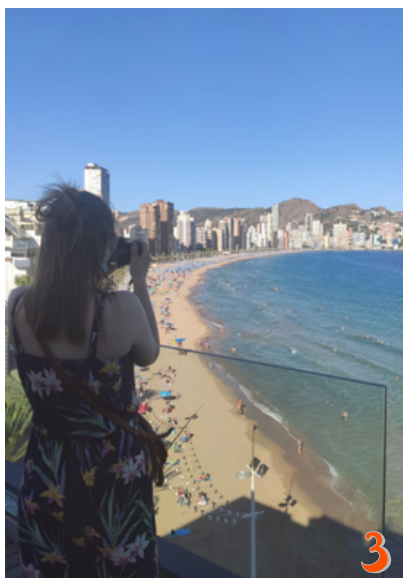
En los últimos años, los viajes de prensa, los Presstrip, han sido una de las estrategias básicas de la comunicación turística de un destino. No es lo mismo que tú mismo hables sobre ti y tus bondades a que lo haga un tercero, por lo tanto los viajes de prensa tienen la virtud de vencer el escepticismo de la publicidad.

Los reportajes, las noticias o las críticas en una revista o en un periódico pueden generar más audiencia que una página de publicidad.

En 2020 y a pesar de las restricciones de movilidad y la compleja situación que vivíamos, Visit Benidorm ha podido llevar a cabo un total de 11 acciones con prensa con el fin principalmente de que dieran a conocer a sus lectores el trabajo llevado a cabo por Benidorm para convertirse en un destino seguro.

La gran mayoría de las acciones de prensa se llevaron a cabo a partir de junio y hasta septiembre, periodo en el que la incidencia del virus bajó, y comenzó a producirse un pequeño aumento en cuanto a llegada de turistas y reservas realizadas.

Medios de prensa como la revista nacional **HOLA (1)** el prestigioso medio alemán **Frankfurter Allgemeine Zeitung (2)**, la revista polaca **ONET (3)**, la belga **Travel Magazine (4)** y el francés **Podcasts (5)** se interesaron por Benidorm.



En Reino Unido, se realizaron un total de 5 viajes con prensa, contando con medios de gran nivel como el diario **The Times (1)** y el **I Newspaper (2)** y medios locales como la periodista **Michelle Baker (3 y 4)** responsable del periódico Round Town News y la página de Youtube Benidorm Forever y por último, el portal dirigido a británicos **"Benidorm Seriously" (5)**





BLOGTRIPS E INFLUENCERS

Según Google, un influencer es una persona “con gran presencia y credibilidad en redes sociales gracias a su conocimiento en cierto sector”. Esto hace que tenga la capacidad de influenciar (de ahí el nombre) sobre la forma de pensar o actuar de sus seguidores. O sea que básicamente es similar a un líder de opinión.

La publicidad emocional se ha hecho un hueco con mucha fuerza en el mundo del marketing, y esto ha sucedido porque el público actual es cada vez más exigente y necesita más para aceptar una influencia; y en este caso las emociones son las que se han llevado el gato al agua.

Observar a través de la pantalla a alguien similar, con defectos y virtudes habituales o problemas, hace que los espectadores se sientan más cerca del comunicador, y es aquí donde reside el germen de la influencia; y esto se refleja mejor que nunca con la explosión de los youtubers de moda.

En 2020, debido a la necesidad de mostrar Benidorm como un destino seguro y la importancia de generar contenido que hiciera hincapié en las medidas de seguridad implementadas en la ciudad, se apostó principalmente por las acciones promocionales con prensa tradicional.

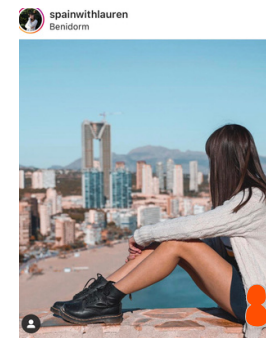
Sin embargo no se renunció por completo a la publicidad a través de influencers, realizándose un total de 8 colaboraciones en total con el fin de mostrar la oferta turística de Benidorm.

Aprovechando la celebración de la Benidorm Half, una semanas antes de la crisis sanitaria, Visit Benidorm invitó a un grupo de influencers especializados en **deporte y running (1)**.

Una vez entrado el verano, se realizaron colaboraciones con el Blog de familias holandeses **"Familia Lakap" (2)**, el influencer también holandés **@boazo (3)**, la instagramer **@Evpnagata (4)** la familia Youtuber francesa **"Us Around the World" (5)**.

Visit Benidorm también llevó a cabo una acción con **Tiktokers (6)** de gran nivel, aprovechando el tirón de esta Red Social y que acabó siendo todo un éxito.

Para finalizar con las acciones con influencers, destacar que el equipo de Visit Benidorm también invitó en 2020 a un blog especializado en **nómadas digitales italianos (7)** y a la bloguera británica de proximidad, **@SpainwithLauren (8)**.





PUBLICIDAD Y CO-MARKETING

Como bien indica el portal Marketing Directo; Crear sinergias bien diseñadas y con un valor añadido es una de las mejores herramientas de marketing pues se ofrece a los usuarios lo mejor de dos marcas al mismo tiempo que se mejora la satisfacción del target y la reputación de ambas compañías

En algunas ocasiones a través de publicidad directa y en otras aprovechando la estrategia del co-marketing y el win to win, Visit Benidorm ha realizado varias campañas publicitarias en destinos emisores de turistas a la ciudad.

Para llevar a cabo dichas campañas se han realizado sinergias y colaboraciones con touroperadores, con el fin de maximizar el impacto de las campañas y poner el foco en los clientes potenciales.

• Publicidad Verano 2020

España:

Con la ligera mejoría que experimentó la crisis sanitaria coincidiendo con el comienzo del verano y la consiguiente reactivación de la oferta hotelera de Benidorm y la actividad turística en la ciudad, desde Visit Benidorm se aprovechó para llevar a cabo una campaña de publicidad nacional, con la intención de incentivar las reservas y visitas de turistas nacionales.

La campaña se llevó a cabo con la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana, El Patronato Costa Blanca y la Asociación Hotelera HOSBEC y su objetivo principal era el de mostrar Benidorm como un destino seguro de vacaciones en España.

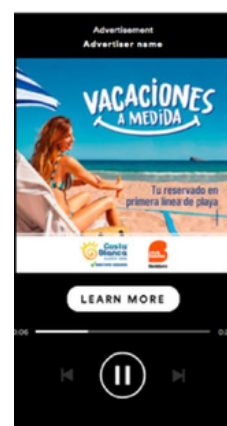
Dicha campaña contó con 6 ejes de acción y generó los siguientes impactos:

Acciones

Impactos

• Publicidad Mobile➤	39.995.281
• Banners y Vídeo➤	209.201.607
• Compra Directa➤	571.437
• Radio Online (Spotify)➤	2.208.449
• Compra Programática➤	4.031.897
• Campaña influencers➤	482.172

**+ 257 Mill.
Impactos**





Reino Unido:

Entre el 1 de agosto y el 30 de septiembre se llevó a cabo una campaña de publicidad en mercado británico. A pesar de las restricciones impuestas por el gobierno inglés, se consideró importante incentivar las reservas ya no solo para la temporada estival sino para los meses siguientes.

La campaña también se llevó a cabo con la colaboración de Turisme Comunitat Valenciana, y su objetivo principal era el de mostrar en Reino Unido, Benidorm como un destino seguro de vacaciones.

Lamentablemente las restricciones de movilidad no se levantaron a pesar del trabajo de BenidormIsland.com y estas campañas quedaron en generación de recuerdo de la marca no como incentivo para la compra de vacaciones.

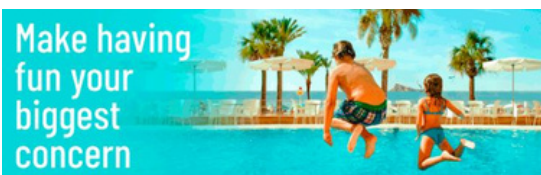
Dicha campaña contó con 4 ejes de acción y generó los siguientes impactos totales:

Acciones

Impactos

• Publicidad Display→	60.516.235
• Microinfluencers→	289.168
• RRSS→	11.029.525
• Publicidad Nativa→	1.333.098

**+ 72 Mill.
Impactos**



Países Bajos y Bélgica:

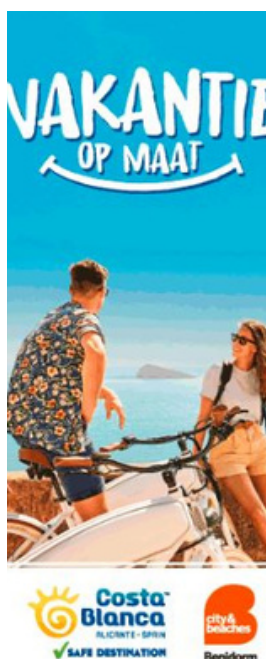
Entre el 1 de agosto y el 30 de septiembre se llevó a cabo una campaña de publicidad en los mercados holandés y belga.

Dicha campaña se llevó a cabo con la colaboración del Patronato Costa Blanca y su objetivo principal era el de mostrar en ambos países Benidorm como un destino seguro de vacaciones.

La acción publicitaria contó con 4 ejes de acción y generó los siguientes impactos totales:

<u>Acciones</u>		<u>Impactos</u>
• Publicidad Display➔	39.995.281
• Microinfluencers➔	289.168
• RRSS➔	10.493.772
• Publicidad Nativa➔	1.705.817

**+ 50 Mill.
Impactos**



• Co-Marketing Verano 2020

España:

Durante el verano de 2020, Visit Benidorm llevó a cabo una campaña de co-marketing con el fin de atraer público nacional e incentivar las reservas.

El receptivo **Avoris** y su propuesta fue la que ganó el concurso. Dicha propuesta consistía en una campaña de co-marketing con el turoperador nacional **B-The Travel Brand**.

Acciones

- Prensa (El Mundo)
- Online General (Media Set, A Tres Media, Hola.Com).
- Online Corporativo (Web, RRSS y CRM).
- Publicidad Exterior



Impactos

4.116.300

1.200.000

465.000

1.140.002

**+ 6 Mill.
Impactos**



QUÉ SUERTE QUE NOS TOQUE VIAJAR AQUÍ

COMUNIDAD VALENCIANA

VACACIONES A MEDIDA
@nuriatravels

ADO
Parque de España

Benidorm
COMUNITAT VALENCIANA

Mediterráneo EN VIVO Y SEGURO

BENIDORM Hotel & Spa**** TODO INCLUIDO		GANDÍA Hotel*** PENSIÓN COMPLETA		OROPESA Hotel*** PENSIÓN COMPLETA		PEÑÍSCOLA Hotel*** MEDIA PENSIÓN	
AGO	SEP	AGO	SEP	AGO	SEP	AGO	SEP
89€	90€	69€	36€	82€	62€	61€	39€

Preços orientativos "desde" por persona y noche en habitación doble y régimen indicado actualizados a fecha de edición de esta publicación por lo que están sujetos a variaciones en función de la fecha que se efectúe la reserva. Consulte fechas exactas, mínima estancia y condiciones de nuestras ofertas. Gastos de gestión por reserva no incluidos. Avoris Retail Division S.L. CIF B0702107 - BAL 005 M/M C/ José River Motta, 27 - 07006 Palma.

Contactanos en      Más de 700 tiendas bthetravelbrand.com 902 200 400

B the travel brand

Con el fin de seguir trabajando el mercado nacional y aprovechando el incremento de los viajes y las reservas por parte de los españoles para el verano, Visit Benidorm colaboró con la campaña de co-marketing llevada a cabo por parte de Hosbec con algunos de los principales turoperadores y agencias del ámbito nacional. Se llevó a cabo una campaña de co-marketing con el fin de atraer público nacional e incentivar las reservas.

Dicha campaña se llevó a cabo concretamente con, **Viajes El Corte Inglés, Nautalia, Europlayas, Club de Vacaciones, Globalia, Destinia y Logitravel.**

Acciones

• Prensa	----->	2.469.214
• RRSS Y Newsletters	----->	8.680.042
• Online (Banners)	----->	7.170.452
• Televisión	----->	16.821.145

**+ 34 Mill.
Impactos**



A nivel nacional, Visit Benidorm también colaboró en la campaña de promoción offline llevada a cabo tanto en Madrid como en Valladolid y en la que se pusieron en marcha 70 mupis y 134 pantallas con imágenes de Benidorm.

Dichos mupis y pantallas estaban localizados en lugares estratégicos en los que diariamente pasaban multitud de personas como el caso de la estación de Atocha de Madrid.



Reino Unido:

En el **verano de 2020** también se colaboró con la campaña de co-marketing de Hosbec y Costa Blanca para fomentar las reservas de turistas de Reino Unido.

El turoperador **Jet 2 Holidays** y su propuesta ganaron el concurso. Dicha propuesta consistía en una campaña de email marketing con tres envíos masivos de un mail dedicado a la oferta de Benidorm y la Costa Blanca, así como una campaña de banners online en diferentes medios y portales de internet.

Publicidad Online

- Banners en portales web



39.995.281

Impresiones

Email Marketing

- Tres envíos, email exclusivo CB



207.488

Alcance



• Publicidad Invierno 2020

España:

Visit Benidorm, en colaboración con HOSBEC y Turisme Comunitat Valenciana llevó a cabo una nueva campaña de publicidad durante la época invernal, centrada en este caso en fomentar las reservas de turistas nacionales de proximidad (Alicante, Murcia, Albacete, Madrid y Valencia).

La propuesta ganadora del concurso consistía en una campaña offline de radio, banners en prensa tradicional online y banners en prensa online y RRSS.

Resultados Totales

- Impresiones➤ 78.296.191
- Clicks/Visualizaciones➤ 207.972



• Co-Marketing Invierno 2020

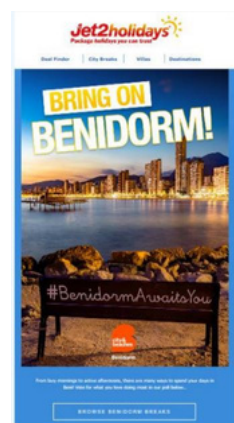
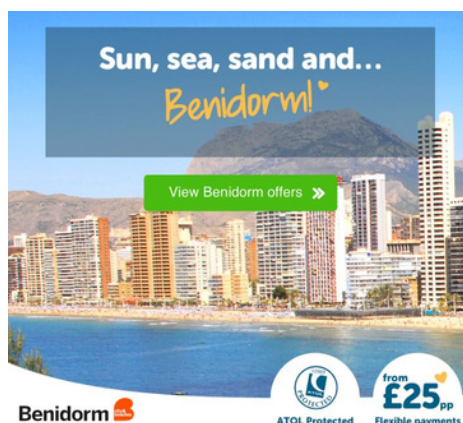
Reino Unido:

Durante el mes de Diciembre, Visit Benidorm, también llevó a cabo una acción de co-marketing con turoperadores británicos con la intención de potenciar las reservas de cara al segundo semestre del 2021.

En total fueron ocho las empresas emisoras de turistas elegidas entre las que no solo habían turoperadores, sino también, bancos de camas y OTAs.

Resultados Totales

- Impactos→ 10.542.421
- Inserciones Publicitarias→ 48





COBERTURA MEDIOS

El 2020, ha sido un año de cambios y de una sucesión de acontecimientos constante. Por ello, ha sido de vital importancia asistir constantemente a todos los medios de prensa, televisión y radio que ponían su foco en Benidorm con la intención de ver las reacciones de la capital de la Costa Blanca ante la crisis sanitaria, económica y social que hemos vivido.

Como bien sabemos, el turismo ha sido uno de los grandes perjudicados durante la pandemia, y como no, cuando se hablaba de turismo, se hablaba de Benidorm. Por ello, Visit Benidorm ha tratado durante todo 2020 de ayudar y asistir a los medios interesados en la ciudad, con el fin de facilitarles su trabajo.

Se han llevado a cabo más de una treintena de colaboraciones con medios, principalmente con televisiones.

Durante el 2020 en Benidorm hemos tenido grabando en más de una ocasión a los principales medios y programas nacionales como los **telediarios de Antena (1)**, **TVE (2)** y **A Punt (3,4,5)** el programa **Comando al Sol de TVE (6)**, el de **Terra Viva de Apunt (7)**, el **documental Memorias (8)** y las noticias de otras cadenas de gran importancia como **Antena 3 (9)**, Telecinco , La Sexta y Cuatro.



También hemos contado con el interés de numerosos medios internacionales entre los que podemos destacar, las cadenas francesas **AFP TV (1)**, y **France 2 (2)**, la **ITV de Reino Unido (3)**, **RTS de Suiza (4)**, **TV2 de Noruega (5)** y **CGTN internacional (6)**.



• Clipping Visit Benidorm 2020

Si tuviéramos que sacar algo positivo de 2020, sería el gran número de publicaciones en medios de prensa, audiovisuales y online que se han hecho sobre Benidorm.

Cuando se hablaba sobre turismo, se hablaba sobre Benidorm y la ciudad ha estado en el foco constantemente.

Hemos recopilado las publicaciones en un Paddlet que podeis contemplar pinchando en el botón.

[Descubre nuestro Clipping](#)



Impactos Clipping 2020

..... España

Televisión

**55
Millones**

Prensa

**18
Millones**



..... Reino Unido

Televisión

**18
Millones**

Prensa

**39
Millones**

..... Resto del Mundo

Televisión + Prensa

11 Millones





COLABORACIONES Y RELACIONES INSTITUACIONALES

A lo largo del 2020 y como viene sucediendo en los últimos años Visit Benidorm ha seguido colaborando y trabajando en la organización de eventos y desarrollo de actividades en la ciudad que contribuyen a la dinamización de su actividad turística.

En estas colaboraciones encontramos principalmente el soporte ofrecido a las diferentes series y películas de TV grabadas en la ciudad durante 2020, pero también el apoyo ofrecido en la organización de eventos.

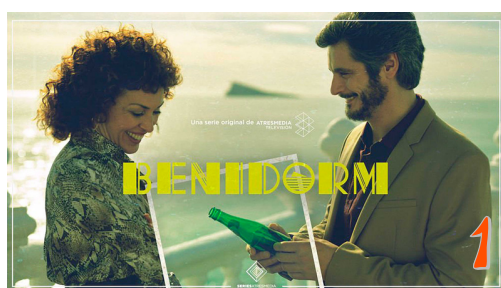
En cuanto a las relaciones institucionales, siendo Visit Benidorm un ente mixto, debe de participar cada año en diferentes actos institucionales, los cuales citaremos a continuación.

• Colaboraciones

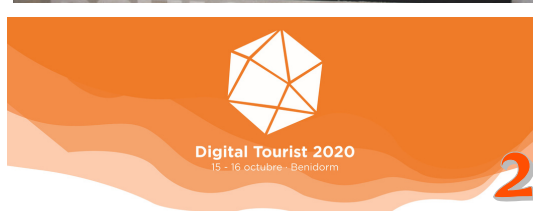
Las colaboraciones llevadas a cabo por Visit Benidorm, de la mano de la Benidorm Film Office durante 2020, giran principalmente en torno a las grabaciones tanto de cine como de series llevadas a cabo en la ciudad.

La Fundación ha ofrecido soporte y ha colaborado estrechamente con la grabación de la serie de **ATresMedia "Benidorm" (1)**, la película de la prestigiosa directora Isabel Coixet, **"Nieva en Benidorm" (2)** y la serie del director Secun de la Rosa, **"El Cover" (3)**.

Tres grandes producciones en las que Benidorm se convierte en un protagonista más de la trama, siendo está una gran oportunidad promocional para la ciudad.



La Fundación también ha colaborado durante este año en la organización de eventos en la ciudad, como es el caso del **Most Congress (1)** organizado por Hosteltur en febrero, el **Digital Tourist (2)** de AMETIC en Octubre y el **Foro de Turismo de Benidorm (3)** en diciembre, estos dos últimos en formato híbrido.



• Relaciones Institucionales

La Fundación Visit Benidorm como todos los años, durante 2020 y a pesar de la situación sanitaria, ha participado en diferentes actos y viajes institucionales, representada en unas ocasiones por la directora del ente mixto y en otras por el alcalde y presidente de Visit Benidorm.

En este apartado encontramos acciones como; la participación en el foro de ciudades sostenibles e inteligentes, **Greencities (1)** de Malaga, la visita a Benidorm del nuevo **Secretario de Estado de Turismo (2)**, en el que además fue su primer desplazamiento desde su nombramiento, la participación en el Benidorm **Opening Tour (3)**, un recorrido por algunos hoteles que ya habían retomado su actividad tras el confinamiento y la visita de **Sus Majestades los Reyes de España** en Julio (4).



Por último, destacar que Visit Benidorm tuvo el honor de recibir el día de la Constitución y por parte del Ayuntamiento de Benidorm, un reconocimiento a la labor realizada durante el confinamiento establecido por el Estado de Alarma ante la alerta sanitaria por Covid-19.





PROYECTOS

Este año 2020 nos ha obligado a reconvertirnos constantemente. Han sido muchos los nuevos proyectos e ideas que nos hemos visto obligados a desarrollar y poner en marcha.

Proyectos basados en la promoción pero también en la gestión del destino con el fin de que este se adaptara de la mejor manera posible a las nuevas formas de viajar.

Visit Benidorm ha sido consciente en todo momento en la importancia de la seguridad y por ello ha trabajado mucho en acciones que reforzarán este aspecto.

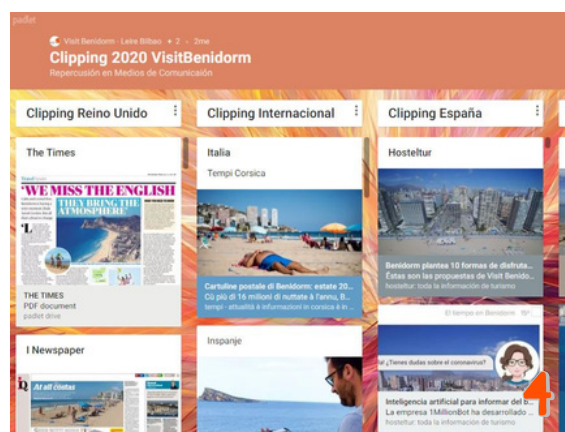
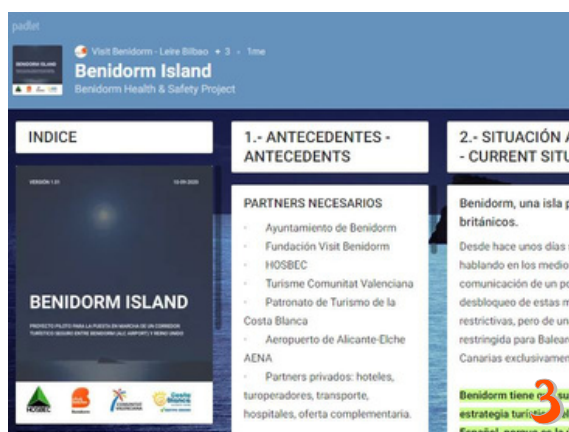
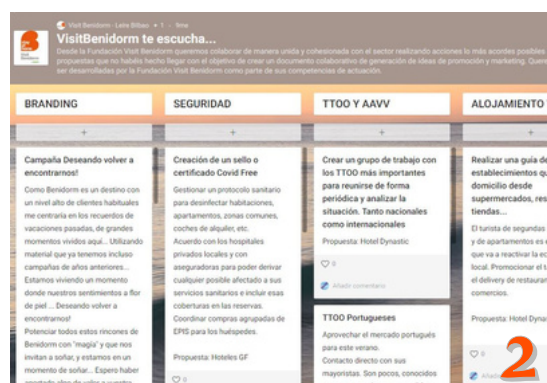
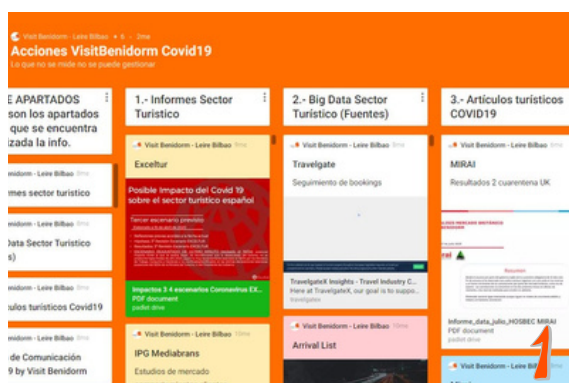
• Repositorio de Información, Paddlet

El padlet es una herramienta web que nos permite almacenar y compartir material multimedia, básicamente un muro digital donde todo el equipo comparte los recursos e información localizada en internet sobre temas concretos, con el fin de que todos tengan acceso a esta.

Desde el comienzo del confinamiento, se apostó por esta herramienta de trabajo ya que se contaba con un gran volumen de información, artículos, documentos etc. y era importante encontrar un repositorio en el que recopilar todo.

El paddlet se compartió con el sector turístico de Benidorm, permitiendo el acceso a todo aquel que quisiera obtener información sobre los temas tratados en cada uno de los repositorios.

Se generaron en total cuatro paddlet, uno con **Acciones de Visit Benidorm ante el Covid 19 (1)**, el de **Benidorm Te Escucha (2)** con las ideas del sector turístico de Benidorm, uno sobre el proyecto **Benidorm Island (3)** y finalmente uno con la recopilación del **Clipping (4)** generado sobre Benidorm durante la pandemia.



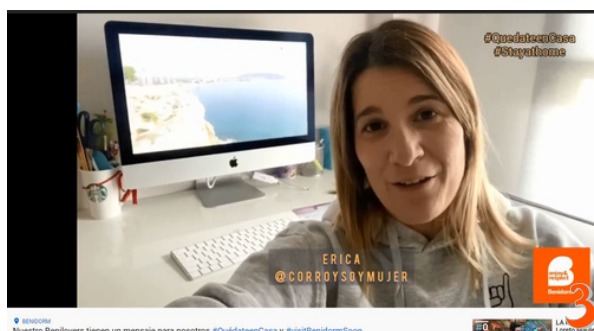
• Plan de Gestión Crisis Covid 19

En Marzo, con el comienzo de la crisis sanitaria, el estado de alarma y el confinamiento, Visit Benidorm se vió obligada a establecer e ir aplicando un Plan de Gestión de Crisis Covid19 específico que se dividió en varias fases:

FASE 1 - Campaña #QuédateEnCasa y de divulgación de información sobre el Covid19 en Benidorm.

En esta fase, coincidiendo con el inicio del confinamiento y la situación de alerta sanitaria en todo el país, desde Visit Benidorm, nos unimos al mensaje de #QuedateEnCasa, ya que era de vital importancia que todos hiciéramos un gran esfuerzo permaneciendo en nuestro hogar y contribuyendo a evitar que el virus siguiera propagándose.

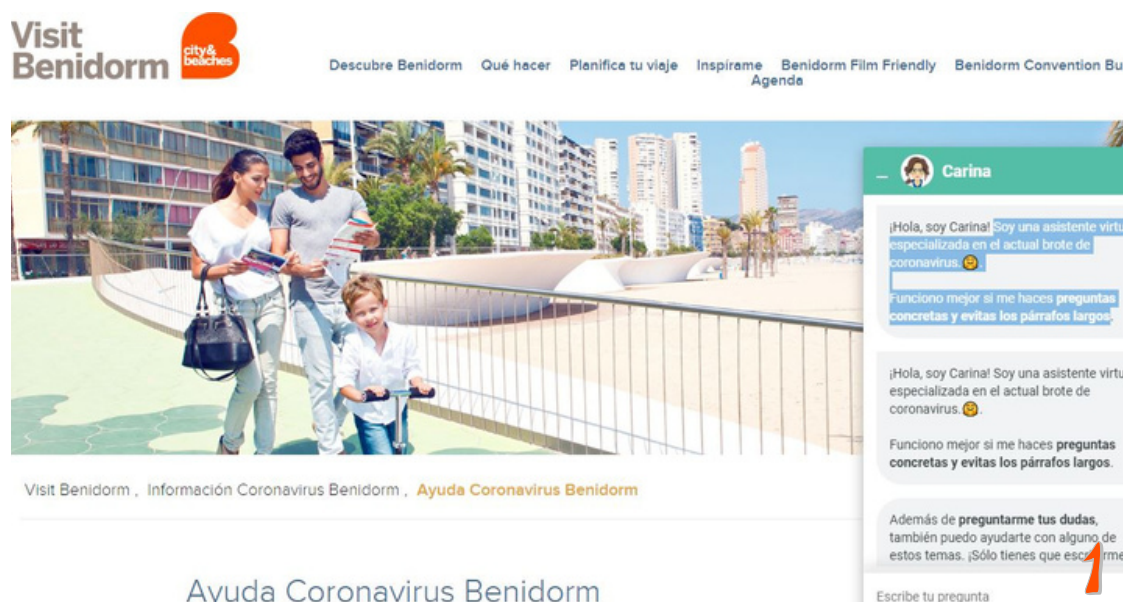
En esta fase, se llevaron a cabo acciones como el envío diario de **Newsletters (1)** a nuestra base de datos, en la que encontraban planes y actividades de todo tipo para realizar desde casa, Visit Benidorm promovió en todos sus canales un **Video de la playa de Poniente (2)** de Benidorm en la que aparecía el mensaje "QuedateEnCasa" con hamacas, también se pidió a los **Influencers más Benilovers (3,4)** con los que hemos trabajado en los últimos años, que nos enviaran vídeos animando a todo el mundo a que se quedara en casa, esta ultima acción contó con gran acogida y recibimos vídeos de influencers nacionales, británicos, franceses, italianos, holandeses, rusos y un largo etcétera.



La página web **www.visitbenidorm.es (1)** también se adaptó a la nueva situación y se subió multitud de información sobre la situación de la pandemia y sobre la importancia de quedarse en casa y hacer las cosas bien. Visit Benidorm apostó también por los vídeos caseros, arrancando con un **vídeo (2)** en el que se describe Benidorm como ciudad resiliente y se comunica a la comunidad de Benilovers que "volveremos pronto" y **otro (3)** pidiendo a nuestra comunidad que se "quede en casa".



Además, apareció el **chatbot Carina (1)**, un asistente virtual que se encargaba de contestar a los visitantes de las web todas las dudas que tuvieran sobre el virus del Covid-19.

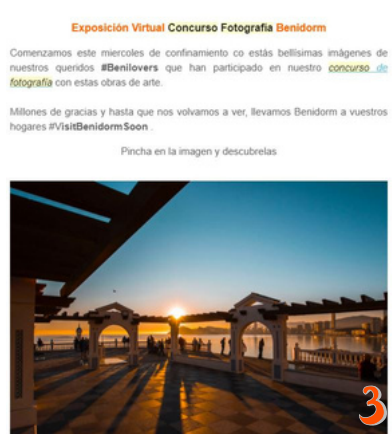


FASE 2 - Campaña de generación de contenidos y #VisitBenidormSoon. Fomento de conexiones con nuestros usuarios, y aquellos nuevos, para promover una Comunidad Digital de Benilovers que deseen viajar a Benidorm una vez se reactive todo.

En esta fase trabajamos por mantener despiertas entre nuestra comunidad de Benilovers las ganas de viajar a Benidorm cuando todo pase.

Adaptamos el logo a la situación con el lema **#VisitBenidormSoon (1)**, aprovechamos las Newsletters para enviar una bajo el nombre **Newsletter Positiva (2)** con noticias y acontecimientos que nos llegan muy adentro y nos permiten creer que entre todos, acabaremos con esta situación.

Llevamos a cabo tres concursos entre nuestros seguidores, uno de **fotografía (3)**, uno de **relatos e historias (4)** vividas en Benidorm y otro coincidiendo con la Semana Santa en el que los participantes deben de encontrar una serie de **huevos de Pascua (5)** escondidos en una fotografía del Parque Natural de Sierra Helada.

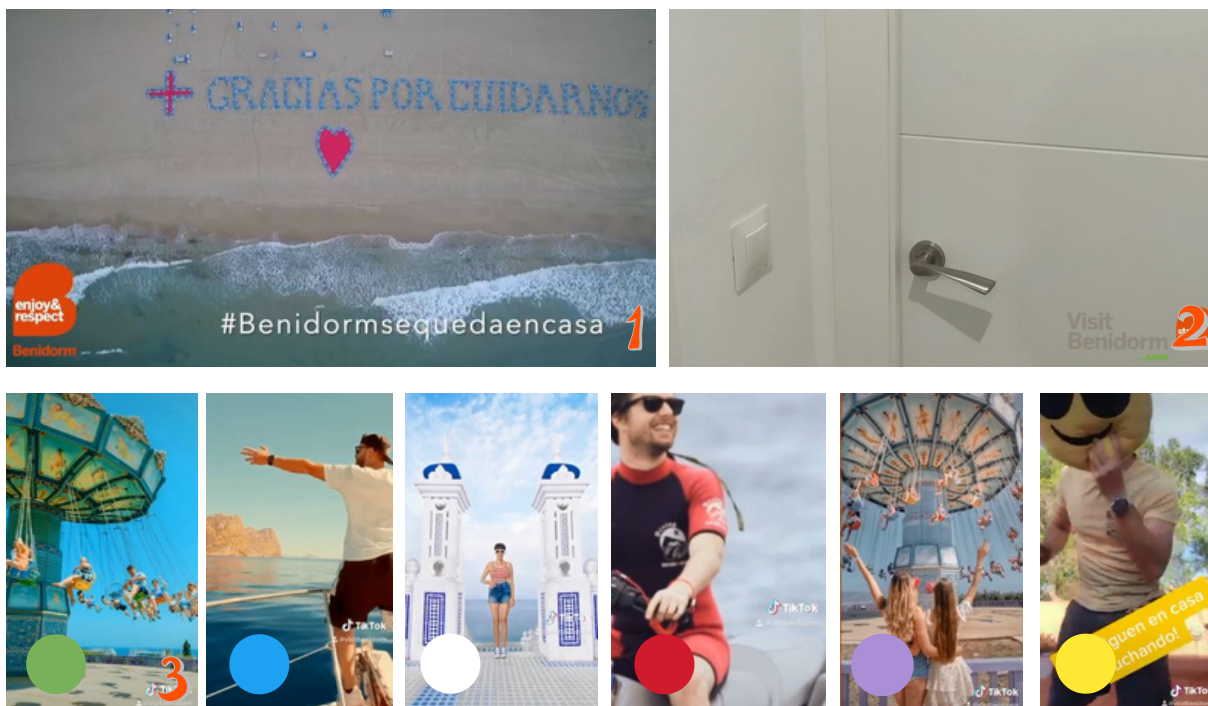


Encuentra los Huevos de Pascua y entra en un concurso, gracias al cual ganar una estancia de 2 noches para dos personas en un hotel 3 en Benidorm.

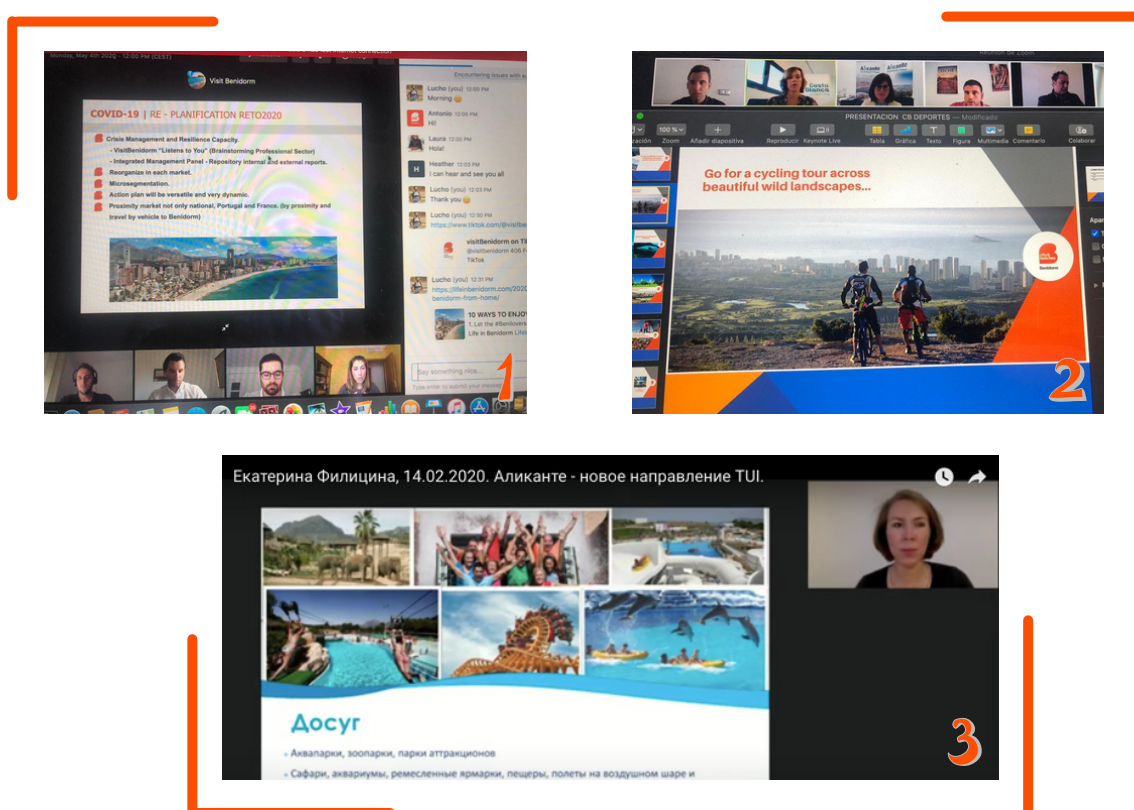
Revisa el contador a la derecha para comprobar cuantos has encontrado.



El equipo de Visit Benidorm elaboró y publicó varios vídeos como el de **Gracias por Cuidarnos (1)** o el de la **Puerta que se abre a Benidorm (2)** y la serie de **vídeos de colores (3)** para la Red Social de moda Tik Tok.



Durante esta fase, se aprovechó también para llevar a cabo diferentes tipos de webinars y formaciones sobre Benidorm, unos dirigidos a **estudiantes de turismo (1)**, otros a **agencias de viajes y turoperadores (2)** y otros a **público general (3)**.



FASE 3 - Campaña #BenidormTeEspera mediante contenidos sobre la ciudad y su reactivación con vistas a la ya muy cercana reapertura de la actividad turística.

A raíz de que la situación empezaba a mejorar y se veía algo de luz en el horizonte, arrancamos una campaña con el fin de despertar de nuevo interés en Benidorm y demostrar que estábamos preparados para recibir a nuestros turistas pronto.

Creación de un apartado específico sobre cosas para hacer en Benidorm en las newsletters diarias.

Puesta en marcha de la campaña #BenidormTeEspera, en la que se muestran las nuevas aperturas y opciones disponibles para venir a Benidorm.

Y cuando todo pase: Disfrutaré de un día de un baño de agua y sol en la Playa de Levante

Si Benilover, estamos convencidos de que todo pasará y más pronto que tarde volveremos a disfrutar de Benidorm y sus bondades.

Por ello, aprovechamos esta newsletter diaria para incluir un "Nuevo Plan", este será un plan con vista a futuro y que sólo podremos llevar a cabo en Benidorm y cuando todo esto pase.

Os invitamos a que en vuestro próximo viaje a Benidorm, llevéis a cabo al menos uno de los planes que lanzaremos desde hoy y hasta el final del confinamiento.

Playa de Levante. Divertida y Vibrante.

Esta es, quizás, una de las playas más conocidas de toda Europa. Se trata de una playa urbana de más de 2 kilómetros de longitud que discurre entre Punta Pinet y Punta Canfali. Una extensión de fina y dorada arena es bañada por las aguas tranquilas del Mediterráneo y gracias a su orientación, es posible tomar el sol hasta bien entrada la tarde.



Visit Benidorm city&beaches

Porque ha llegado el momento de volver a disfrutar de las virtudes de Benidorm :)

#BenidormTeEspera

Benidorm ultima detalles para la vuelta de sus Benilovers

Nos estamos preparando para recibirte, aplicando protocolos de higiene y sanitarios según las recomendaciones de sanidad para minimizar tus riesgos y que puedas disfrutar de Benidorm.

Queda poquito para que la capital de la Costa Blanca vuelva a hacer feliz a cada uno de los turistas que se decanta por ella como su lugar de vacaciones.

Benidorm reabre sus playas

Las playas de Benidorm se han abierto este lunes "con total seguridad", coincidiendo con el inicio de la Fase 3 del plan estatal de la desescalada.

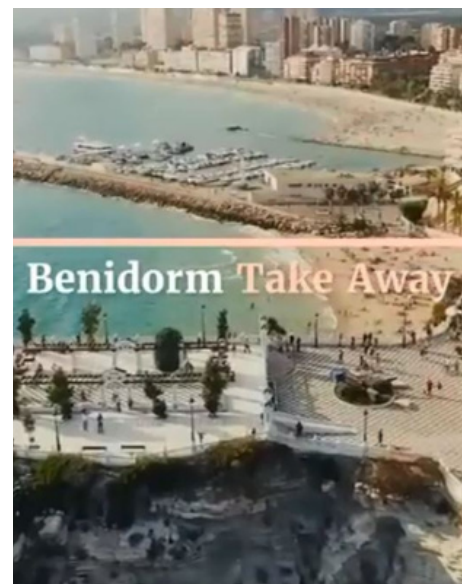
Esta reapertura se ha realizado en base al "plan global" diseñado por el Ayuntamiento junto con Visit Benidorm y que tiene entre sus ejes el denominado "Benidorm Beach Safety" cuyo "primer objetivo es que todo el mundo disfrute la playa en libertad y sintiéndose protegidos", sabiendo que se están aplicando las medidas necesarias para que se respete "la distancia física que es, en este momento y a falta de vacunas, el mandato más importante que trasladan la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Gobierno de España para evitar la



• Benidorm Take Away

Durante el confinamiento y con la intención de llevar Benidorm a casa de nuestra comunidad de Benilovers, la Fundación puso en marcha el proyecto "Benidorm Take Away" que contaba con directos semanales en nuestro perfil de Instagram con empresas locales.

Se llevaron a cabo un total de 4 directos, el primero fue con Terra Natura Benidorm. Días después, pudimos explorar el Parque Natural con una bicicleta eléctrica de Tao Bike. El tercero fue una aventura por las montañas subidos a un 4x4 de la mano de Marco Polo Expediciones. Y el ultimo nos mostro que en Benidorm se puede "esquiar" sobre el agua en el primer cable ski del mundo en aguas abiertas, Cable Ski Benidorm.

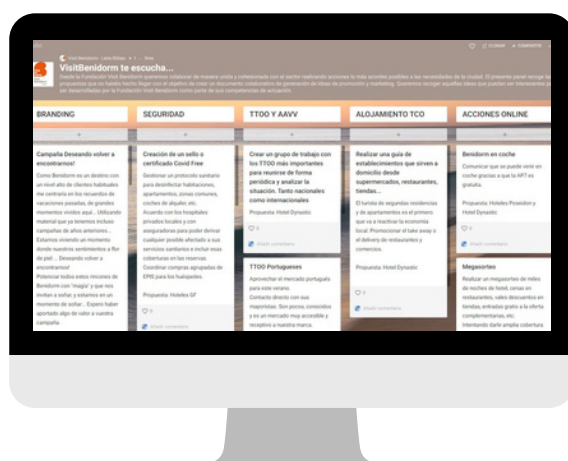


• Visit Benidorm Te Escucha

Desde la Fundación Visit Benidorm con la intención de colaborar de manera unida y cohesionada con el sector y poder realizar acciones lo más acordes posibles a las necesidades de la ciudad, trasladó a los profesionales turísticos de Benidorm el formulario "Benidorm te Escucha" con el objetivo de crear un documento colaborativo de generación de ideas de promoción y marketing (tipo Brainstorming) de beneficio para la ciudad.

El documento tenía como objetivo recoger aquellas ideas que puedan ser interesantes para ser desarrolladas por la Fundación Visit Benidorm como parte de sus competencias de actuación.

Tras la recogida de ideas, Visit Benidorm analizó cada una de ellas y las agrupó en un repositorio paddlet con el fin de compartirlo de nuevo con todo el sector.



• Sello Benidorm Covid 19 Protocol-ON

Visit Benidorm, en colaboración y coordinación con la Patronal hotelera HOSBEC, desarrollaron y pusieron en marcha a partir del mes de junio, una metodología de reconocimiento y acreditación de aquellas empresas que cumplieran con los requisitos recogidos en las Órdenes Ministeriales publicadas en las diferentes fases de desescalada y que establecen las condiciones hacia una nueva realidad.

Bajo el nombre de "Benidorm Covid-19 Protocol-ON", en pocos meses ya eran más de cincuenta las empresas que habían obtenido el sello.. Para ello, tenían que adjuntar una declaración responsable y demostrar con diversa documentación que están aplicando los protocolos.

Este modelo servía para alojamientos, agencias de viajes, campos de golf, comercios, empresas de turismo activo, guías turísticos, instalaciones náuticas, ocio nocturno, viviendas vacacionales, oficinas de turismo, parques de atracciones y ocio, restauración, transporte turístico y visitas turísticas y de museos.



Visit Benidorm y Hosbec crearon una amplia carteleria que posteriormente se ofreció a todas aquellas empresas turísticas de Benidorm que quisieran ponerla en sus establecimiento y de esta manera informar a sus clientes, trabajadores y proveedores sobre las medidas preventivas contra el Covid-19 .

MEDIDAS PREVENTIVAS COVID'19		COVID'19 PREVENTIVE MEASURES	
	MANTENER DISTANCIA SEGURIDAD <ul style="list-style-type: none">• Si no es posible, usar mascarilla• Respetar los aforos establecidos	SI PRESENTA ALGUNO DE ESTOS SÍNTOMAS: IF YOU HAVE ANY OF THESE SYMPTOMS:	
	MANTAIN SOCIAL DISTANCING <ul style="list-style-type: none">• If it is not possible, wear a mask• Respect the occupancy capacity of the venue		
	LAVADO DE MANOS OBLIGATORIO <ul style="list-style-type: none">• Al acceder a restaurante y zonas comunes• Antes y después de tocarse la cara		
	YOU MUST WASH YOUR HANDS <ul style="list-style-type: none">• On entering the restaurant and public areas• Before and after touching your face	USTED DEBE YOU MUST	
	AL TOSER O ESTORNUDAR <ul style="list-style-type: none">• Tapar nariz y boca con el codo• Usar pañuelo de papel y tirar		
	WHEN YOU COUGH OR SNEEZE, <ul style="list-style-type: none">• Cover nose and mouth with elbow• Use tissues and dispose of (immediately) after		
		Atención médica Medical assistance	Aislase en su habitación Stay in your room
			Use mascarilla si está acompañado / Use your mask if you are not alone



Las más de **60 solicitudes** para sellos con las que contábamos al terminar el año, se realizaron a través de un portal web creado de manera específica para este fin y que les permitía aplicar y solicitar este distintivo que se otorgaba de manera gratuita una vez revisado todos los procedimientos implementados por la empresa y documentación aportada.



¿Cómo obtener el sello Covid-19 Protocol ON?

¿Qué requisitos cumplen los establecimientos?

Establecimientos Covid-19 Protocol ON



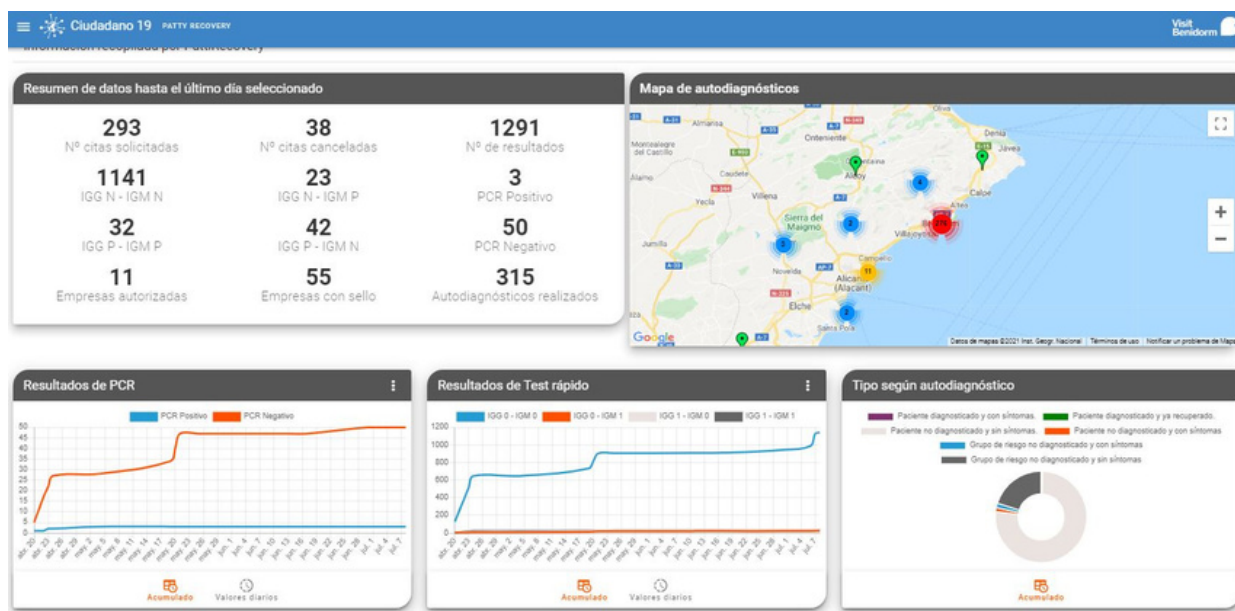
● Patti Recovery

Patti Recovery es un proyecto de seguridad en materia sanitaria que se vió obligado a reconvertirse con la crisis del Covid-19 y en el que Visit Benidorm trabajó de manera coordinada con sus promotores.

La primera medida en marcha de Patti era la del testeo de los trabajadores del sector publico y empresas concesionarias, a las que luego siguieron empresas turísticas, y el posterior volcado de datos a un mapa. "Conocer para actuar". Este mapa pretendía monitorizar la situación de los trabajadores del sector turístico y poder ofrecer datos a medios de comunicación y turoperadores.

Las siguientes fases no llegaron a ejecutarse debido a la mejora de la situación sanitaria que se produjo con la entrada al verano y a la falta de apoyo por parte de agentes externos (turoperadores, aerolíneas, etc.)

A pesar de que no estaba previsto cuando se diseñó el proyecto, finalmente se acabó integrando en la plataforma toda la información relacionada con el sello Benidorm Covid-19 protocol ON, con el fin de que todos pudieran ver qué empresas iban obteniendo dicho reconocimiento y por lo tanto cumpliendo con todos los procedimientos y medidas sanitarias y de higiene.



• Playas Seguras "Benidorm Beach Safety"

La Fundación Visit Benidorm colaboró con el Ayuntamiento y la Concejalía de Playas en la gestión y puesta en marcha del proyecto "Benidorm Beach Safety".

Las playas de la ciudad se reabrieron al público el 15 de Junio y lo hicieron con cuerdas que delimitaban áreas de 4X4 metros para asegurar el distanciamiento social obligado por la crisis sanitaria de la Covid-19.

Se optó por la creación de parcelas a través de cuerdas para delimitar sobre la arena los espacios separados de estas playas que, en condiciones normales, pueden albergar unas 40.000 personas y que a partir de ese día veían reducido su aforo a 33.000 personas.

La división en zonas de cuatro por cuatro permitía garantizar la distancia de seguridad de dos metros entre las personas y era una de las pocas maneras de garantizar la seguridad y cumplir con el decreto del Ministerio de Sanidad y el proyecto de Playas Seguras de la Comunitat Valenciana".

Visit Benidorm estuvo involucrada desde el minuto uno en este proyecto, conocido como Benidorm Beach Safety, nombre que también se le dió a la APP con la que los usuarios de la playa reservaban su parcela cada día y que se acabó convirtiendo en la manera más cómoda y rápida de hacerse con un hueco en la famosa playa española en este atípico verano.

Esta app acabó siendo un éxito, evitando a los usuarios el tener que hacer largas colas para poder acceder a la playa, ya que con antelación y gracias a la reserva ya sabían cual era su parcela asignada.

Entre el 15 de Junio y el 15 de Octubre las playas de Benidorm contaron con **2.339.469 Usuarios** .



• Benidorm Island

La Fundación Visit Benidorm trabajó junto con Hosbec y el Ayuntamiento de Benidorm en el diseño del proyecto "Benidorm Island", Un corredor sanitario seguro para los viajeros entre el Reino Unido y Benidorm que pudiera operar durante el otoño y permitiera recuperar ese mercado principal para la Costa Blanca alicantina.

Benidorm presentó el proyecto en un acto en el que participaban todas las administraciones implicadas y que tenía por objetivo "retomar la actividad turística" y hacer llegar al mercado británico la aspiración benidormí de "ofrecer felicidad"

'Benidorm Island' planteaba "un destino seguro en formato de burbuja y medidas extraordinarias" frente a la pandemia de la covid-19 que consistían en "permutar el test por cuarentena en la única 'isla' que opera para el mercado británico durante el invierno en territorio peninsular". Esa condición de casi ser una insularidad "es la que realmente define el comportamiento de los turistas británicos de vacaciones en Benidorm".

Benidorm, como capital de la Costa Blanca y mediante esta experiencia piloto, dejaba patente que no se queda parada ni esperando a que se produzcan acontecimientos sino que seguía trabajando en la reactivación turística de la ciudad.



BIG DATA



INTELIGENCIA TURÍSTICA

Es preciso incorporar tecnología que nos permita analizar el Big Data que se genera, siendo el objeto el cumplimiento de las estrategias y optimizar el plan de acción.

Consideramos imprescindible darle una mayor importancia a la inteligencia turística con objeto de lograr un mayor conocimiento del visitante y de las dinámicas turísticas que afectan al destino, con objeto de aportar datos y conocimientos que nos guíe en las acciones de desarrollo y promoción que se estimen necesarias pudiendo reforzar las líneas de actuación con información de calidad, transversal y accionable sobre el comportamiento de los visitantes, prestando atención a las siguientes áreas:

Obtener mayor información sobre los distintos segmentos de la oferta turística del destino, incluyendo información de perfiles de la demanda más sensibles a la misma, información geoposicionada, precios medios... pudiendo conocer el tipo de oferta que debe fomentarse y los mercados en los que debe centrarse.

• Informe Big Data año 2020

A través del siguiente informe desde la Fundación Visit Benidorm se pretende radiografiar el año 2020 enmarcado en una temporada caracterizada principalmente por la incertidumbre generada por la llegada de la Covid-19.

La primera parte pretende reflejar los cambios y variaciones sufridas en la capacidad aérea durante el ejercicio anual tanto desde el punto de vista de las aerolíneas como de los países emisores en su conjunto. Cerrándose este apartado con una previsión del horizonte que está por venir durante el primer trimestre de 2021.

La segunda parte se concentra en la evolución del sector del alojamiento a través de los índices de satisfacción desde la perspectiva del visitante, así como en la variación de precios sufrida respecto al pasado año según los datos de Tripadvisor y Booking.

Finalmente los dos últimos apartados se centran en el turista que nos ha visitado y en su comportamiento en un año tan atípico como este 2020. Primero se realiza un análisis a través de la recopilación de datos de Twitter e Instagram ofrecidos por la herramienta Mabrian, y en segundo lugar se exponen las tendencias de viaje de los siguientes mercados internacionales emisores:

- Reino Unido
- Portugal
- Bélgica
- Países Bajos
- Francia
- Alemania
- Italia



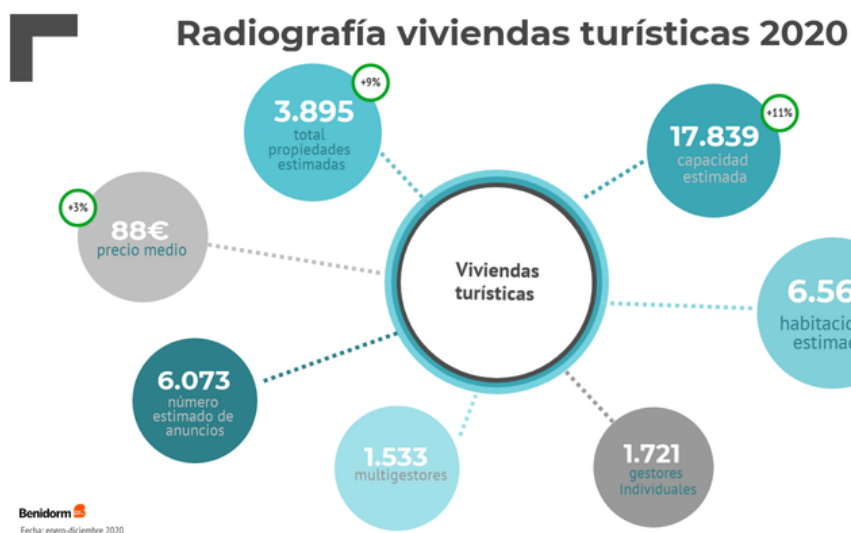
Los datos recopilados se consiguen gracias a la consulta de diferentes fuentes y herramientas de análisis de Big Data como Mabrian o Google Trends. Que ayudan en su conjunto a utilizar la inteligencia turística para lograr análisis exhaustivos del destino gracias a un sistema que permite una observación continua a las diferentes redes sociales.

Fuentes:



A través de la herramienta Transparent se desarrolla el siguiente informe con el objetivo de analizar el impacto de la oferta de propiedades turísticas privadas a través de las plataformas Airbnb, Vrbo, Tripadvisor y Booking.

El estudio se centra íntegramente en el municipio de Benidorm recogiendo los datos referidos al año 2020. A través de los datos recopilados de tipo económico, descriptivo y competitivo se pretende trazar una visión general del panorama actual, así como su evolución respecto al año anterior.



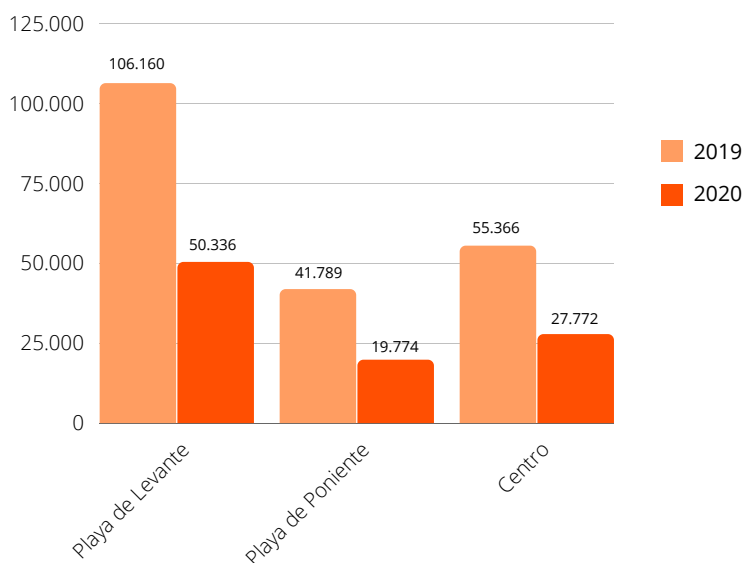
• Benidorm WIFI

Benidorm ha contado en los últimos años con una red 'smart wifi', puesta en marcha por la empresa *Wiongo* y que ha permitido proporcionar un servicio gratuito de internet a los miles de turistas que han pasado por la ciudad.

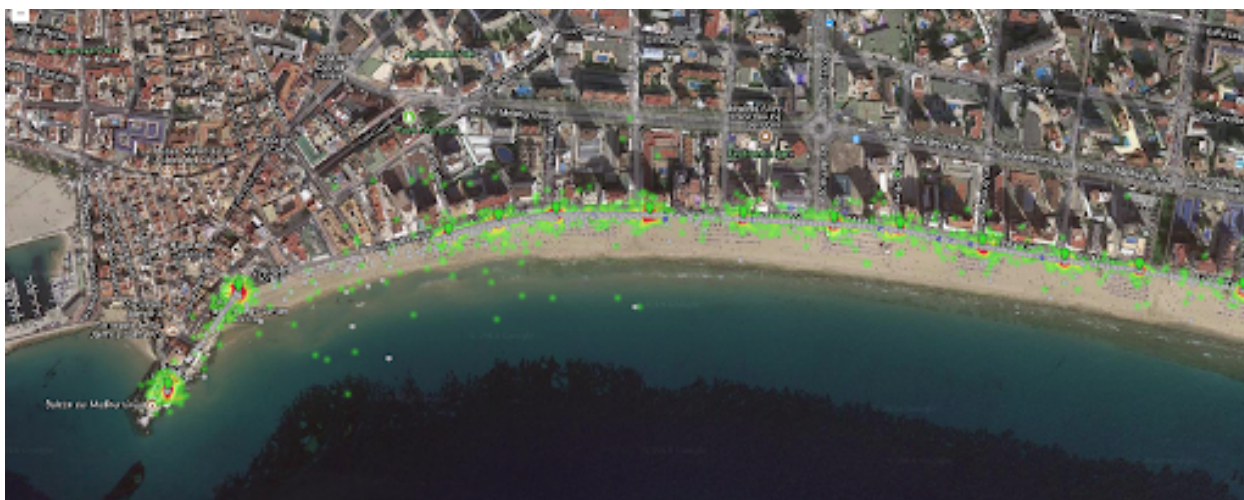
Este servicio de internet se extiende por las Playas de Poniente, Levante, Castillo y Casco Antiguo, contando con un total de 27 puntos Wifi. El usuario lleva a cabo una conexión "sin barreras" y "con datos anónimos agregados" que se complementan posteriormente con los que proporcionan herramientas como Google Analytics y que permiten trazar el perfil de los usuarios.

Además, el mapa de conectividades permite conocer el flujo y concentración de personas en diferentes puntos de la ciudad y también sus gustos y preferencias.

Usuarios Conectados a la Red Wifi



Entre 2019 y 2020, como podemos apreciar en el gráfico y debido a la crisis del Covid-19, el número de usuarios se ha visto reducido a más de la mitad en las tres zonas wifi de la ciudad de Benidorm.





Como bien indica el portal online eventosfera.com, si hay un sector que realmente ha cambiado ha sido el sector del turismo, no solamente por la forma de publicitarse o promocionarse sino por la necesidad de conversión de destinos opacos, mudos, en destinos conectados.

Cuando hablamos de la importancia de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, no solamente hablamos de proporcionar conectividad al viajero sino de ser facilitadores de información, contenido de calidad, buena usabilidad de las plataformas y presencia más allá de las habituales herramientas sociales, también en nodos específicos que favorezcan la interacción.

La web turística de Visit Benidorm (**www.visitbenidorm.es**), su blog (**lifeinbenidorm.com**) y sus canales en redes sociales (**[@visitbenidorm](https://www.instagram.com/visitbenidorm)**) se sitúan como elemento central en las estrategias de comunicación y promoción de Benidorm en Internet.



Web

La página web **www.visitbenidorm.com** fue creada en 2014 y desde ese momento no ha dejado de crecer, tanto en contenido como en visitantes. Este portal web ya **traducido en 10 idiomas**, se ha convertido en el motor central de la estrategia de comunicación online de Visit Benidorm, siendo el principal generador de contenido, con secciones actualizadas semanalmente como son la sección noticias o el calendario, se ha convertido en un espacio en el que cualquier perfil de turista puede encontrar información turística hecha a su medida.

Datos generales 2020



6.830.334

Total visitas



2.861.799

Total usuarios



3.703.685

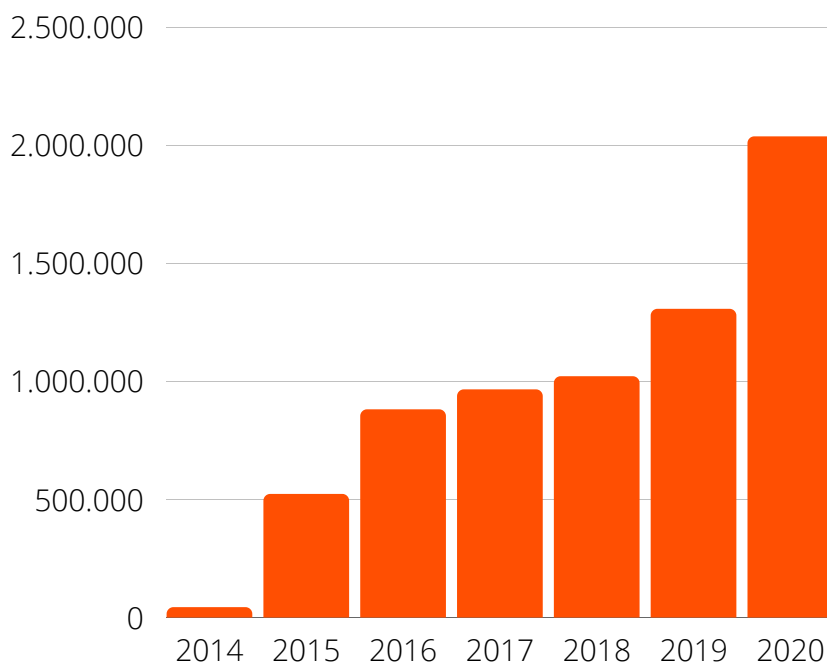
Sesiones



55%

Porcentaje de Rebote

Evolución anual de visitas a la web



La evolución de visitas a la web no solo ha ido aumentando anualmente sino que además, en el 2020, esa tendencia positiva se ha disparado debido al **aumento de consumo de contenido digital durante los meses de confinamiento**.

Algo que Visit Benidorm ha aprovechado para generar contenido.

Facebook

Comenzando con el análisis en Redes Sociales, Facebook sigue siendo uno de los pilares principales de la estrategia de promoción online desarrollada por parte de Visit Benidorm durante el 2020 por todas las posibilidades que ofrece (videos 360, grupos, directos...).

Datos generales 2020

 **73.884**
Total usuarios

 **18.942.460**
Total impresiones

 **16.657.716**
Total Alcance

 **148.168€**
ROI

Actividad de los usuarios

 **1.167**
Total Posts

 **389.800**
Total Likes

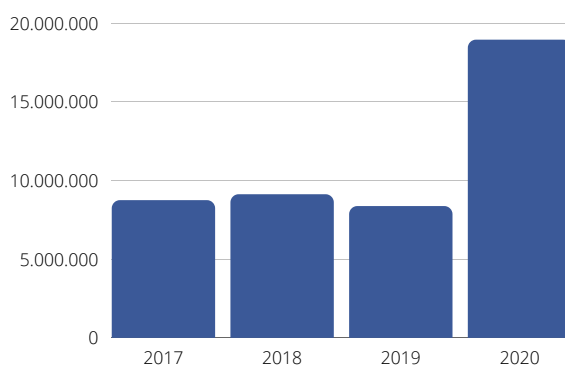
 **53.796**
Total Compartidos

 **23.323**
Comentarios

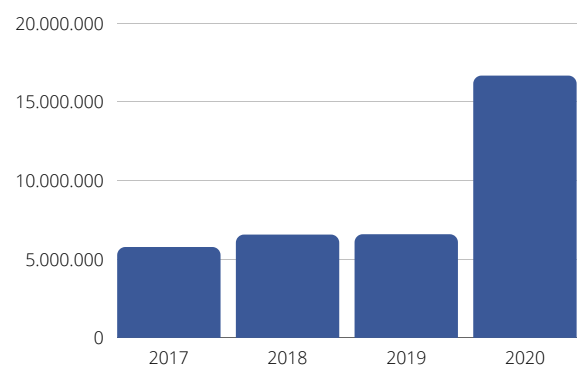
Durante el periodo del confinamiento domiciliario Visit Benidorm impulsó notablemente la comunicación online en Facebook para poder captar más leads ante el incremento del consumo de contenido digital generando los siguientes resultados para el año 2020.

En los siguientes graficos se puede apreciar el aumento que hemos percibido en cuanto a impresiones, alcance, me gustas en nuestras publicaciones y comentarios por parte de nuestra comunidad.

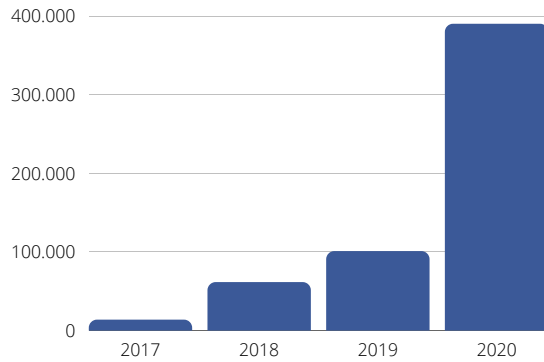
Evolución Impresiones



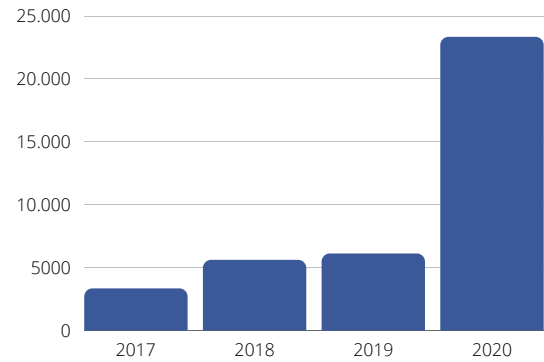
Evolución Alcance



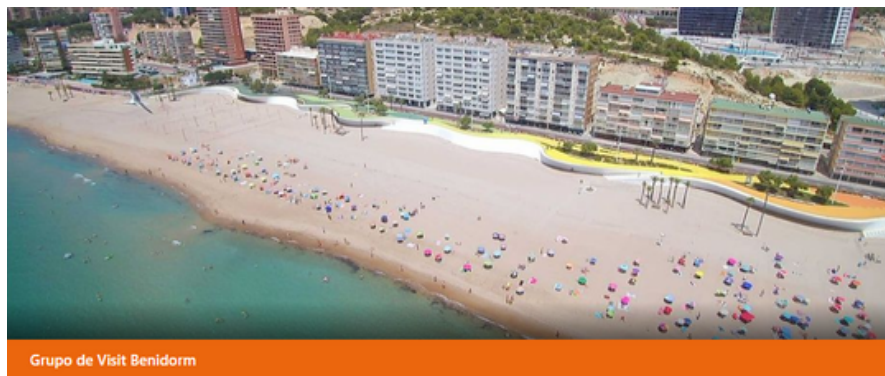
Evolución Me Gusta



Evolución Comentarios



Uno de los objetivos de Visit Benidorm es aprovechar los momentos de pandemia y confinamiento, con la sensibilidad que ello generaba, para crear **Comunidades de Benilovers**. Desde su creación en abril 2020 la comunidad cuenta ya con 540 miembros.



#VisitBenidormSoon y permítenos llevar Benidorm a vuestros corazones.

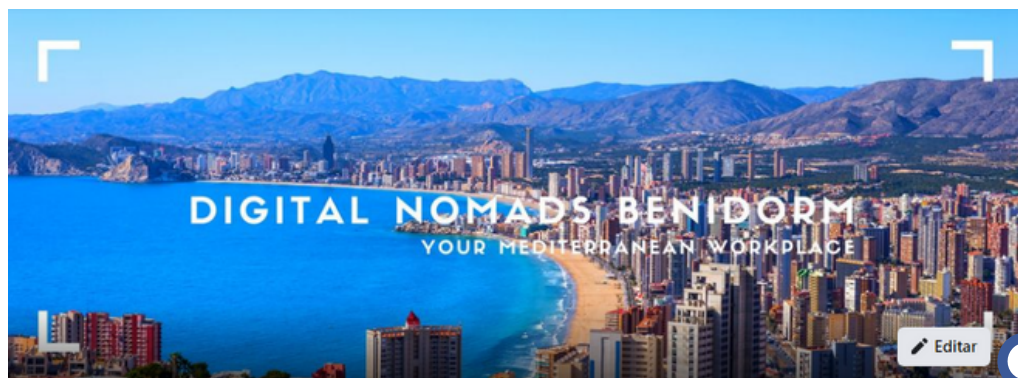
Grupo público · 540 miembros



+ Invitar



Aprovechando el fomento del teletrabajo, y de la proliferación de los conocidos como **Nómadas Digitales**, se ha creado otra comunidad para enfocar mejor la información dirigida a este segmento de demanda.



Digital Nomads in Benidorm

Grupo público · 121 miembros



+ Invitar



Twitter sigue siendo un canal importante en la comunicación online de Visit Benidorm, durante el 2020 se publicaron **1.705 tweets** en este canal, que generaron **2.133.275 impresiones**, **7.708 retweets** y **19.622 Me gusta**. Unos datos que muestran una notable fidelización por parte de los followers de Visit Benidorm en Twitter.



1.705 Tweets



2.133.275 Impresiones



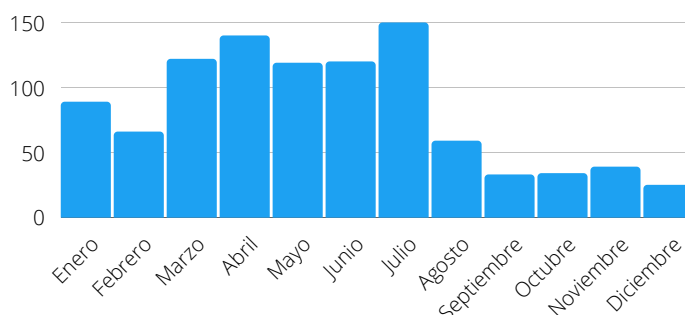
4.708 Retweets



19.622 Me Gusta

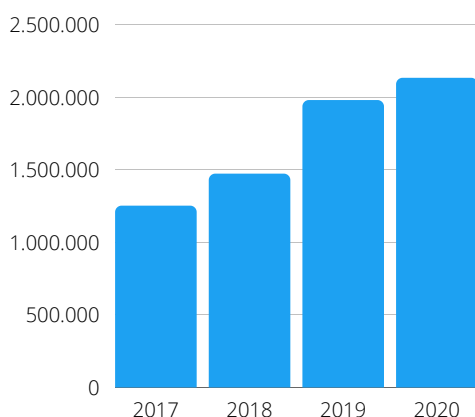
Como se puede observar durante los **meses de confinamiento se dispararon los seguidores** al canal, cosa que aprovechamos para generar todo el contenido posible en esa franja de tiempo. El pico de seguidores de Julio corresponde a una campaña en Redes Sociales que se realizó para potenciar el destino.

Evolución de seguidores en Twitter en 2020

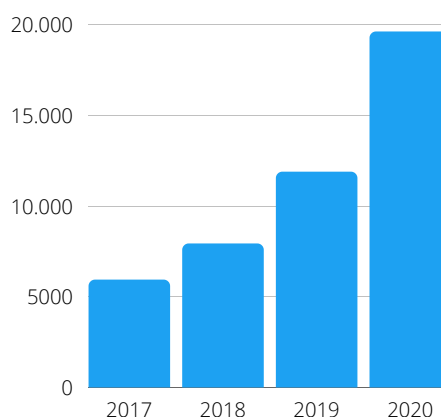


Si hacemos la comparación con otros años, también podemos apreciar el notable aumento en 2020 con respecto a los años anteriores.

Evolución Impresiones



Evolución Me Gusta





Instagram

Benidorm fue uno de los primeros destinos valencianos en apostar por la Red Social Instagram, este hecho, unido al trabajo diario en generar contenido de calidad han hecho que sea uno de los destinos mejor posicionados en este canal cerrando el año 2020 con un **aumento de 8.280 seguidores** respecto al 2019.

Datos generales 2020



33.550

Total usuarios



6.232.906

Total impresiones



5.730.143

Total Alcance



505.494

Total Likes



12.961

Comentarios

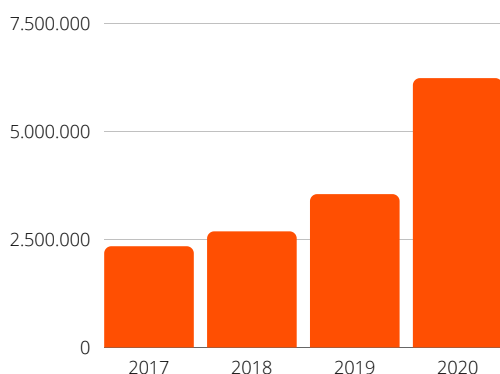


307.779€

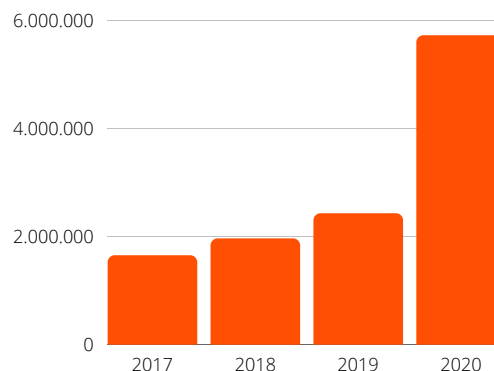
Total Alcance

Instagram ha sido otra de las Redes Sociales en las que durante el 2020 se ha percibido un gran aumento en cuanto a impresiones, alcance, comentarios y Me Gusta.

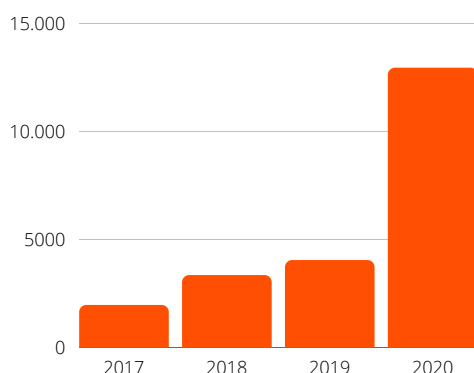
Evolución Impresiones



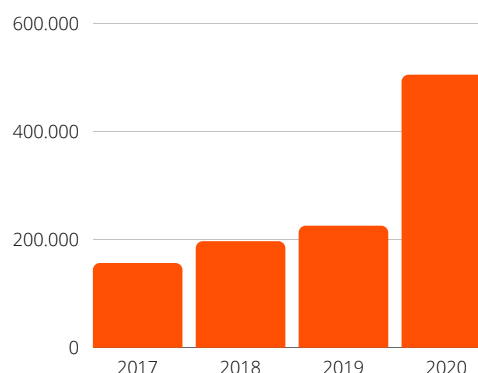
Evolución Alcance



Evolución Comentarios



Evolución Me Gusta





Instagram Stories

Por otro lado, durante el 2020 se han realizado algunas publicaciones que han generado no solo muchas interacciones sino un **ROI elevado**. Como es el caso de estas publicaciones que mostramos a continuación cuyo ROI por publicación supera los 1.500 euros siendo de una gran rentabilidad.



❤️ 1.970

€ 1.858€



❤️ 1.998

€ 1.746€



❤️ 1.646

€ 1.699€

Se ha demostrado que la instantaneidad es una de las claves del éxito de las Redes Sociales, de ahí viene la gran acogida que las Instagram Stories han tenido desde su lanzamiento.

Cuando hablamos de historias de Instagram, nos referimos a aquellas publicaciones que tienen una caducidad de 24h y en las que podemos incluir, fotos, vídeos, encuestas, iconos, geolocalizaciones y un largo etcétera de elementos que complementan nuestras publicaciones.

Durante el 2020, se han publicado **941 historias** de Instagram generando unos resultados muy interesantes como son; los más de **1.5 millones** de impresiones obtenidas y **1,3 millones de alcance**.



Youtube

En el pasado año, Visit Benidorm a través de su perfil “Life In Benidorm” publicó 13 vídeos en el reconocido portal Youtube, sin duda, este sigue siendo un portal de comunicación audiovisual de gran importancia para Visit Benidorm.

278
Videos
creados

2.030
Suscriptores

1.193.447
Impresiones

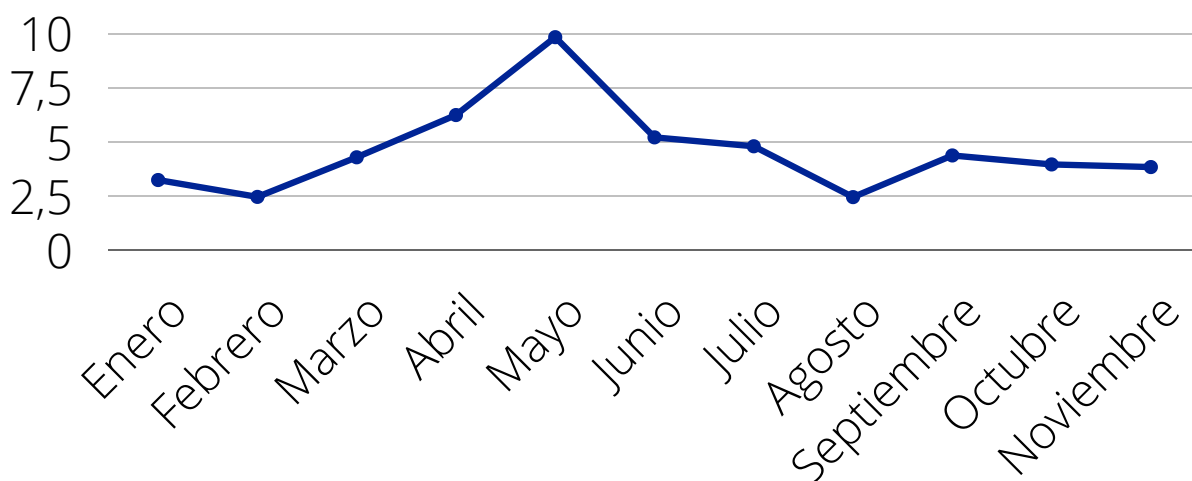
LinkedIn

Sin lugar a dudas LinkedIn ha mostrado una evolución positiva durante el año 2020 debido a la necesidad de consumo de información relacionada con la evolución del turismo ante la covid-19. Ante esta demanda, decidimos aprovechar nuestro servicio Big Data para **facilitar información de necesidad sobre la situación y evolución del turismo**, con especial incidencia en Benidorm, lo que nos hizo ganar suscriptores y visualizaciones. Puede verse claramente el aumento de impresiones de marzo a mayo que ruvo nuestro canal.

112
Publicaciones

50.849
Impresiones

26.656
Alcance





Tik Tok

El 2020 ha sido el año por excelencia de Tik Tok y Visit Benidorm, que ya venía trabajando esta red social desde hace varios años, ha aprovechado el tirón para hacer promoción de Benidorm. Tal es así que hemos alcanzado cifras record de visualizaciones, me gustas y seguidores. Convirtiéndonos en el **primer destino turístico de España con cuenta Tik Tok verificada y el tercero de Europa.**

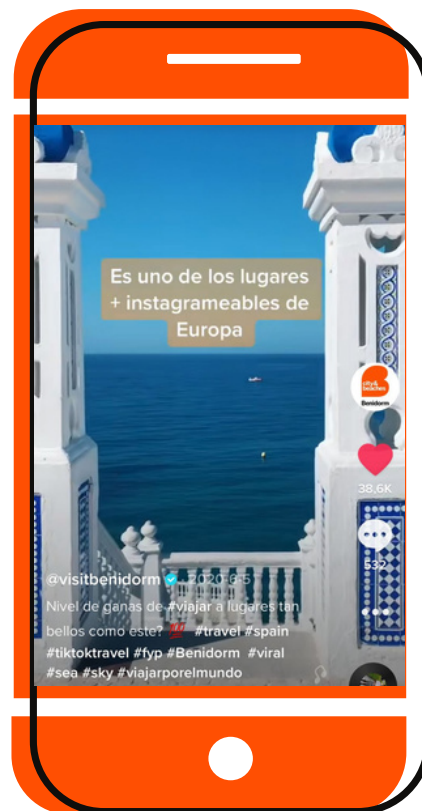
115.001
Me gustas
totales

7.445
Seguidores

115.001
Me gustas
totales

Durante el año pasado hemos alcanzado récords de visualizaciones en algunos de los vídeos creados alcanzando en el más visto 38.560 me gustas, 532 me gustas y 2.822 compartidos. Esto se traduce en **más de 895 horas de visualización de un solo vídeo.**

El segundo vídeo con más 'Likes', más de 26.000, ha alcanzado **1 millón de reproducciones y más 3.216 horas de visualización** para un video de 15 segundos.



3.216 horas de
visualización





Blog Life in Benidorm

2020 ha sido un año también positivo para el blog Life in Benidorm ya que el consumo de contenido digital se ha notado también en este canal. A continuación mostramos los datos generados en el 2020 en el Blog Life in Benidorm.

Datos generales 2020



47.773

Total vistas



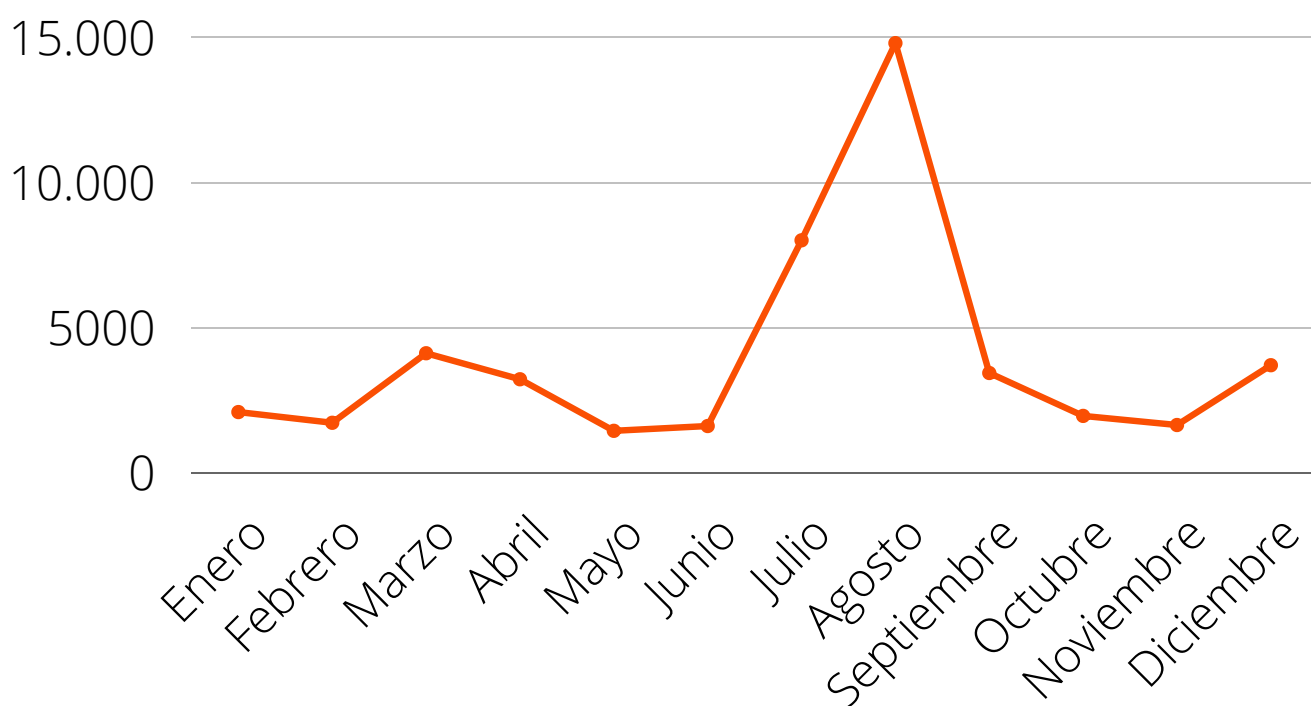
24,455

Total visitantes

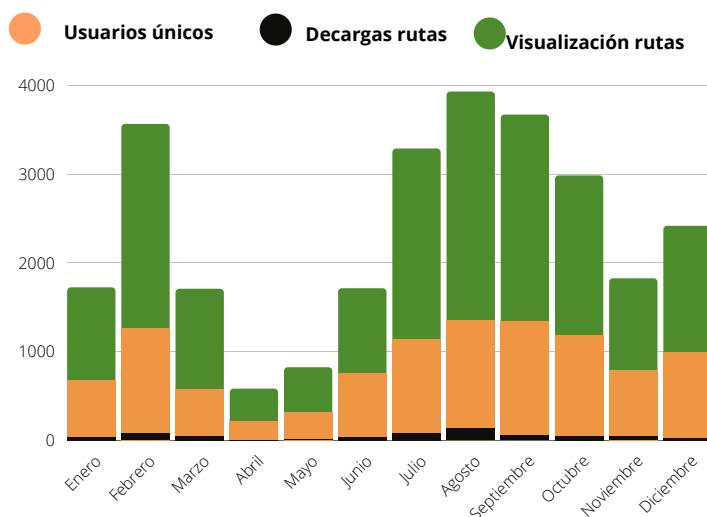


Top 3 países que más nos visitan

A diferencia de los otros canales/redes sociales de Visit Benidorm, el blog Life in Benidorm tuvo un **aumento considerable de visualizaciones durante el periodo de la desescalada**, en lugar del periodo de confinamiento como ha ocurrido en otros casos. Esto se debe a un post concreto, el de Benidorm Beach Safety, o lo que es lo mismo, un post donde se trasladaba toda la información sobre el proceso de reserva de las playas de Benidorm. Ello ha generado un gran número de visitas que ha optimizado los resultados.



Durante el 2020 Visit Benidorm ha seguido trabajando en la creación de contenido para deportistas y amantes del ciclismo y la escalada. Por ello ha aprovechado el portal Wikiloc para desarrollar nuevas rutas geolocalizadas.



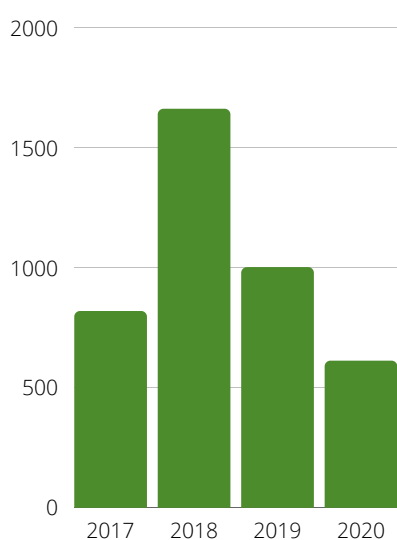
17.588
Visualizaciones
de rutas

9.998
Usuarios
únicos

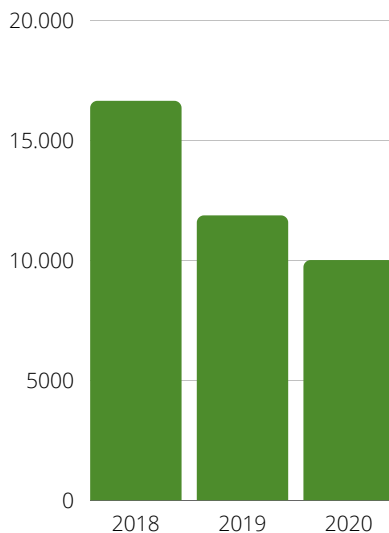
612
Descargas
de rutas

En el caso de Wikiloc, cuando analizamos la evolución en los últimos años, podemos apreciar como desde 2018 hasta 2020 han ido descendiendo tanto los usuarios únicos como las descargas y las visualizaciones.

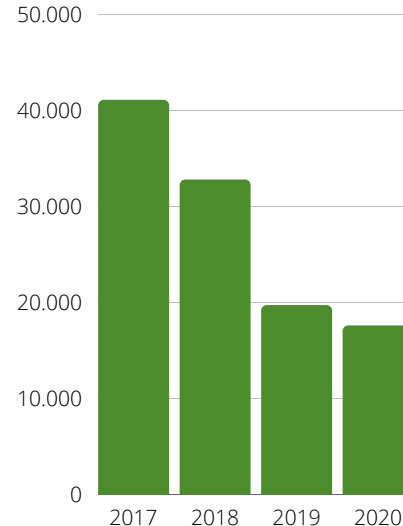
Evolución Descargas



Evolución Usuarios



Evolución Visualizaciones





Email Marketing

Visit Benidorm sigue apostando por el email marketing, siendo 2020 un año récord en cuanto a generación de contenido y número de envíos realizados vía email.

En una situación tan dura, era más importante que nunca estar cerca de nuestra comunidad, por ello durante el confinamiento se optó por la confección y difusión de emails diarios con multitud de planes para hacer en casa y newsletters de carácter positivo y esperanza.

Tas el confinamiento se siguieron enviando las tradicionales "Newsletters Profesionales" al sector turístico de Benidorm con el fin de que pudieran ver la actividad reciente de la Fundación y las "Newsletters Publicas" a la base de datos nacional e internacional, en las que aparecían las últimas novedades, planes y eventos en la ciudad.

La base de datos de Big Data en la que se envían informes periódicos con un análisis del destino se han enviado como cada año recibiendo una buena acogida por parte del sector turístico inscrito en dicha base de datos.

Contenido Generado

36
Newsletters
con "Planes
para hacer
en Casa"

12
Newsletters
Públicas

4
Newsletters:
"Nos
Estamos
Preparando"

7
Newsletters
Positivas

16
Newsletters
Profesionales

20 Informes
Big Data

Alcance por Lista



Publico Nacional

Emails enviados: 125.474
Aperturas: 37.765

Publico Internacional

Emails enviados: 87.095
Aperturas: 10.585

Profesional Reunido

Emails enviados: 15.675
Aperturas: 10.094

Big Data Benidorm

Emails enviados: 1.080
Aperturas: 406

CRM Benidorm WIFI

En mayo de 2020, Visit Benidorm puso en marcha un CRM con la intención de obtener nuevos leads entre los usuarios del wifi gratuito de las playas de Benidorm.

Se preparó un mensaje de bienvenida tanto en castellano como en inglés, para que lo recibiera cada uno de los usuarios del WIFI en las playas de Benidorm.

Se ha aprovechado la base de datos recogida para enviarles Newsletters con información sobre actividades y eventos en Benidorm

Leads (contactos) adquiridos desde que se implantó el CRM en Mayo de 2020: 1.885 con una tasa de apertura cercana al 18%.

Contenido Generado:

11 Newsletters Enviados
(1 por quincena)



Emails enviados
17.474 emails

