

Memoria Actuaciones 2001.

*Departamento Turismo
Ayuntamiento Dénia.*

Indice:

- Misión y áreas del Departamento de Turismo.
- Organigrama personal.
- Funciones de las áreas de trabajo .
- Situación actual: objetivos estratégicos y operacionales.
- Área de promoción y apoyo a la comercialización.
 - a) Presencia en certámenes feriales.
 - b) Atención de periodistas y agentes de viajes.Famtrips.
 - c) Publicidad en medios:
 - a. Ámbito nacional.
 - b. Ámbito Comunidad Valenciana.
 - d) Publicidad en mayoristas de Viajes.
- Área de planificación y gestión turística.
 - a) Tramitación de subvenciones.
 - b) Realización de publicaciones y material promocional.
 - c) Colaboraciones en eventos.
 - d) Estación Náutica Marina Alta.
 - e) Estudios turísticos.
 - f) Nuevas tecnologías.
 - g) Otras actuaciones.
- Área de playas.
 - a) Servicios de explotación temporal en las playas.
 - b) Servicio Cruz Roja.
 - c) Infraestructuras.
 - d) Banderas azules.
- Área de información turística y servicio post-venta.
 - a) Formación y especialización informadores turísticos.
 - b) Ubicación de los servicios de información turística.
 - c) Estadísticas del servicio de información turística.
 - d) Estimación de ocupación en alojamientos turísticos.
 - e) Encuestas de satisfacción.

MISIÓN Y ÁREAS DEL DEPARTAMENTO.

El Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Dénia tiene como misión ofrecer un servicio público de calidad en la gestión del producto turístico de Dénia , atendiendo y satisfaciendo a nivel global las necesidades de los ciudadanos, empresariado y turistas.

La labor que desarrolla el Departamento de Turismo persigue unos objetivos estratégicos a medio-largo plazo que, año tras año, se van cumpliendo a través de los objetivos operacionales que se desarrollan en las cuatro grandes áreas del Departamento:

- Área de información turística y servicio post-venta.
- Área de promoción y apoyo a la comercialización.
- Área de Planificación y Gestión Turística .
- Área de Playas.

ORGANIGRAMA PERSONAL

DEPARTAMENTO TURISMO DÉNIA.



Concejal de Turismo

Jefa Departamento

Técnico
Departamento

6 Informadores Turísticos.

Auxiliar Administr.

FUNCIONES DE LAS ÁREAS DE TRABAJO.

Las funciones que desarrollan cada una de las áreas son las siguientes:

AREA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SERVICIO POST-VENTA

- Satisfacer las necesidades de información de ciudadanos , turistas y visitantes de Dénia vía correspondencia, atención telefónica y correo electrónico.
- Satisfacer las necesidades de información de nuestros clientes en destino, efectuando una distribución espacial de puntos de información por todo el municipio, acercando la información al visitante.
- Atender las insatisfacciones y reclamaciones de nuestros clientes, intentando solucionar los posibles conflictos y lograr un grado de fidelidad alto hacia nuestro destino.
- Atender las necesidades de los residentes extranjeros (Servicio de atención al residente)
- Actualización constante de la información turística caduca mediante contacto directo con los agentes turísticos del sector (precios, horarios etc...)
- Control estadístico diario de visitantes, procedencia y tipología de consulta.
- Tramitación de permisos de buceo en la reserva del Cabo San Antonio y control estadístico de los mismos.
- Actualización y supervisión de la base de datos de la web turística así como colocación mensual del programa cultural y eventos en Dénia a cuatro idiomas en la propia web y web Comunidad Valenciana.
- Entrega mensual de publicaciones gratuita a empresariado turístico y venta de las mismas según solicitudes.

AREA DE PROMOCIÓN Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

- Actuaciones de promoción en eventos feriales en los principales mercados emisores españoles y extranjeros.
- Publicidad directa en medios especializados y medios de comunicación en general promocionando nuestros productos.
- Organización de eventos de promoción en mercados de origen.
- Atención de periodistas especializados y grupos de agentes de viajes / Tour Operadores, con el objetivo de ofrecerles un conocimiento adecuado del producto turístico de Dénia.
- Relaciones constantes con el canal de comercialización (mayoristas, Tour Operadores, agencias, central de reservas etc..) apoyando la comercialización de la oferta privada de alojamiento.
- Apoyo a la organización de eventos y actos en el municipio que favorezcan y desarrollen el ocio en nuestro municipio.

AREA DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA

- Definición de los objetivos estratégicos y operacionales del Departamento, elaborando el plan de actuaciones anual del Departamento.
- Elaboración de estudios de campo e investigación de los diferentes aspectos que intervienen en el producto turístico ,que permitan desarrollar con mayor eficacia las actuaciones (desarrollo de espacios turísticos municipales, análisis mercados promocionales, análisis productos potenciales etc...)
- Elaboración de encuestas y análisis de satisfacción sobre los servicios del Departamento y del producto turístico de Dénia.
- Creación y desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Coordinación de la oferta turística privada del municipio.
- Gestión de subvenciones y ayudas ante la Administración turística.
- Facilitar y promover la instalación de empresas y recursos que aporten un valor añadido a nuestro producto turístico.
- Interactuar en cualquier gestión municipal que afecte al producto turístico de Dénia, manteniendo relaciones con otros departamentos municipales y otras Administraciones.
- Señalización de recursos turísticos.
- Elaboración y definición de las publicaciones informativas y promocionales del Departamento así como otros soportes promocionales, de acuerdo con la marca turística establecida, detectando las nuevas necesidades de productos informativos y promocionales.
- Asesoramiento turístico al empresariado del municipio.

AREA DE PLAYAS



- Definición de usos, infraestructuras e instalaciones temporales en las playas de Dénia.
- Elaboración de los pliegos de condiciones que permiten otorgar mediante subasta o concurso, las diferentes instalaciones temporales en las playas de Dénia.
- Coordinación administrativa de las instalaciones temporales en playas.
- Solicitud de autorizaciones al Servicio Provincial de Costas.
- Determinación de normas municipales en las playas de Dénia.
- Coordinación con el Departamento de Servicios de la limpieza de las playas de Dénia y la solicitud de banderas azules.
- Coordinación con el Departamento de Relaciones Internacionales los servicios de Cruz Roja en las playas y balizamiento de la costas dianense.
- Solicitud y gestión de infraestructuras en playas (pasarelas, papeleras, juegos, lavapies etc...) ante la Agencia Valenciana del Turismo.
- Señalización de las playas.
- Gestión playas de acceso fácil y solicitud de subvenciones a la Consellería de Bienestar Social.

SITUACIÓN ACTUAL

La tradición de Dénia como destino turístico altamente especializado en el producto sol y playa refleja nuestra dependencia actual del producto sol y playa individual así como el producto residencial. Estos factores determinan una estacionalidad muy marcada, tal como se deduce si efectuamos un análisis DAFO del municipio. Observaríamos que, a pesar de ostentar entre nuestras fortalezas un clima favorable, el entorno natural adecuado, amplia oferta extrahotelera bien valorada y una abundante oferta complementaria, las nuevas necesidades de la demanda y la existencia de destinos competidores, nos llevan a definir estrategias de actuación basadas no sólo en las ventajas comparativas de nuestro producto sino en las ventajas cualitativas del mismo implementadas por la gestión turística de todos los agentes que intervenimos en la actividad turística.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y OPERACIONALES

Los objetivos estratégicos planteados por Turismo de Dénia hasta el año 2003 están claramente marcados, habiéndose definido en el año 2001 una serie de objetivos operacionales que permitiesen un adecuado cumplimiento de las estrategias marcadas.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1:

- **Implementar un plan de calidad en todas las áreas del Departamento antes del año 2003.**

Objetivo operacional 1.1:

- Integración del área de información turística y servicio post-venta en el plan de calidad organizado por la Agencia Valenciana del Turismo para la Red Tourist-Info, incidiendo en formación en informática y manejo de sistemas de información turística vía Intranet.

Objetivo operacional 1.2:

- Definir de modo estable la plantilla de personal del área de información durante todo el año y su ampliación en temporada estival e incorporar un Técnico de Turismo al área de gestión.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2:

- **Reforzar la atención del turista en destino, adecuando los servicios de información turística desde una perspectiva espacial y funcional , con la creación de un Centro de servicios turísticos.**

Objetivo operacional 2.1:

- Creación de cuatro puntos de información estivales acercando la información al visitante, situados en el centro, playa Marineta y paseo del puerto.

Objetivo operacional 2.2:

- Determinar la futura base del Centro de servicios turísticos que albergará el Departamento de Turismo y rediseñar la Oficina de Turismo actual en vistas a su destino futuro como Oficina de Información Turística exclusivamente.

Objetivo operacional 2.3:

- Aplicar criterios de imagen en el personal a través de vestuario homogéneo propio del área de información.

Objetivo operacional 2.4.:

- Crear procesos de trabajo normalizados que se adapten a los diferentes productos y servicios de la Oficina de Turismo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3:

- **Mantener la consolidación del producto sol y playa y producto residencial en los mercados turísticos tradicionales con un incremento de notoriedad en los mismos.**

Objetivo operacional 3.1:

- Reforzar las actuaciones promocionales en eventos feriales en el mercado alemán y francés.

Objetivo operacional 3.2:

- Diseñar una campaña promocional a nivel nacional apoyada en eventos feriales y publicidad especializada en revistas nacionales y radio dirigida directamente al turista.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:

- **Introducir y desarrollar nuevos productos turísticos que permitan alargar la temporada, con especial relevancia el producto náutico.**

Objetivo operacional 4.1:

- Lograr la obtención de la marca Estación náutica Marina Alta por su especial relevancia para la introducción y desarrollo del producto náutico en Dénia.

Objetivo operacional 4.2:

- Diseñar e implementar nuevos productos informativos en el ámbito del ocio como complemento al producto sol y playa y producto residencial.: producto informativo excursiones por la Marina , producto informativo rutas de cicloturismo y producto gastronómico.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5:

- **Implementar mejoras en los servicios de las playas de Dénia, racionalizando el uso de las mismas.**

Objetivo operacional 5.1.:

- Creación de una nueva playa de acceso fácil en Platja Bona, sumándose a la de la playa de la Punta del Raset.

Objetivo operacional 5.2.:

- Definir los nuevos servicios temporales en playas con una duración de cinco años, finalizando en el 2007.

ÁREA DE PROMOCIÓN Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

PRESENCIA EN CERTÁMENES FERIALES

La presencia de Dénia en los diferentes certámenes feriales se ha estructurado de diversos modos, teniendo en cuenta que la participación en el mercado nacional ha ido unida a la marca Costa Blanca y/o Comunidad Valenciana como marcas paraguas y la participación en el mercado internacional se ha efectuado igualmente con Costa Blanca y Comunidad Valenciana o de manera aislada en el stand de España con contratación directa por parte del municipio.

ENERO

CMT STUTTGART ALEMANIA 20 AL 28 ENERO
Carácter público
Mostrador propio pabellón España

FITUR MADRID 31ENERO/4 FEB.
Carácter profesional y público
Stand propio pabellón Comunidad Valenciana

FEBRERO

CBR MUNICH ALEMANIA 17AL25FEBRERO
Carácter público
Mostrador propio pabellón España

MARZO

ITB BERLIN ALEMANIA 3 AL 7 MARZO
Carácter profesional y público
Stand Comunidad Valenciana

SALON MONDIAL PARIS FRANCIA 15 AL 18 MARZO
Carácter público
Mostrador propio pabellón España

SALON VACANCES BRUSELAS Carácter público Mostrador propio pabellón España	BÉLGICA	22 AL 26 MARZO
---	---------	----------------

MAYO

INMOTUR(feria inmobiliaria) Carácter público Stand propio pabellón Costa Blanca	MADRID	10 AL 13 MAYO
--	--------	---------------

EXPOVACACIONES Carácter público Stand propio pabellón Comunidad Valenciana	BILBAO	17 AL 20 MAYO
--	--------	---------------

JUNIO

FERIA DE ONDARA Carácter público Stand propio	ONDARA	8 AL 10 JUNIO
---	--------	---------------

JULIO

FERICAM Carácter público Stand propio pabellón Costa Blanca	MANZANARES	18 AL 22 JULIO
---	------------	----------------

SEPTIEMBRE

FERIA DE MUESTRAS Carácter público Stand propio pabellón Costa Blanca	VALLADOLID	11 AL 16 SEPT.
---	------------	----------------

NOVIEMBRE

WORLD TRAVEL MARKET Carácter profesional Mostrador Costa Blanca	LONDRES	12 AL 15 NOV.
---	---------	---------------

SALÓN NÁUTICO Carácter público Stand Costa Blanca	BARCELONA	17 AL 25 NOV.
---	-----------	---------------

DICIEMBRE

REISEMARKT COLONIA

ALEMANIA

30 AL 2 DIC.

Asimismo, Turismo de Dénia ha remitido material informativo a aquellos certámenes feriales en los que el Patronato provincial de la Costa Blanca participa, cubriendo otros mercados, tales como Feria de Utrech (Holanda), Feria Moscú, Feria de Utazas (Budapest), Feria de Praga etc...

ATENCIÓN DE PERIODISTAS Y AGENTES DE VIAJES. FAM TRIPS.

- Estancia del periodista Ramon Darío Molinari del 24 al 28 de Octubre en Dénia invitado por el Departamento. Miembro de la Asociación española de periodistas y escritores de Turismo y colaborador habitual de revistas turísticas.
- Estancia de la periodista Jane Cumberland en Junio invitada por el Departamento. Periodista inglesa especializada en turismo náutico y colaboradora habitual de revistas náuticas inglesas, habiendo escrito en Noviembre un reportaje sobre Dénia y su oferta náutica en una de las revistas náuticas más importantes en el Reino Unido.
- Famtrip de periodistas gastronómicos en Septiembre en colaboración con la Agencia Valenciana del Turismo.
- Famtrip de periodistas canadienses en Noviembre en colaboración con la Agencia Valenciana del Turismo.
- Famtrip periodistas rusos en Noviembre en colaboración con la Agencia Valenciana del Turismo.
- Famtrip de periodistas polacos en Junio en colaboración con la Agencia Valenciana del Turismo.
- Colaboración con el programa gastronómico Canal cocina de Tele 5 durante su estancia y rodaje en Dénia.

- Colaboración con la cadena de televisión “Chinese Channel Limited” , canal chino en Inglaterra, en relación a la gastronomía de Dénia.
- Colaboración con la cadena de televisión alemana RTL para la filmación de las fiestas de Bous a la mar.

PUBLICIDAD EN MEDIOS

La campaña publicitaria de Dénia se ha desarrollado tanto en medios gráficos a través de revistas especializadas , medios de comunicación en general y radios dentro del ámbito del mercado nacional.

ÁMBITO NACIONAL

La estrategia publicitaria de Dénia en las revistas de ámbito nacional se ha planteado con la presentación del producto náutico, el mantenimiento de la imagen como destino consolidado de sol y playa para vacaciones familiares así como de destino con abundante ocio activo y riqueza cultural y natural.

Las revistas seleccionadas a nivel nacional se distribuyen en todas las librerías, quioscos y papelerías de España:

- Revista Viajar, con publicidad contrata en ediciones de Mayo, Junio y Septiembre.
- Revista Viajes de National Geographic, con publicidad contratada en Mayo, Junio y Octubre.
- Revista España desconocida, con publicidad contratada en Mayo, Julio, Octubre y Diciembre y la realización de 3 reportajes sobre diferentes aspectos de Dénia en Junio, Septiembre y Noviembre.

En el mercado catalán se desarrolló una minicampaña específica, con la contratación de publicidad y noticias en el suplemento de Tiempo Libre del periódico La Vanguardia durante los meses de mayo, junio, septiembre y octubre. Se reforzó igualmente el producto náutico con la contratación de publicidad en dos ediciones de la Revista náutica Travel Port, así como un reportaje.

La emisión de publicidad en radios así como microespacios se ha efectuado principalmente coincidiendo con la celebración de eventos feriales en dichos ámbitos geográficos, tal como ha sido la contratación de microespacios en el programa de Protagonistas de Luis del Olmo a nivel nacional y “ a toda radio local” de Onda Cero, durante la celebración de Fitur en Madrid y Expovacaciones en Bilbao.

De igual modo, el mercado del País Vasco ha estado cubierto durante todo el año con cuñas mensuales y entrevistas en directo a través de Radio Popular de Bilbao en el programa turístico “ El reino de Javier”. En Navarra se ha efectuado igualmente una minicampaña con cuñas y entrevista previo a la entrada del verano en la radio COPE de Pamplona.

El programa de radio “Gente Viajera”, que se emite los Domingos a nivel nacional ha tenido presente igualmente a Dénia como destino turístico, en concreto, el 4 de Febrero con un microprograma de cinco minutos y el día 3 de Junio con un monográfico exclusivo grabado en directo desde Dénia en las instalaciones del Club Náutico.

ÁMBITO COMUNIDAD VALENCIANA

La contratación de publicidad en el ámbito de nuestra comunidad se ha efectuado en base al apoyo de eventos y promoción de los mismos. Se ha mantenido colaboración estrecha con todos los medios (Canfali Marina Alta, Las Provincias, Información – Levante, La Razón, El País, El Mundo, El Periódico de Alicante, ABC) , así como la colaboración publicitaria en revistas y publicaciones turísticas tales como:

- Revista turística Topturisme, con una página informativa de Dénia mensualmente. Esta revista se distribuye entre los agentes turísticos del sector.
- Presencia con un amplio reportaje de 16 páginas en la Guía Radcliffe de la Comunidad Valenciana.
- Contratación publicitaria en la revista Nuestra Mesa, publicación especializada en el mundo gastronómico.
- Contratación publicitaria en el Touristbook de la Comunidad Valenciana, manual profesional dirigido a profesionales y Touroperadores.

- Colaboración publicitaria y de reportajes en las guías efectuadas por Ediciones La Safor, distribuidas en ferias y oficinas de turismo de la Comunidad Valenciana, tales como la Guía turística para Fitur, Guía turística en alemán y francés, Guía turística Donde ir distribuida en las ferias de Barcelona y Bilbao ,Guía turística Donde ir Verano en alemán y colaboración en el plano de la Marina Alta.
- Colaboración publicitaria en la revista Turismo de la provincia de Alicante, distribuida en las ferias de Fitur, Expovacaciones, Berlín, World Travel Market y reportajes diversos en apoyo al producto náutico y de sol y playa.
- Otras colaboraciones tales como publicidad en Revista Estación Náutica, Revista Costa Blanca, Revista Hello Valencia.

La colaboración en radios locales y de ámbito comarcal se ha efectuado regularmente (Radio Denia Ser, Cope , Marina Alta), así como la colaboración ocasional con Radio 9 para apoyo de eventos y otras emisoras en la provincia de Alicante como Radio España, Radio Novelda etc..

PUBLICIDAD EN MAYORISTAS DE VIAJES

El apoyo al canal de comercialización se ha efectuado no sólo con la atención de agentes de viajes sino también con apoyo publicitario en los catálogos de verano de diferentes mayoristas de viajes españolas que comercializan la oferta de alojamiento en Dénia, en concreto fueron seleccionadas la mayorista Rhodasol, Touring Club, Aparplaya y Primera Línea.

Esta actuación es una de las más efectivas ya que, el estar presente en estos catálogos de verano distribuidos en todas las Agencias de Viajes de España supone una ayuda al cliente potencial que desea visitar Dénia y contacta directamente con Turismo de Dénia para tener información previa al destino.

AREA DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA

TRAMITACIÓN DE SUBVENCIONES

Dénia como municipio turístico reconocido por la Generalitat Valenciana ha optado a la solicitud y formalización de diversos convenios con la Agencia Valenciana del Turismo otorgándose ayudas por diferentes conceptos:

CONVENIOS CON LA AGENCIA VALENCIANA DEL TURISMO DENTRO DE LA FIGURA DE MUNICIPIO TURÍSTICO

- **Convenio para la competitividad y la comunicación año 2001.**

La finalidad de este convenio es ayudar económicamente en los gastos realizados en campañas de publicidad tanto en medios gráficos como audiovisuales por parte de los municipios fuera del ámbito de la Comunidad Valenciana.

El proyecto presentado por Turismo de Dénia asciende a 12.097.848 pts. en campañas publicitarias y la subvención otorgada es de 3.992.290.

- **Convenio para la adaptación de los municipios turísticos. Pla Detalls.**

Tramitado por el Departamento de Hermanamientos el proyecto de balizamiento de las playas de Dénia para el año 2001). Finalizó el plazo de presentación el 31 de marzo del 2001.

- **Convenio para la compensación financiera .**

Finalidad: Compensar el esfuerzo financiero adicional realizado por el ayuntamiento , dentro de su clasificación como municipio turístico, en aquellas partidas que sufran incrementos que no puedan ser costeadas a través de tributos, y siempre que el incremento de dichas partidas hayan sido generadas por el carácter turístico del municipio. Se refiere a gastos del año 2000.

Estado actual: presentado ascendiendo el importe a 463.993.734, pendiente de resolver el importe de la subvención. Plazo de presentación: antes del 30 de junio del 2001.

- **Convenio para la competitividad y comunicación. Año 2002.**

Finalidad: Apoyar la promoción y comercialización del municipio a través de campañas o acciones realizadas fuera del ámbito de la Comunidad Valenciana, que requieran del adecuado posicionamiento de éste en sus correspondientes mercados con el fin de mejorar su competitividad.

Plazo de presentación: antes del 31 de Octubre del año inmediato anterior al que se vayan a realizar las campañas y/o acciones.

Estado actual: presentada memoria por importe de 20.986.653 pts, pendiente de resolución el importe de la subvención.

LÍNEA DE AYUDAS AGENCIA VALENCIANA DEL TURISMO

- **Programa de señalización de entornos y rutas de interés turístico singular.**

Solicitado al Departamento de servicios informe sobre número de señales a reponer en las playas de Dénia., presentado el proyecto ascendiendo a 2.382.292 pts .

Plazo de presentación: finalizó el 30 de abril de 2001.El importe de la subvención concedida es de 739.332 pts.

- **Programa de apoyo a la difusión de la marca turística de la Comunidad Valenciana.**

Objetivo: apoyo a la edición de soportes de información y comunicación de la oferta turística de la Comunidad Valenciana.

Solicitada ayuda para diversas publicaciones cuyo importe asciende a 4.990.581 pts . El plazo de presentación: finalizó el 30 de abril de 2001.La subvención concedida es de 709.078 pts.

OTRAS AYUDAS

CONSELLERIA DE BIENESTAR SOCIAL, referente al Plan de Ayudas para la mejora de accesibilidad al Medio Físico a través de la eliminación de barreras (Plan de playas accesibles). El proyecto “Playa de acceso fácil en Platja Bona” asciende a 5.446.000 y la subvención concedida asciende a:

- Elementos urbanos : 2.308.400 pts.
- Señalización: 100.000 (subvencionado por Consellería)
- Aseos químicos, duchas y vestuarios: 1.287.600 pts. (subvencionado por Consellería)
- Silla de ruedas para ducha : 50.000 pts.(subvencionada por Consellería)
- Silla de ruedas para baño (2) : 600.000 pts. (subvencionada por Consellería)
- Sombras: 204.341 pts (subvencionado por Consellería)

DIPUTACIÓN DE ALICANTE

- **Ayudas para obras y servicios: solicitud de instalación de torres vigía en las playas de Dénia.** Fase actual: Tramitado ante Comisión de Gobierno del Ayuntamiento la solicitud y presentada el 29 de mayo el proyecto, ascendiendo a 5.380.001 pts (cuatro torres vigías). Pendiente de resolución por el área de Servicios.
- **Programa de Colaboración para publicaciones y promoción turística del Patronato provincial de Turismo de la Costa Blanca,** presentado el proyecto el 21 de mayo de 2001 y asciende a 4.990.581 ptas. La subvención otorgada es de 748.587 ptas.

REALIZACIÓN DE PUBLICACIONES Y MATERIAL PROMOCIONAL

La realización de publicaciones en el Departamento de Turismo de Dénia obedece a dos criterios claramente diferenciados:

- a) **Publicaciones informativas** destinadas al área de información turística que cumplen el objetivo de satisfacer las necesidades de información de los clientes en destino, clasificadas por motivaciones: Dénia cultural, Dénia destino náutico, Rutas de senderismo por el Montgó, plano de Dénia, guía de servicios etc...
El contenido de estas publicaciones es meramente informativo y muy concreto.
- b) **Publicaciones promocionales** destinadas al área de promoción y apoyo a la comercialización cuyo objetivo es despertar el interés y la atención del posible cliente potencial hacia Dénia. De igual modo, están clasificadas por productos tales como Dénia prestigio, Dénia Deporte y Ocio, Dénia Fiestas y Gastronomía, etc.. El contenido de estas publicaciones es básicamente fotográfico y con un texto publicitario.

Durante el año 2001, se ha seguido con la línea de desarrollo de las publicaciones informativas **creando y actualizando diversos productos informativos:**

- Actualización del **folleto Destino náutico** donde se han contemplado las variaciones existentes en la oferta náutica de Dénia.
- Actualización del **folleto Dénia cultural** con la incorporación del Museo del Juguete y otras esculturas.
- Actualización del **video de Bous a la Mar** adaptándola a la marca turística.

La creación de las **nuevas publicaciones** se han basado en ofrecer al cliente nuevas motivaciones en su tiempo de ocio, siendo las siguientes:

- Folleto “ **Mi viaje a Dénia: impresiones y vivencias en la Marina**”, ofreciendo un elenco de excursiones desde Dénia por la costa o el interior de las comarcas Marina Alta y Marina Baja.

- Folleto “ **Rutas B.T.T.**”, clasificado en una serie de rutas de ciclo turismo que transcurren en Dénia y alrededores, con criterios técnicos y aptas para la práctica de este deporte.

Asimismo, se ha **variado el diseño** de otras publicaciones existentes efectuándose una variación y actualización de su contenido:

- **Nuevo plano de Dénia**, donde se han incorporado las nuevas urbanizaciones efectuadas con un cambio de formato plegable y más práctico para la localización de las calles del término.
- **Nueva guía de servicios**, habiéndose actualizado por sectores todas las empresas y servicios del sector turístico de Dénia.

En proceso de producción y diseño están en marcha en estos momentos para su presentación futura entre Enero y Febrero de 2002 dos nuevas publicaciones:

- **Nuevo folleto de prestigio de Dénia**, exclusivamente para uso promocional, donde abundan principalmente fotografías y escaso texto, redactado publicitariamente. Este folleto será el estandarte de la nueva línea promocional que Dénia va a desarrollar durante el año 2002, la cual será completada con otros folletos promocionales que atiendan a motivaciones concretas.

Lo novedoso de este folleto no es sólo su nuevo diseño y presentación sino que atiende a despertar la atención hacia nuestro destino no sólo al público en general, sino que su adaptación al lenguaje braille para ciegos así como la grabación en cinta de los textos, sitúa este producto como apto para otro segmento de la demanda que hasta ahora no había sido contemplada por otro municipio turístico en sus folletos. Esta publicación está siendo supervisada por la ONCE ,contando con su colaboración.

- **Nuevo folleto de Recetas gastronómicas de Dénia**, presentando una serie de entradas típicas con los platos fuertes y postres más característicos. Su objetivo es potenciar nuestra gastronomía, redactado de una manera sencilla y fácil permite elaborar los platos a cualquiera.

La disposición de material informativo en el Departamento de Turismo para atender las necesidades de los turistas que nos visitan, acciones promocionales y empresariado de Dénia, nos obliga a contar con abundante material informativo y promocional durante todo el año. En concreto, **en el año 2001 las cantidades impresas e inventariadas por el Departamento de Turismo han sido las siguientes:**

- 30.000 planos de Dénia
- 10.000 planos nuevos de Dénia.
- 10.000 folletos de Fiestas y Gastronomía en inglés y alemán.
- 10.000 adhesivos
- 5.000 unidades del folleto Dénia prestigio en castellano
- 10.000 unidades Nuevo folleto Dénia prestigio en castellano
- 15.000 unidades en inglés, alemán y francés.
- 3.000 unidades guía de servicios.
- 13.000 unidades bolsas de posters
- 30.000 posters
- 15.000 unidades Destino náutico en castellano
- 15.000 unidades Destino náutico en alemán
- 15.000 unidades Destino náutico en francés
- 5.000 unidades Destino náutico en inglés
- 10.000 unidades Dénia cultural en castellano
- 10.000 unidades Dénia cultural en inglés
- 10.000 unidades Dénia cultural en francés
- 15.000 unidades Dénia cultural en alemán
- 40.000 unidades senderismo en 4 idiomas.
- 10.000 carpetas de prestigio
- 22.000 tarjetas de bienvenida
- 12.500 unidades del folleto completo BTT en 4 idiomas
- 25.000 unidades del folleto rutas comarca en castellano
- 60.000 unidades del folleto rutas comarca en 3 idiomas.
- 750 copias video Bous a la mar en inglés , alemán y castellano
- Regalos promocionales
- 15.000 unidades folletos gastronomía

COLABORACIONES EN EVENTOS

El Departamento de Turismo efectúa a lo largo del año una serie de colaboraciones en apoyo a actividades y eventos culturales, deportivos y festivos que tienen lugar durante todo el año en Dénia, en apoyo a favorecer el ocio e igualmente a promocionar la marca de Dénia en el exterior:

- Torneo Orysol Club de Tenis
- Dénia Vela 2001
- Vuelta de Motos Antiguas
- La Galga Cars Club Rallye Coches AntiguosXV
- Concurso de Arroz Abanda XVI
- Ciclismo Eligio Requejo
- Participante en el Rallye Paris-Dakar
- Rallye XI Mediterráneo
- Torneo Windsurf Fuerza 5
- Exaltación Falleras Mayores
- Fallas: Premio a la crítica turística
- Trobada de escoles en valenciá
- Aniversario Tren Limón Express
- III Muestra gastronómica Casa de Andalucía
- Colaboración Residencia de Ancianos “ el día del abuelo”
- Semana Internacional de Música
- Música al Castell
- Centro excursionista Dénia
- Semana Cultural Colegio Vessanes
- Colegio Cervantes
- Miss España 2001
- Colaboración en “el día sin coche”, celebrado el 22 de septiembre

ESTACIÓN NÁUTICA MARINA ALTA

Lo que fue proyecto es hoy día una realidad : la Estación náutica Marina Alta. Lo que se inició con un alto interés de introducir como producto náutico toda la oferta de alojamiento y náutica de Dénia ,se ha consolidado en actuación con la obtención de la marca estación náutica.

Turismo de Dénia, siendo consciente de la importancia y posibilidades del producto náutico en nuestra zona, decidió a finales del 2000 impulsar y desarrollar a nivel comarcal, la creación de un proyecto que albergase la oferta de alojamiento y náutica de la comarca en vistas a ser candidatos a obtener la marca “ Estación Náutica” otorgada por la Secretaria General de Turismo. El interés de otros municipios comarcales participantes tales como Calpe, Javea, Benissa y Teulada.-Moraira y el apoyo de la Agencia Valenciana del Turismo hizo posible el nombramiento de destino candidato.

La posterior implicación del empresariado a través de numerosas reuniones y la creación de la Asociación empresarial Estación Náutica, así como el haber cumplido con las jornadas de formación dirigidas a los empresarios y las auditorias respectivas, han hecho posible que la Estación Náutica Marina Alta sea hoy en día una realidad, habiéndose recibido en el mes de Noviembre la marca “ Estación Náutica”.

La Estación Náutica como agrupación empresarial que permite el diseño de productos náuticos específicos dirigidos a cualquier colectivo ha empezado su andadura y evidentemente, supone un adelanto importante en la comercialización del producto náutico en Dénia y el resto de la Marina Alta, adelanto que ,año tras año, permitirá un adecuado desarrollo del turismo náutico como producto alternativo y complementario al producto sol y playa.

ESTUDIOS TURÍSTICOS

Los estudios turísticos son de gran utilidad para el Departamento de Turismo en vistas a conocer determinados elementos del sector o del producto turístico. Independientemente de los análisis DAFO efectuados por el Departamento para programar su plan de actuaciones, se planifica la elaboración de determinados estudios que nos aportan elementos de juicio necesarios para la planificación no sólo a corto plazo sino a medio y largo.

En el año 2001 se han efectuado dos estudios completos sobre el mercado de Castilla- León y Aragón, considerando su necesidad en base a obtener información sobre cómo está estructurada la demanda en estas áreas geográficas, ya que las acciones promocionales allí efectuadas hasta el momento no son demasiado numerosas y es intención de Turismo de Dénia enfocar otro tipo de acciones promocionales futuras para obtener más altas de cuotas de rendimiento en estos mercados.

Otra actuación de gran importancia definida en el año 2001 y que dará sus frutos a lo largo del año 2002 es la adjudicación administrativa de los trabajos para la elaboración de un censo turístico. Los objetivos planteados consisten en:

- Definir y discriminar la tipología de alojamientos turísticos, en concreto, las viviendas de uso turístico en su vertiente de uso residencia y/ o turístico temporal , de las de vivienda habitual, contabilizando el total de ambas obteniendo un conocimiento real del número de plazas turísticas y no turísticas del municipio. Es decir, un análisis cuantitativo de la oferta.
- Creación de un instrumento de medición de la ocupación real y su implementación en base al conocimiento obtenido del número de plazas reales del destino.
- Analizar y evaluar los datos recogidos en los muestres mensuales, realizando un estudio que permita conocer los gustos, motivaciones y necesidades del visitante. Es decir, un análisis cualitativo de la demanda y su grado de satisfacción.

La realización de este proyecto se ha iniciado a finales del año 2001 y continuará durante todo el año 2002, permitiéndonos conocer datos cuantitativos y cualitativos importantes en base a planificar adecuadamente diferentes aspectos municipales, ya que de un modo más científico podremos

conocer la población existente en el municipio y controlar de una manera más eficaz el número de unidades de alojamiento extrahotelero que disponemos.

La necesidad de disponer de información es una realidad cada día más manifiesta, de hecho cada vez más son los empresarios que desean abrir un negocio de cualquier tipo y desean conocer qué tipo de perfil tiene el turista que nos visita, de qué nacionalidad es o cual es el grado de ocupación que mantiene el municipio durante todo el año. Por tanto, además de la información que nos aportará el censo turístico, este Departamento efectúa el control desde hace tiempo del número de visitantes que visitan las oficinas de turismo de Dénia, su procedencia, lo que demandan así como la ocupación en alojamientos turísticos existente mes a mes. Es un servicio más que se ofrece al empresariado y que aporta una visión más apriorística que la obtenida del simple conocimiento o apreciación.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Durante el año 2001 Turismo de Dénia puso en marcha la nueva web turística del municipio, introduciendo elementos más novedosos tales como una base de datos donde poder obtener cualquier información sobre la oferta turística, el apartado de tienda o shop donde el cliente puede descargarse los folletos , así como la web turística situada en el puerto. El programa cultural mensual, las fiestas, los eventos del mes pueden obtenerse en tiempo real visitando nuestra propia página Web. Asimismo, Dénia está presente en las páginas de la Comunidad Valenciana y de la Costa Blanca, donde a través de links directos se puede acceder.

La necesidad de trabajar diariamente con correo electrónico e internet han supuesto un cambio de equipos informáticos más actuales en este año 2001y seguir colaborando estrechamente con la Agencia Valenciana del Turismo y el Patronato de la Costa Blanca en el manejo y actualización de los sistemas de información turística vía intranets, con el objetivo de disponer información actualizada en nuestras oficinas de cualquier municipio de la Comunidad Valenciana y de igual modo, que Dénia esté presente en cualquier oficina de Turismo de la Comunidad.

Asimismo, todo el archivo fotográfico del Departamento de Turismo se ha ido escaneando para su recopilación en CD , clasificadas las fotografías por ámbitos temáticos y poder facilitarle a cualquier empresa o intermediario turístico la fotografía que desee escaneada en un CD.

OTRAS ACTUACIONES

De igual modo, el área de gestión y planificación turística colabora con cualquier iniciativa que aporte mejoras al producto turístico de Dénia, manteniendo contacto con guías turísticas conocidas como CAMPSA, ANAYA etc para la actualización anual de datos o cualquier intermediario que intervenga en el sector turístico. Dos actuaciones más efectuadas, por no entrar en datos muy concretos, caben destacar:

- **CAMPAÑA DÉNIA ERES TÚ.** Esta minicampaña efectuada en el 2001 ha sentado las bases para una futura campaña de concienciación-sensibilización dirigida a todos los ciudadanos de Dénia con el objetivo de contar con su implicación en la actividad turística de Dénia. Dos acciones han sido efectuadas, una la conocida “ Una foto es un regalo” en la que los ciudadanos de Dénia han tenido la oportunidad de presentar fotografías de cualquier aspecto de la realidad dianense, celebrándose posteriormente una exposición de las mismas en la Casa de Cultura. Las fotografías presentadas han pasado a formar parte del archivo fotográfico del Departamento de Turismo de Dénia.

Otra segunda acción ha ido dirigida fundamentalmente a los comercios y establecimientos bancarios en Dénia consistiendo en darles a conocer el Departamento de Turismo para mantener en el año 2002 una estrecha colaboración con los mismos, ya que son canalizadores de gran parte de visitantes de Dénia.

- **TARJETA VISA DE DÉNIA . LA CAIXA.**

La entidad bancaria La Caixa con la colaboración de este Departamento ha creado la tarjeta visa con la imagen de Dénia, lo cual permite promocionar nuestra imagen en cualquier lugar y a través de un soporte original.

AREA DE PLAYAS

SERVICIOS DE EXPLOTACIÓN TEMPORAL EN LAS PLAYAS

En relación al Pliego de Condiciones que regula la concesión desde el año 1998 al año 2002, las instalaciones existentes son las que a continuación se detallan:

- Un puesto de Quiosco, hamacas y sombras (Albaranas)
- Dos puestos de Quiosco, hamacas y sombras (Las Marinas)
- Un puesto de Quiosco, hamacas y sombras (Les Bovetes)
- Tres puestos de Quiosco, hamacas y sombras (Els Molins)
- Un puesto de Quiosco, hamacas y sombras (Les Deveses)
- Un puesto de Patines (Las Brisas)
- Un puesto de Surf (Els Molins)
- Un puesto de Motos Acuáticas (Albaranas)

Durante el año 2001 se ha solicitado la oportuna autorización a Costas y se ha controlado que dichas instalaciones han cumplido administrativamente con lo establecido en el Reglamento de las playas de Dénia.

De igual manera, se ha elaborado un nuevo pliego de condiciones que contemplaba la creación de nuevas instalaciones con un periodo concesional que transcurre desde el año 2001 al 2007:

- Un puesto de Quiosco, hamacas y sombras (Marineta Casiana)
- Un puesto de Quiosco, hamacas y sombras (Punta del Raset)
- Un puesto de patines y/o piraguas (Punta del Raset)
- Un puesto de patines (Las Marinas)
- Un puesto de motos acuáticas (Deveses)

Se han adjudicado todos los servicios por el procedimiento de subasta no quedando ninguno desierto

SERVICIO CRUZ ROJA

El servicio de socorrismo ha sido efectuado por la Cruz Roja a través del Convenio firmado por el Ayuntamiento con esta institución. Se ubicaron 10 puestos de socorro en diferentes puntos de la costa:

- Playa de Santa Ana.
- Playa de Les Deveses.
- Playa Els Molins.
- Playa Les Fonts.
- Playa Las Brisas.
- Playa Blay-Beach.
- Playa Punta del Raset.
- Playa de la Marineta Casiana.
- Playa El Trampolí.
- Playa de Acceso fácil en Les Fonts.
- Playa de Acceso fácil en Punta del Raset.
- Base situada en el puerto.

El material y personal implicado ha consistido en :

- 8 sillas de baño para minusválidos.
- 1 ambulancia con su dotación (conductor y dos socorristas)
- 1 vehículo todo terreno con su dotación (conductor y un socorrista)
- 7 embarcaciones acuáticas.
- 1 moto acuática.
- 1 coordinador de playas.
- 1 encargado de transmisiones.
- 1 médico.
- 1 D.U.E.
- 85 voluntarios (socorristas, socorristas acuáticos y patrones de embarcaciones).
- 1 módulo de W.C. químico en la playa de Santa Ana.
- Base del puerto con toda su infraestructura (secretaría, enfermería, comunicaciones)

El tiempo de cobertura del servicio se ha efectuado durante fines de semana en el mes de junio e ininterrumpidamente desde el 23 de junio hasta el 16 de Septiembre.

INFRAESTRUCTURAS

Las playas de Dénia han podido contar en este año con dos puntos de playas de acceso fácil para discapacitados, la playa de la Punta del Raset que ya fue instalada en el verano del año 2000 y un nuevo punto de acceso fácil en la playa de Les Fonts, contando con la ayuda económica de la Consellería de Bienestar Social (Dirección General de Integración de Incapacitados) que ascendió a 2.308.400 ptas.

De igual modo, se ha repuesto toda la señalización de accesos a las playas por viales públicos en Las Marinas y Las Rotas, subvencionando la Agencia valenciana 739.332 ptas. del total del proyecto que ascendió a 2.382.292 ptas.

La Federación Valenciana de municipios y provincias ha facilitado seis sillas altas de vigilancia para las playas de Dénia.

BANDERAS AZULES

Las banderas azules concedidas en este año han sido cuatro, tres en las playas de Las Rotas, la Marineta Cassiana y Bovetes, y una en el Club Náutico de Dénia.

AREA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
Y
SERVICIO POST-VENTA

A) FORMACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE LOS INFORMADORES TURÍSTICOS.

B) UBICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

C) ESTADÍSTICAS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

D) ESTIMACIÓN DE OCUPACIÓN EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

E) ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN.

A) Personal del Departamento: Formación y Especialización.

❶ CURSOS DE CALIDAD TURÍSTICA para Informadores Turísticos organizados por la Agencia Valenciana de Turismo dentro de su programa de *Plan de Calidad de Red Tourist Info.*

- Asistencia de Informadores Turísticos de Dénia a Cursos:
Los Informadores Turísticos han acudido durante el año 2001 a los siguientes cursos:
 - ❑ Curso de Inteligencia Emocional.
 - ❑ III Jornadas de encuentro Tourist Info.
 - ❑ Cursos de Formación Winsitur (Base Datos informática de la Agencia Val. Turismo)

❷ CALIDAD DE INFORMACIÓN TURÍSTICA : LA VISITA FELIZ.

La Agencia Valenciana de Turismo ha desarrollado durante el año 2001, dentro del Plan de Calidad, una actuación consistente en enviar personal especializado (de incógnito: como un turista), a las Oficinas de Turismo de la Red Tourist Info de toda la Comunidad Valenciana y realizar demandas al objeto realizar un estudio posterior donde poder valorar la Atención, amabilidad y calidad de los servicios de Información Turística de toda la Comunidad Autónoma.

Los resultados de las 3 visitas felices realizadas a la Tourist Info Dénia son los siguientes:

- En aspectos referentes a Acogida, habilidades para proporcionar información, resolución de posibles problemas, amabilidad, imagen, localización, nivel de satisfacción, etc. Ha obtenido una puntuación de 3.1 , siendo el máximo 4 puntos (3,6 se considera nivel de excelencia).

RESULTADO SATISFACTORIO.

- En la ponderación realizada sobre la valoración de los campos seleccionados se asigna a Tourist Info Dénia una puntuación de 950 puntos sobre un máximo de 1.500 puntos. RESULTADO SATISFACTORIO

- En los datos agregados de las tres oleadas de visita obtiene Tourist Info Dénia una puntuación de 3.260 puntos sobre un máximo de 4.500 puntos. RESULTADO SATISFACTORIO.

La Agencia Valenciana de Turismo tiene previsto continuar el Plan de Calidad Turística durante el año 2002 a través de diversas actuaciones que redunden en la mejora de la Red Tourist Info.

③ ACOGIDA DE ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS.

El Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Dénia ha establecido contrato de prácticas con los siguientes alumnos de diversos Centros formativos:

<u>ALUMNO</u>	<u>PERIODO</u>	<u>UNIVERSIDAD</u>
Alexandra Valter	02/07 al 31/08	Institut de Langues Vivantes de Angers
Ludivine Combes	27/02 al 27/04	C.I. Ausias March
Susana Sendra Crespo	14/11 al 23/02	I.E.S. María Ibars
Tania Viadas Acebes	16/07 al 30/09	U.A diplomat.Turismo
Jennifer Wilmouth	01/09 al 20/10	C.I. Ausias March
Laura Font López	30/07 al 15/11	C.R.E.A.M.A.
Joana Pous López	30/07 al 15/11	C.R.E.A.M.A.
Alexandra Herranz	30/07 al 15/11	C.R.E.A.M.A.
Patrick Andres Werner	30/07 al 15/11	C.R.E.A.M.A.

B)UBICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

El Departamento de Turismo centraliza los servicios de Información, gestión, promoción, apoyo a la comercialización y playas en la Oficina Central del Departamento de Turismo. Así como habilita durante los períodos de temporada alta diversos puntos de apoyo al objeto acercar la información al turista y residente.

- **OFICINA CENTRAL:**

- Planta Baja: Oficina de Información Turística.

- Apertura: Todos los días del año excepto el 25 de Diciembre y el 1 de Enero.

- **PUNTOS APOYO:**

Durante este año 2001 el Dpto. de Turismo ha contado con los siguientes puntos:

- PUNTO CALLE CAMPOS I: Ubicado al comienzo de la Calle Marqués de Campos, lindando con C/Diana.

- Temporada Apertura:* De 29/06/01 a 15/09/01

- PUNTO CALLE CAMPOS II : Ubicado en las inmediaciones del ambulatorio de la Seguridad Social.

- Temporada de Apertura:* De 29/06/01 a 15/09/01

- PUNTO PUERTO DE DÉNIA: Caravana de Información Turística ubicada en el Puerto pesquero, en las inmediaciones de la Lonja. *Temporada de Apertura:* De 29/06/01 a 15/09/01.

- PUNTO PLAYA MARINETA CASSIANA: Este punto pertenece a la Agencia Valenciana de Turismo, ya que dicho organismo apoya a los municipios turísticos proporcionando un punto de información en las playas.

- Temporada de Apertura:* 29/06/01 a 02/09/01

Durante el año 2000 fue ubicado en la Playa Punta del Raset, pero se decidió cambiar la situación al objeto de cubrir una

zona donde pudiera existir una mayor afluencia. Dicho objetivo se ha cumplido ya que durante el año 2000 el Punto de Información de La Marineta Cassiana obtuvo mayores niveles de afluencia que el punto ubicado en la Punta del Raset durante el año 2000. A continuación exponemos la cantidad de visitantes durante los años 2000 y 2001 durante los meses de Julio y Agosto:

Julio 00 : 641 grupos de visitantes / Julio 01 : 797 grupos de visit.

Agosto 00 : 758 grupos de visitantes. / Agosto 01 : 808 grupos de visit.

CONCLUSIÓN: ↑ 206 GRUPOS EN JULIO – AGOSTO 01

Asimismo se han registrado en los últimos días del mes de Junio y los dos primeros días del mes de Septiembre del 2001 un total de 94 grupos atendidos .

TOTAL DE GRUPOS DE VISITANTES ATENDIDOS EN LOS PUNTOS DE APOYO:

El nº Grupos de Visitantes atendidos en cada punto de apoyo durante toda la temporada estival ha sido el siguiente :

<i>Calle Campos I</i>	<i>Calle Campos II</i>	<i>Puerto de Dénia.</i>	<i>Playa Marin. Cassiana</i>
↓	↓	↓	↓
9.689 grup. Visitantes.	6.656 gr. Visitantes	5.112 grupos de visitantes	1.699 grupos de visitantes.

TOTAL DE LOS 4 PUNTOS: 23.156 GRUPOS VISITANTES

C) ESTADÍSTICAS DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA:

① Atención en mostrador:

Nº Grupos de Visitantes
atendidos durante año 2001:

Número aproximado de Visitantes que
han acudido a la Tourist Info Dénia.



79.290 grupos Visitantes. -con un total de



.198.813 personas aprox.

• CLASIFICACIÓN POR MESES AÑO 2001:

<u>MES</u>	<u>TOTAL GRUPOS VISITANTES</u>			<u>MEDIA VISIT./DÍA</u>
	<u>Nacionales</u>	<u>Internac.</u>	<u>Total</u>	
Enero	516	1540	2056	66
Febrero	683	2026	2709	97
Marzo	1010	3085	4095	132
Abril	2576	3176	5752	192
Mayo	1103	2809	3912	126
Junio	1683	3338	5021	167
Julio	6834	9626	16460	531
Agosto	10283	11554	21837	704
Septiembre	3579	4758	8337	278
Octubre	1290	2934	4224	136
Noviembre	712	1893	2605	87
Diciembre	751	1531	2282	74
TOTAL	31020 <i>(correspondiente a aprox. 77.703 personas)</i>	48270 <i>(correspondiente a aprox. 121.110 pers.)</i>	79290 <i>(correspondiente a aprox. 198.813 personas)</i>	217 grupos /día <i>(aprox. 545 personas diarias)</i>

- *Gráfico Visitantes año 2001: adjunto .*

- **CLASIFICACIÓN POR PROCEDENCIA: NACIONAL E INTERNACIONAL.**

Del total de **Visitantes Nacionales** que han visitado la Tourist Info Dénia, el nivel de afluencia por CC.AA. ha sido el siguiente:

➤ Madrid (36,24 %)
➤ Comunidad Valenciana (33,41 %)
➤ Cataluña (11,55%)
➤ País Vasco (3,85%)
➤ Castilla León (3,47%), Andalucía (2,52%),
➤ Castilla La Mancha (2,15%).
➤ Astur., Galic, Murcia, Cantab, Balear., Nav. (1%).

(Ver gráfico de Visitantes Nacionales)

Del Total de **Visitantes Internacionales** que han visitado la Tourist Info el nivel de afluencia por países ha sido el siguiente:

➤ Reino Unido (32,41%)
➤ Alemania (29,14%)
➤ Francia (26,83%)
➤ Holanda (3,14%)
➤ Bélgica, América del Sur, Italia, Suiza (Entre 1 y 2%)

(Ver gráfico de Visitantes Internacionales 2001)

Nº TOTAL DE DEMANDAS PRODUCIDAS DURANTE EL AÑO 2001: 126.347 DEMANDAS..

En el gráfico correspondiente podemos observar los diferentes tipos de demandas y el porcentaje de cantidad de demandas efectuadas.

- **Cuadro Comparativo Años 1999, 2000 y 2001: distribución mensual**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Año 99	2020	2570	6129	4668	4411	5064	9495	10871	5950	4375	1978	1800	59331
Año 00	1711	2594	3705	5384	4654	4884	10574	11618	4602	3599	2278	2031	57634
Año 01	2056	2709	4095	5752	3912	5021	16460	21837	8337	4224	2605	2282	79290

**Ver Gráfico Comparativo de años 99,00 y 01.*

- **Comparativo de Porcentajes de Visitantes según procedencia.**

En dicho comparativo vamos a tomar los datos de % global nacionales + internacionales), viendo lo que representa cada una de las nacionalidades y Comunidades autónomas con mayor presencia en nuestro mercado emisor.

%	Madrid	Com.Val.	Cataluña	País Vasco	Andalucía	Castilla León	Cast. La Mancha.	Total Nacional	Reino Unido	Alemania	Francia	Holanda	Total Intern.
Año 99	11	13	3	1,4	0.9	1.3	0.8	33.73	21	22	14	2.3	66.27
Año 00	12.3	11.8	3.7	1.1	0.9	1.1	0.7	33.75	23.9	20	14.8	2.2	66.25
Año 01	14.2	13	4.5	1.5	1	1.4	0.8	39.12	19.7	17.7	16.3	1.9	60.9

**Ver gráfico correspondiente.*

Como se puede observar el cuadro refleja las procedencias nacionales e internacionales con mayor nivel de afluencia. Aparte de los datos reflejados en el cuadro podemos observar que :

- Aparte de los porcentajes nacionales reflejados, hay un porcentaje no reflejado que corresponde a la suma de porcentajes de afluencia del resto de Comunidades autónomas españolas:
 - Año 99: 2,33 %
 - Año 00: 2,15 %
 - Año 01: 2.72 %

- Igualmente no aparece reflejado en el cuadro la suma de porcentajes de afluencia del resto de nacionalidades:
 - Año 99: 6.97 %
 - Año 00: 5.35 %
 - Año 01: 5.3 %.

② OTRAS ESTADÍSTICAS:

2.1. REGISTRO DE ENTRADA Y SALIDA DE PETICIONES:

ENTRADAS:

Nº TOTAL DE ENTRADAS DURANTE AÑO 2001: 3.238 ENTRADAS.
--

TIPOS DE ENTRADA:

- **CLIENTES POTENCIALES:** 2.722 entradas.----84 % del total de entradas
 - **Entradas por Carta:424 Cartas**
Procedencias principales:
*Nacionales:*Comunidad Valenciana, Madrid, Cataluña....
Internacionales: Francia, Alem, Reino Unido
 - **E-mail:471 entradas.**
Procedencias Principales: Nacionales:Com.Val./Madrid/País Vasco. Internacionales: Aleman/Francia/Reino Unido.
 - **Fax: 206 entradas.**
Proc. Princ.: Nac: Com.Val./Madrid/Andalucía.
Int.: Francia /Alemania/ R.Unido.
 - **Teléfono: 1.621 entradas.**
Procedencias princip: Com.Val./ Madrid/ Cataluña/País Vasco .
Intern: Francia/Alemania/Reino Unido.

En dicho apartado han aparecido las entradas producidas por carta, e-mail, fax ó teléfono que han solicitado que se les remita información.

- Diarios Oficiales : 157 entradas.----- 4,85% de las entradas.
- Difusión/ Publicaciones Turísticas : 214 entradas.—6,6 % de las entradas.
- Empresas Privadas : 40 entradas.---1,24 % de las entradas.
- Organismos Oficiales: 88 entradas.---2,7% de las entradas.
- Touroperadores: 4 entradas.----- 0,12 % de las entradas.
- Otros: 13 entradas. ----- 0.4 % de las entradas.

REGISTRO DE ENTRADA: INFORMACIONES SOLICITADAS.

Total de Demandas: 5.580 demandas.

Tipo de Demandas:

- Actividades Deportivas: 0,84%
- Actos Oficina: 0,4%
- **Alquiler Aloj.: 18,4%**
- Barcos Baleares: 0.7%
- Buceo: 0,2%
- Campings: 2,2%
- Compra Aloj: 0,29%
- Cultura: 0,86%
- Difusión: 8,7%
- Fiestas: 1,58%
- Gastronomía: 0,75%
- **Establ. Hoteleros: 14,5%**
- Info Alrededores: 6,56%
- **Info Local: 18,89%**
- Mercadillos: 0,13%
- Montgó: 0.79%
- Ocio: 0,9%
- Otros: 3,82%
- Transportes: 1,92%
- Turismo Rural: 0,6 %

REGISTRO DE SALIDA: 2.770 SALIDAS (FAX, E-MAIL, CORREO)

2.2 BUCEO: RELACIÓN DE PERMISOS CONCEDIDOS PARA BUCEO EN RESERVA MARINA DEL CABO SAN ANTONIO DURANTE AÑO 2001.

TOTAL DE PERMISOS CONCEDIDOS: 241 permisos.

TIPO DE PERMISOS:

- Individuales: 122 permisos
- Colectivos: 88 permisos.

Nº TOTAL DE BUCEADORES: 971 BUCEADORES.

Procedencias principales:

Nacionales: Dénia (261 buceadores)
Madrid (254 buceadores)
Resto Comunidad Valenciana (115 buceadores)
País Vasco (60 buceadores)
Cataluña (56 buceadores)
Otros (54 buceadores)

Internac.: Francia (97 buceadores)
Otros (28 buceadores)
Alemania (24 buceadores)
Reino Unido (22 buceadores)

2.3 COLABORACIONES CONCEDIDAS A EMPRESAS: ENTREGA DE PUBLICACIONES TURÍSTICAS A EMPRESAS GRATUITAMENTE

TOTAL DE MATERIAL ENTREGADO. 29.550 UNIDADES (FOLLETOS)

Tipo de material entregado a empresas:

- Folleto “Dénia cultural”: 4.016 ejemplares
- Folleto “Rutas Senderismo”: 3.931 ejemplares
- Planos: 3.271 ejemplares
- Catálogo Prestigio: 3.210 ejemplares.
- Folleto “Destino Náutico”: 3.094 ejemplares.
- Cuadríptico Dénia : 3.031 ejemplares.
- Folleto “Fiestas y Gastronomía”: 2.305 ejemplares.
- Folleto “Deporte y Ocio ”: 2.266 ejemplares.
- Folleto “Dénia Ciudad Histórica”: 2.180 ejemplares.
- Rutas “Impres. y Viv. en la Marina”: 284 ejemplares.
- Guías de Servicios : 223 ejemplares.
- Rutas BTT: 79 ejemplares.
- Otro material promocional (posters, carpetas, etc): 1.660 ejemplares.

En este apartado aparecen contabilizadas las colaboraciones efectuadas a las empresas así como el material promocional entregado para eventos especiales (congresos, envío a agencias de viajes, entidades juveniles, etc).

Nº EMPRESAS PRIVADAS A LAS QUE SE LE HA CONCEDIDO COLABORACIÓN: 185 Empresas /Entidades.

2.4 VENTA DE PUBLICACIONES:

Total publicaciones vendidas: 2.572 unidades.

Tipo de Publicaciones vendidas:

Tipo de material	Nº
Planos	2.415
Posters	70
Folleto Náutico	50
Dénia cultural	15
Cuadrípticos	15
Vídeos	7
Total	2.572

2.5 ATENCIÓN DE RECLAMACIONES EN TOURIST INFO DÉNIA.

Total de reclamaciones atendidas durante el año 2001 : 79 reclamaciones.

- 54 reclamaciones dirigidas a diversas dependencias municipales.
- 13 reclamaciones para Omic.
- 12 reclamaciones turísticas dirigidas a Servicios Territoriales de Turismo.

C) ESTIMACIÓN DE OCUPACIÓN EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

A continuación exponemos, a través de gráficos, la ocupación proporcionada por los Alojamientos turísticos de Dénia al Departamento de Turismo, a través de petición telefónica efectuada por nuestro departamento durante los diferentes periodos del año.

Asimismo en los gráficos posteriores aparece un estudio comparativo de la estimación de ocupación en alojamientos turísticos, campings y alojamientos de alquiler turístico durante los tres últimos años: año 1999, 2000 y 2001.

D) ENCUESTAS REALIZADAS DURANTE LA TEMPORADA ESTIVAL.

La Agencia Valenciana de Turismo estipuló un total de 50 encuestas a realizar en la Tourist Info de Dénia, realizando una distribución por C.C.A.A. españolas y países extranjeros proporcional a las visitas recibidas durante años anteriores (por % de afluencia).

La Oficina Central de Tourist Info Dénia realizó las 50 encuestas solicitadas así como amplió dicho nº con un mayor nº de encuestas que ayudaran a completar el estudio referente a la satisfacción de visitantes a nuestro municipio y a la satisfacción en la utilización de los servicios de Información Turística de Dénia.

RESULTADOS:

Aplicando una valoración del 0(menor puntuación) al 10 (mayor puntuación) se han obtenido los siguientes resultados:

- Valoración de los siguientes aspectos del Servicio de Información (puntuación media)(d.t.= desviación típica):
 - “Tiempo Espera” : 9,2 (d.t. 1,7)
 - “Presencia/Imagen del Personal” : 9,4 (d.t. 0,9)
 - “Tono voz empleado/amabilidad” : 9,5 (d.t. 0,9)
 - “Atención recibida” : 9,5 (d.t. 0,9)
 - “Imagen Oficina o punto Inf.” : 9,1 (d.t. 1,2)
 - “Ambiente Oficina o Punto Inf.” : 9,1 (d.t. 1,3)
 - “Localización/Accesibilidad Of.” : 8,7 (d.t. 1,9)
 - “Folletos de Información solíc.” : 9,3 (d.t. 1,1)
 - “Claridad y fiabilidad conten.” : 8,9 (d.t. 1,1)
 - “ Imagen y estética” : 8,9 (d.t. 1,1)
 - “Facilidad de comprensión” : 9,1 (d.t. 1,1)