AJUNTAMENT DE GUARDAMAR DEL SEGURA

JOAN CARLES MARTI I CASANOVA (1 de 1)
TECNICO SUPERIOR EN GESTION Y PROMOCION TURISTICA
Fecha Firma: 11/10/2023
HASH: ad4b420aa3e2e1a68fb4a14084dac48c

PLAN DE ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO GUARDAMAR 2024-2027

Vista aérea del *Castell de Guardamar*, la villa, la pinada y la "gola" o desembocadura del río Segura

Guardamar del Segura
Costa Blanca. Comunitat Valenciana.

Dunas de Guardamar

Autor: Joan-Carles Martí i Casanova

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 1 de 65

AJUNTAMENT DE GUARDAMAR DEL SEGURA · GUARDAMAR · Costa Blanca ALICANTE · SPAIN · TURISME COMUNITAT VALENCIANA · TURESPAÑA

Parc de les Nyores al sur del casco urbano de Guardamar

© Copyright 01/10/2023 Joan-Carles Martí i Casanova
Reservados todos los derechos. No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado —electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc.— sin el permiso previo del autor.

Joan-Carles Martí i Casanova, técnico superior de gestión y promoción turística, funcionario de carrera nivel A1, jefe del servicio de turismo de Guardamar desde el 2007. Jefe de promoción turística [Ajuntament d'Elx, 1985-2007]. Técnico de empresas y actividades turísticas [diplomado en turismo] por la Escuela Oficial de Turismo de Madrid. Licenciado en Traducción e Interpretación, especialidad en inglés con francés e italiano desde el castellano y catalán [Universitat d'Alacant]. *Proficiency and Spanish-English translation papers* [University of Cambridge GB]. Traductor-Intérprete jurado de lengua inglesa por la Oficina de Interpretación de Lenguas del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación [Madrid]. Experto en marketing turístico, escritor y conferenciante.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 2 de 65

AJUNTAMENT DE GUARDAMAR DEL SEGURA

PLAN DE ACCIÓN DE MARKETING TURÍSTICO GUARDAMAR 2024-2027

1. Fuentes de información para la realización del Plan de Acción de Marketing Turístico Guardamar 2024-2027 _____ 6

1.1 Archivo Histórico Turístico 2007-2023 de Guardamar
1.2 Fuentes escritas de máximo interés referidas a Guardamar
1.3 Fuentes de ámbito comarcal, provincial, autonómico y nacional
1.4 Otros planes de Marketing Turístico y/o de comunicación municipal
1.5 Asistencia a reuniones y foros turísticos
1.6 Portal municipal de transparencia turística

2. Guardamar como destino turístico de la Costa Blanca y de la Comunitat Valenciana: análisis del entorno _____ 9

2.1 Descripción
2.2 Algunas subvenciones recibidas por Guardamar: 2016-2023
2.3 Fiestas de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana
2.4 Distinciones SICTED [Sistema Integral de Calidad Turística en Destino]
2.5 "Q" de Calidad

3. Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente 2023-2026 [PEDI], la Red DTI y Guardamar como destino turístico de relevancia de la *Comunitat Valenciana* _____ 14

3.1 Introducción
3.2 Guardamar: Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana [Nivel 2]
3.3 Guardamar: Municipio turístico de relevancia de la *Comunitat Valenciana*
3.4 Cronograma del Plan de Actuaciones del PEDI [Plan Estratégico de Destino Inteligente]: el camino hacia la excelencia turística del destino.
3.5 Objetivos 2024-2027: Red DTI [Nivel 3] y declaración de municipio turístico de excelencia de la Comunitat Valenciana
3.6 Indicadores DTI de obligado cumplimiento en materia de marketing turístico municipal

4. La campaña institucional municipal de marketing-mix turístico _____ 19

4.1 Las variables del marketing-mix turístico
4.2 Marketing directo del destino
4.3 Marketing online
4.3.1 Introducción
4.3.2 Social Media Plan
4.3.3 Redes sociales "Guardamar Turisme"
4.3.4 Ferias y eventos en la estrategia de marketing digital
4.3.5 Elasticidad del Plan de Marketing

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 3 de 65

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

5. Análisis de la oferta turística reglada de Guardamar _____ 24
5.1 Guardamar como destino turístico de la Costa Blanca
5.2 Infraestructuras de alojamiento turístico reglado en Guardamar
5.3 Plazas en hoteles, pensiones y campings

6. El proceso de desestacionalización _____ 29
6.1 Introducción
6.2 La desestacionalización en Guardamar: evolución 2008-2023 [15 años después]
6.3 Curva anual de ocupación hotelera [2022]: el estado de la cuestión

7. Mercados emisores en Guardamar _____ 33
7.1 Evolución de los mercados emisores en Guardamar
7.2 Mercado nacional y mercado internacional
7.3 Asistencia a ferias y promociones de turismo en toda Europa: el seguimiento de resultados.
7.4 Procedencia nacional e internacional por comunidades autonómicas y países

8. Tendencias funcionales del sector turístico en Europa _____ 37

9. Logos usados en el marketing turístico de Guardamar _____ 38
9.1 Logo turístico Guardamar
9.2 Escudo municipal
9.3 Otros logos complementarios

10. Plan de Marketing Turístico Guardamar 2024-2027: criterios técnicos aplicados _____ 39
10.1 Objetivos
10.2 Plan de Actuación
10.3 Eje 1: Oferta
10.3.1 Posicionamiento
10.3.2 Productos turísticos
10.3.2.1 Arqueología, historia y cultura
10.3.2.2 Deportes náuticos y terrestres
10.3.2.3 Gastronomía
10.3.2.4 Naturaleza
10.4 Eje 2: Demanda según tipologías
10.4.1 Públicos
10.5 Eje 3: Plan de gestión y comunicación: Smart Office

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 4 de 65

11. Órganos consultivos en materia turística en Guardamar y la Vega Baja del Segura 50

11.1 Fortalecimiento del sector: la colaboración entre organismos públicos y la público-privada
11.2 Consell Municipal Assessor de Turisme
11.3 Órgano Gestor de Playas
11.4 Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo
11.5 CONVEGA

12. Marketing post-venta: el Servei Municipal de Turisme y la Tourist Info 56

12.1 La plantilla municipal de turismo
12.2 Guías locales: colaboración concejalía de Turismo y concejalía de Cultura
12.3 Colaboración concejalía de Turismo y concejalía de Promoción Económica: los alumnos del curso de formación de informadores turísticos "T'Avalem"
12.4 Los horarios de la Tourist Info Guardamar y del Servicio Técnico de Turismo
12.5 Jefatura de personal
12.6 El coste del personal adscrito a la concejalía de Turismo

13. Pan operativo anual de acciones de marketing turístico 59

13.1 Introducción
13.2 Distribución por conceptos del presupuesto estimativo del año 2024
13.3 Presupuesto provisional del plan operativo de acciones específicas de marketing turístico para el año 2024. [Elaborado a 01.10.2023]

14. Medición de resultados 62

14.1 Estadísticas mostrador Tourist Info
14.2 Estadística ocupación hotelera
14.3 *Feedback* empresarios turísticos de Guardamar
14.4 Resultados de semanas y eventos gastronómicos
14.5 Estadística web turística: campaña SEO
14.6 Estadística seguidores redes sociales
14.7 Seguimiento Autodiagnóstico y calendario PEDI: Smart Office

15. A modo de conclusión breve 64

GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin del índice]

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 5 de 65

1. Fuentes de información para la realización del Plan de Acción de Marketing Turístico Guardamar 2024-2027

El **"Plan de Acción de Marketing Turístico Guardamar 2024-2027"** define la acción del Ayuntamiento de Guardamar —durante cuatro años— en el ámbito del sector turístico, gran motor económico hegemónico del municipio. Este documento es el resultado del desarrollo de una metodología de trabajo que parte de 6 ejes de información previa documental.

1.1 Archivo Histórico Turístico 2007-2023 de Guardamar

Disponemos de un amplio archivo histórico desde el 2007, año en que se creó el Servicio técnico de turismo, atendido por el técnico superior de gestión y promoción turística que suscribe este documento. Incluye una documentación extensa: presupuestos y memorias anuales, estudios técnicos propios y externos, informes, series estadísticas en colaboración con los empresarios turísticos locales, expedientes diversos y otra información de interés disponible en los archivos. Por este motivo, el *know-how* [experiencia acumulada] —a lo largo de más de 15 años— es una herramienta de una importancia trascendental a la hora de trazar la política de marketing municipal. Se parte, además, desde el realismo, en función de los medios humanos adscritos a Turismo y de los presupuestos anuales de Promoción Turística previsibles a corto y medio plazo.

1.2 Fuentes escritas de máximo interés referidas a Guardamar

a) Plan Estratégico de Destino Inteligente de Guardamar 2022-2026 [PEDI]. [265 páginas][1].

b) Encuestas oficiales de la Red Tourist Info, tanto de verano como de inverno. Disponemos de una serie histórica en que se mide la procedencia, motivaciones y valoraciones de los turistas que visitan las oficinas de turismo de la *Comunitat Valenciana* con datos diferenciados por municipios.

c) Encuesta a la población residente 2023. Estudio que se llevó a cabo por parte de la Universidad de Alicante y está disponible online[2].

[1] https://guardamarturismo.com/wp-content/uploads/2022/09/PEDI-2022-2026-taman%CC%83o-reducido.pdf
[2] https://guardamarturismo.com/wp-content/uploads/2022/11/Encuesta-poblacion-residente-Guardamar-sobre-el-turismo-2022.pdf

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 6 de 65

d) Memorias Anuales de Acciones de la concejalía de Turismo 2008-2023[3].

1.3 Fuentes de ámbito comarcal, provincial, autonómico y nacional

Se trata de una documentación imprescindible para el marketing turístico redactada a escalas competenciales de menor a mayor ámbito:

a) Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega Baja del Segura[4]: Por nuestra participación intensa en el proyecto, debemos hacer mención al "Consorcio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja" [CONVEGA]. Lleva a cabo un ambicioso plan de colaboración entre los 27 municipios de la comarca en colaboración con el Patronato Provincial de Turismo y *Turisme Comunitat Valenciana*.
b) Plan de Marketing de la Costa Blanca. Patronato de Turismo de la Diputación de Alicante.
c) Plan de Marketing Turístico de Turisme Comunitat Valenciana en Valencia.
d) Líneas Estratégicas. Plan de Marketing de la Secretaría de Estado de Turismo en Madrid.

Toda esta documentación es de una importancia vital para el desarrollo de un plan municipal de marketing. Hay que reseñar que estos organismos supramunicipales diseñan el calendario y cubren gran parte de los costes de la promoción turística nacional e internacional abriendo la participación —a bajo coste— a los municipios turísticos interesados.

1.4 Otros planes de Marketing Turístico y/o de comunicación municipal

Se ha consultado —disponibles en Internet en formato PDF— una documentación previa abundante. A título de ejemplos se ha leído los planes de marketing de Benidorm, Dénia, El Campello, Villena y Santander. Los citados corresponden a criterios de cercanía e interés y/o de excelente ejecución y redacción de los mismos.

1.5 Asistencia a reuniones y foros turísticos

El análisis de tendencias funcionales de marketing turístico de los principales mercados emisores —tanto nacionales como internacionales— aplicados a Guardamar. Tanto el técnico que suscribe como el personal adscrito a la concejalía asisten a reuniones comarcales, provinciales, nacionales e internacionales [con *briefings* o resúmenes que se ofrecen en foros y ferias] coordinados por el Patronato Provincial de Turismo de Alicante, *Turisme Comunitat Valenciana* y TURESPAÑA tanto presenciales como por videoconferencias.

[3] Archivo concejalía de Turismo
[4] Online https://www.convega.com

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 7 de 65

Asistimos a reuniones técnicas en Alicante, Benidorm y Valenci

1.6 Portal municipal de transparencia turística

Una gran parte de la documentación a la que se hace referencia en este documento puede ser consultada online en el Portal de Transparencia Turística de Guardamar. Existe, además, un buzón del visitante que se revisa de lunes a viernes para atender sugerencias.

guardamarturismo.com/turismo-transparente/

guardamarturismo.com/buzón-del-visitante/

[Fin del punto 1]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 8 de 65

2. Guardamar como destino turístico de la Costa Blanca y de la Comunitat Valenciana: análisis del entorno.

Vista general de Guardamar, las playas, la pinada y el sistema dunar desde el mar.

2.1 Descripción

Guardamar se ha posicionado como uno de los municipios punteros de la *Comunitat Valenciana* [al sur de la Costa Blanca] tanto en lo que se refiere a sus infraestructuras de alojamiento turístico como a la promoción turística institucional y privada. Así, suele recibir altas calificaciones en indicadores y subvenciones europeas, nacionales, autonómicas y provinciales, que se ven reflejadas en los marcadores y subvenciones recibidas en los últimos años.

El máximo reflejo de la importancia turística de Guardamar es la ratio plazas de alojamiento hotelero/censo poblacional, que es de 1 plaza por cada 3 habitantes. El municipio tiene una población censada de 18.407 habitantes[5], aunque se acerca a los 60.000 residentes en el mes de agosto[6]. Se trata, por lo tanto, de una de las ratios más altas de España respecto al padrón de habitantes de un municipio.

Según datos del Plan de Acción Territorial de la Vega Baja del Segura[7] [2017] la construcción y los servicios —ligados a la actividad turística— suponían el 82,22% de la economía de Guardamar.

Señalización bi-direccional del alojamiento turístico
en Guardamar desde la entrada norte y sur.

[5] Padrón Municipal Ayuntamiento de Guardamar del Segura a fecha 11/10/2023
[6] Fuentes: Entrevista telefónica Gesnet e Hidraqua [25/09/2023]
[7] Plan de Acción Territorial de la Vega Baja del Segura. *Conselleria d'Habitatge, Obres Públiques Vertebració del Territori. Generalitat Valenciana.*

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 9 de 65

2.2 Algunas subvenciones recibidas por Guardamar: 2016-2023

a) **Fondo de Cooperación Municipal para municipios turísticos de la Comunitat Valenciana 2023:** DOGV Nº 9604 de 26/05/2023. [112.013,78 €]

b) **Capital Cultural Valenciana 2023:** Realización en Guardamar de actividades audiovisuales, escénicas, musicales, operísticas y exposiciones de primer nivel, dependientes de la Conselleria de Cultura, así como aportación económica de 100.000 €.

c) **Plan de Sostenibilidad Turística en Destino:** BOE N.º 310 de 27/12/2022. [2.441.513 €]

d) **Reconocimiento como municipio turístico de relevancia de la Comunitat Valenciana** [DOGV N.º 9398 de 4/08/2022]

e) **Consolidación de los restos arqueológicos de La Fonteta y la Rábita Califal**: Año 2019. Fondos económicos autonómicos y europeos. [699.673,28 €]

f) **Restauración y puesta en valor del Castell de Guardamar:** 2019. Fondos económicos autonómicos y europeos. [1.209.990,321 €]

g) **Rehabilitación y musealización de la Casa-Museo Ingeniero Mira de la repoblación del sistema dunar de Guardamar:** Año 2018. Fondo económicos autonómicos y europeos. [291.169,31 €]

h) **Señalización rutas turísticas "Memoria de Arena"**: Año 2016. Fondos económicos autonómicos y europeos. [51.312 €]

Rutes Memòria d'Arena: 5 rutas señalizadas en castellano, valenciano e inglés con un amplio recorrido por todo el inventario turístico del municipio.

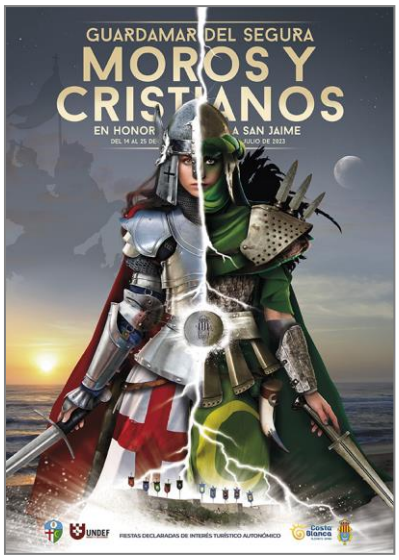
Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 10 de 65

2.3 Fiestas de Interés Turístico Autonómico de la Comunitat Valenciana[8]

a) Semana Santa y Escenificaciones de la Pasión: DOGV N.º 8491 de 21/02/2019
b) Moros y Cristianos: DOGV N.º 6547 de 20/06/2011

Estos dos expedientes fueron redactados y revisados en profundidad por la concejalía de Turismo en colaboración con la Junta Mayor de Cofradías de Semana Santa y la Junta Central de Moros y Cristianos.



La importancia del calendario festivo tradicional es de especial relevancia en el marketing turístico con el fin no tan solo de atraer flujos turísticos —tanto de la primera corona de influencia como de distancias geográficas medias y lejanas— sino también como factores de diferenciación cultural del destino turístico.

8 Documentación archivada en la Regidoria de Turisme y Biblioteca Municipal de Guardamar.

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 11 de 65

2.4 Distinciones SICTED [Sistema Integral de Calidad Turística en Destino]

Guardamar es vocal —en representación los municipios españoles con más de 34 servicios distinguidos— del Comité Interdestinos 2022-2023 del SICTED, promovido por la Secretaría de Estado de Turismo y por la Federación Española de Municipios y Provincias. A 1 de septiembre de 2023, dispone de 36 establecimientos y servicios distinguidos desde el año 2014:

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo "la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad". Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores.

Servicios municipales	Playas	Alojamiento	Restauración	Comercios	Turismo activo
Tourist Info Guardamar	Centre	Hotel Guardamar	Restaurante Club Náutico	Centro Auditivo Audiomar	Nautilus Nautical Sports
Museo Arqueológico de Guardamar (MAG)	La Roqueta	Hotel Playas de Guardamar	Heladería Delnano	Frayma muebles y decoración	Iniciativas FyE
Casa Museo Ingeniero Mira	El Montcaio	Hotel Eden Mar	La Bonita Terrace	Carrusel Moda Infantil	Trenet Guardamar
Gestió Municipal de Neteja S.L. (GESNET)	Del Camp	Hotel Quino	Route 66 Burger	Calzados Manuela Romano	Delocos Surf Shop
Puerto Deportivo Marina de las Dunas	Les Ortigues	Camping Alannia	Tuk Tuk Thai Street Food (Foodtruck)	Calzados Josma	
La Ñora de Guardamar: Marca colectiva			Cafetería La Nube Guardamar	Donna Lara Moda	
La actividad pesquera: La Saranda				Multiópticas Guardamar	
				Óptica Óptima	
				Floresdecon	
7	5	5	6	9	4

Relación de las 36 distinciones SICTED DE Guardamar [actualizado 2023]: un proyecto de calidad transversal.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 12 de 65

2.5 “Q” de Calidad

La “Q” de Calidad Turística es un distintivo que se otorga a aquellos establecimientos turísticos que cumplen unos requisitos mínimos exigidos en el Sistema de Calidad Turístico Español [SCTE].

El encargado de otorgar la distinción es el Instituto para la Calidad Turística Española [ICTE].

Uno de los requisitos que se exigen para pasar a ser municipio turístico de excelencia es la “Q” de Calidad, que es independiente de la distinción SICTED.

Por este motivo se tramitarán dos “Q” de Calidad en el 2024: una para la Tourist Info Guardamar y otra para el Museo Arqueológico de Guardamar [MAG].

Contamos con la colaboración de la dirección provincial de la Red Tourist Info para llevar a cabo este proyecto en lo que se refiere a la Tourist Info Guardamar.

CALIDAD TURISTICA

GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin del punto 2]

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 13 de 65

3. Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente 2023-2026 [PEDI], la Red DTI y Guardamar como destino turístico de relevancia de la *Comunitat Valenciana*

3.1 Introducción

El Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto de municipio turístico de la *Comunitat Valenciana* se dicta en desarrollo del artículo 29 de la Ley 15/2018, de 7 de junio, de turismo, ocio y hospitalidad de la *Comunitat Valenciana* (LTOH). Tiene por objeto regular los criterios que deben cumplir y las obligaciones que deben asumir los municipios para obtener y mantener la consideración de municipio turístico. Así, Guardamar dispone de un **Plan Estratégico de Destino Inteligente PEDI [2023-2026]**[9]. Se trata de un amplio documento [265 páginas] elaborado por la empresa Sien Consulting de Alicante y por la Universidad de Alicante en colaboración con la Comisión Técnica Interdepartamental del Ayuntamiento de Guardamar, coordinada desde la concejalía de Turismo por el técnico superior de turismo que suscribe.

Incluye un **Plan Estratégico de Turismo** y un **Plan de Destino Turístico Inteligente** por lo que disponemos de una "hoja de ruta" detallada para el período 2022-2026. Esto nos permite sincronizarlo todo con el **Plan de Acción de Marketing Turístico de Guardamar 2024-2027** que desarrollamos aquí.

Plan Estratégico de Destino Inteligente de Guardamar 2022-2026 [265 páginas].
Sien Consulting, Universidad de Alicante y Ayuntamiento de Guardamar.

[9] https://guardamarturismo.com/wp-content/uploads/2022/09/PEDI-2022-2026-taman%CC%83o-reducido.pdf

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 14 de 65

3.2 Guardamar: Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana [Nivel 2]

El destino turístico inteligente se define como un espacio innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes.

El enfoque de los destinos turísticos inteligentes se ha convertido en una referencia imprescindible para abordar la gestión de los destinos turísticos, con especial énfasis en la mejora de la sostenibilidad del desarrollo turístico, la competitividad y la adaptación a la digitalización de la actividad turística.

RED DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA

D T I C V

GUARDAMAR DEL SEGURA

El *Institut Valencià de Tecnologies Turístiques* [Invat·tur] —con sede en Benidorm, dependiente de la Conselleria *de Innovació, Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat Valenciana*— es el organismo que se encarga de la coordinación de la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana [Red DTI-CV]**. Los municipios adheridos a la Red DTI-CV se clasifican en 3 niveles distintos según el grado de cumplimiento de los 172 indicadores que conforman la conocida como herramienta de “auto-diagnóstico”.

Esta plataforma tiene como función establecer el progreso objetivo de los parámetros turísticos que se exigen a los municipios: tanto en lo que se refiere a sus infraestructuras municipales públicas y privadas, como en la promoción previa, la estancia del turista y el servicio post-venta del municipio como destino turístico de calidad.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 15 de 65

3.3 Guardamar: Municipio turístico de relevancia de la *Comunitat Valenciana*

El decreto de regulación de municipio turístico deriva de la Ley de Turismo de 2018. Significa un gran hito renovador con respecto a la anterior Ley de Turismo de 1998. Se pasa de unos criterios de gran permisividad a unos criterios de gran exigencia vocacional turística, tanto en lo que se refiere a la declaración como a la tutela de los municipios considerados "municipio turístico de la *Comunitat Valenciana*" en cualquier de sus tres categorías actuales.

En consecuencia, Guardamar fue uno de los primeros municipios en ser declarado "Municipio turístico de relevancia de la *Comunitat Valenciana*" [DOGV N.º 9398 de 04/08/2022].

Num. 9398 / 04.08.2022 — DIARI OFICIAL DE LA GENERALITAT VALENCIANA — 40518

Presidència de la Generalitat

RESOLUCIÓ de 28 de juliol de 2022, de la Presidència de la Generalitat, per la qual s'atorga el reconeixement de la condició de municipi turístic de rellevància de la Comunitat Valenciana a l'Ajuntament de Guardamar del Segura. [2022/7321]

Vista la sol·licitud presentada en la Direcció General de Turisme per l'Ajuntament de Guardamar del Segura, de data 23 de juny de 2022, en què s'insta el reconeixement de la condició de municipi turístic de la Comunitat Valenciana, per a l'Ajuntament de Guardamar del Segura.

Després de l'estudi de la documentació que consta en l'expedient i vista la proposta del director general de Turisme, mitjançant la qual es proposa resoldre favorablement la concessió de l'esmentada distinció, de conformitat amb el que es disposa en l'article 19 del Decret 5/2020, de 10 de gener, del Consell, de regulació de l'estatut del Municipi Turístic de la Comunitat Valenciana, resolc:

Primer

Atorgar el reconeixement de la condició de municipi turístic de rellevància de la Comunitat Valenciana, a l'Ajuntament de Guardamar del Segura.

Presidencia de la Generalitat

RESOLUCIÓN de 28 de julio de 2022, de la Presidencia de la Generalitat, por la que se otorga el reconocimiento de la condición de municipio turístico de relevancia de la Comunitat Valenciana al Ayuntamiento de Guardamar del Segura. [2022/7321]

Vista la solicitud presentada en la Dirección General de Turismo por el Ayuntamiento de Guardamar del Segura, de fecha 23 de junio de 2022, en que se insta el reconocimiento de la condición de municipio turístico de la Comunitat Valenciana, para el Ayuntamiento de Guardamar del Segura.

Tras el estudio de la documentación que consta en el expediente y vista la propuesta del director general de Turismo, mediante la cual se propone resolver favorablemente la concesión de la mencionada distinción, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 19 del Decreto 5/2020, de 10 de enero, del Consell, de regulación del estatuto del Municipio Turístico de la Comunitat Valenciana, resuelvo:

Primero

Otorgar el reconocimiento de la condición de municipio turístico de relevancia de la Comunitat Valenciana, al Ayuntamiento de Guardamar del Segura.

3.4 Cronograma del Plan de Actuaciones del PEDI [Plan Estratégico de Destino Inteligente]: el camino hacia la excelencia turística del destino.

El Plan Estratégico de Destino Inteligente 2023-2026 [de ahora en adelante PEDI) es un plan extenso y ambicioso [265 páginas]. Enumera un cronograma con **58 actuaciones** encaminadas a dirigirnos hacia la excelencia turística del municipio tanto en lo que se refiere a sus infraestructuras municipales como a su promoción y marketing turístico.

Así, en colaboración con la empresa SIEN CONSULTING de Alicante y la UNIVERSIDAD DE ALICANTE se lleva a cabo un seguimiento anual pormenorizado de los objetivos que se marcan en el cronograma de actuaciones[10].

[10] [2023] PEDI, Sien Consulting y Universidad de Alicante, PEDI. Anexo VI: pág. 259-263

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 16 de 65

Es de prever que se llevará a cabo una evaluación de resultados globales de todo el periodo 2023-2026 como punto de partida de la edición de un nuevo PEDI 2027-2030. En función del cumplimiento del calendario de actuaciones fijado en el PEDI, se espera alcanzar las dos siguientes evaluaciones autonómicas en los próximos tres ejercicios anuales.

3.5 Objetivos 2024-2027: Red DTI [Nivel 3] y declaración de municipio turístico de excelencia de la Comunitat Valenciana

a) **Alcanzar el Nivel 3 en la Red DTI** dependiente del INVAT·TUR [Benidorm]. Como punto de partida, Guardamar se encuentra [año 2023] entre los 31 destinos valencianos adheridos a la Red DTI-CV mejor puntuados [19 municipios en Nivel 3, 12 en Nivel 2 y 61 en Nivel 1]. Para alcanzar el nivel máximo, se exige que se cumpla con el 80% de los indicadores de cada uno de los tres grupos que conforman el "Autodiagnóstico de la Red DTI-CV". El INVAT·TUR suele llevar a cabo una revisión de puntuación —a final de cada año— de los municipios adheridos a la red —con código propio en la plataforma de Autodiagnóstico—, tanto para mantener como para superar el nivel que se ostenta.

b) **La declaración de municipio turístico de excelencia de la Comunitat Valenciana** partiendo de la declaración actual como Municipio Turístico de Relevancia. Actualmente, se ha otorgado el reconocimiento de municipio turístico de la Comunitat Valenciana a 60 municipios, de los cuales 17 son de excelencia, 18 de relevancia y 25 de singularidad. Guardamar se encuentra en un grupo considerado de alto nivel turístico como puedan ser: Torrevieja, Santa Pola, Elx, el Campello, la Vila Joiosa, Finestrat, Altea, Calp o Dénia.

RED DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
COMUNITAT VALENCIANA
DTICV
GUARDAMAR DEL SEGURA

INVAT·TUR

Hay que resaltar que los criterios DTI [INVAT·TUR en Benidorm] y de Municipio Turístico [*Conselleria d'Innovació, Comerç i Turisme*] no son plenamente coincidentes, aunque se solapan —en gran medida— al solicitar Valencia un informe de evaluación a los técnicos de su sede técnica en Benidorm.

3.6 Indicadores DTI de obligado cumplimiento en materia de marketing turístico municipal

Recordamos que el "Autodiagnóstico" del INVAT·TUR consiste en 172 indicadores que cubren todas las áreas o concejalías municipales. Para el presente documento, subrayamos que **dos de ellos** corresponden —de forma específica y obligatoria— al

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 17 de 65

marketing municipal, por lo que son puntos de alto interés en nuestro camino hacia la consecución del Nivel 3 de la red DTI y la consecución de Municipio de Excelencia Turística:

a) **Plan de Marketing General:** Este plan debe incluir —en función de la partida municipal consignada para promoción turística— los criterios que rigen nuestra presencia en los distintos mercados turísticos autonómicos españoles e internacionales europeos.
b) **Social Media Plan**: Se debe presentar en documento autónomo, aunque, en rigor, debe ir incluido en el Plan de Marketing General como parte integrante del mismo.

Área Comercial Guardamar
Asociación de Comerciantes

GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin del punto 3]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 18 de 65

4. La campaña institucional municipal de marketing-mix turístico

4.1 Las variables del marketing-mix turístico

La campaña institucional de "marketing-mix turístico" debe fundamentarse en una colaboración estrecha entre los empresarios turísticos y la concejalía de turismo del municipio. Se pretende conseguir un buen equilibrio, que tenga en cuenta todas las variables clásicas de esta metodología de mercadotecnia.

Los objetivos prioritarios de la corporación municipal deben ser el posicionamiento de la marca "Guardamar" así como facilitar los contactos entre los empresarios y/o turistas con los establecimientos y empresas turísticas del destino. Además, el apoyo puntual en la promoción a las empresas turísticas del municipio —al ser requerida esta colaboración por las mismas— en función de la disponibilidad.

Esto tiene una especial significación en el caso de las pequeñas y medianas empresas locales que no disponen de dispositivos potentes de promoción turística nacional e

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 19 de 65

internacional más allá de la fidelización de sus clientes y del “boca a oreja” o información de primera mano. La función de “asesoría turística” de la concejalía de Turismo es una constante a lo largo del tiempo con consultas e intercambios entre el *Servei Municipal de Turisme* y el empresariado.

En lo que se refiere a las grandes empresas turísticas con departamento de promoción, presupuesto y “Plan de Marketing” específico, estas deben tener en cuenta la optimización de recursos que se deriva de la colaboración con los organismos públicos de promoción turística: municipal, provincial, autonómicos y nacionales. empresarial. Muchas de estas iniciativas van dirigidas —de forma exclusiva o preferente— a la empresa privada. En el caso de Guardamar esto se da con un grupo reducido de grandes establecimientos de prestigio como puedan ser: Hotel Playas de Guardamar [Grupo Poseidón de Benidorm], Hotel Meridional, Camping Alannia Guardamar, los Apartamentos Europa House y el Resort Costa Blanca Explore.

Abundan las pequeñas y medianas empresas hoteleras —de tradición familiar, a menudo en tercera generación— que colaboran con la concejalía de Turismo en la coordinación de la política municipal de promoción turística.

4.2 Marketing directo del destino

Implica la importante presencia municipal en los mercados prioritarios españoles y del resto de Europa. Se lleva a cabo de la mano de las marcas españolas de mayor rango geográfico y presupuestario: Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca, *Turisme Comunitat Valenc*iana y TurEspaña. Este esfuerzo se realiza tanto en los destinos emisores [ferias, foros turísticos, *workshops*] como con la recepción de profesionales del turismo en destino [*fam trips* o viajes de familiarización, *press trips* —prensa especializada en turismo—, asistencia a jornadas técnicas comarcales, provinciales, autonómicas, nacionales e internacionales aprovechando nuestra presencia en estos foros]. Se requiere la presencia de un técnico de turismo especializado, políglota y —a menudo— de soportes físicos que acostumbran a ser folletos, guías, bolsas, vallas, programas de eventos, prensa escrita especializada, provincial, autonómica y nacional en varias lenguas, así como medios de comunicación orales [radio y televisión comarcal], web turística, canal vídeos y app turística municipal.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 20 de 65

A la izquierda: Joan-Carles Martí —técnico de turismo de Guardamar— con Carmen Amores directora del Hotel Meridional en la feria de Barcelona. A la derecha con John Galiana, director comercial para Europa del Grupo Poseidón de Benidorm [Hotel Playas de Guardamar].

Nature and history collide in Guardamar

By Alex Watkins

A NEW campaign launched by Guardamar del Segura town hall emphasises the municipality's unique combination of natural and historical heritage.

Its curtain of sand dunes stretches along the length of its 11 kilometre coastline, which boasts golden sandy beaches of great ecological value, with three Blue Flags for Playas Centre, Roqueta and Montcaio, noted the town hall.

Also of interest is the pine forest, or Alfonso XIII park, covering 800 hectares and originating from efforts to fix moving dunes by planting various species of vegetation, added a council spokesman.

"Proud of its roots, traditions and fiestas, Guardamar is a welcoming town in a privileged location at the mouth of the River Segura with history that can be traced back for millennia," he said.

Phoenicians, Iberians, Romans and Moors, amongst others, have left their legacies over time, including the archaeological sites of the Phoenician port town of La Fonteta (8th-6th century BC) and the Moorish Ribat (10th-11th century AD), which will open for guided tours this summer.

The most visible cultural landmark is the old walled town and castle, which were inhabited from 1271, making this year the 750th anniversary of its foundation.

To mark the occasion, various commemorative activities have been planned, including a festival of music, dance and theatre to be held in the castle in the first half of August, and a magnificent audiovisual exhibition, which can be visited at the Casa de Cultura until after the summer.

awatkins@cbnews.es

The castle site has been refurbished

Publicidad de Guardamar en prensa extranjera de la Comunitat Valenciana y Murcia

4.3 Marketing online

4.3.1 Introducción

Implica toda la promoción turística municipal que se lleva a cabo de Guardamar con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Se parte de la web turística[11] que tiene enlaces [*links*] a todas las empresas turísticas de Guardamar, con lo que conseguimos retroalimentarnos y crecer exponencialmente en este medio que se ha convertido en el primer gran eje promocional de toda empresa. El otro gran eje consiste en la promoción directa tanto en los mercados emisores como en el destino turístico receptor. Remitimos al Plan Operativo Anual 2024 de Acciones de Marketing Turístico[12] como indicador de los medios económicos que se dedican a este apartado durante un ejercicio tipo.

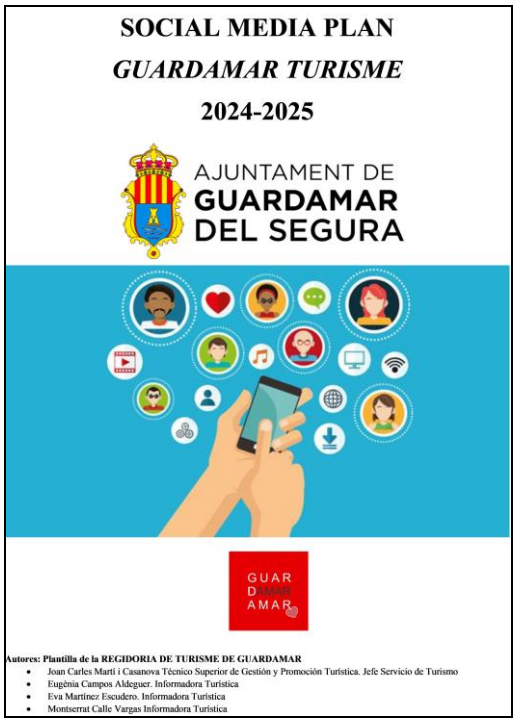
[11] www.guardamarturismo.com

[12] Plan Operativo Anual 2024 de Acciones de Marketing Turístico. Ver pág. 58.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 21 de 65

4.3.2 Social Media Plan[13]

Recordamos que —por exigencias del Autodiagnóstico de la Red DTI— se debe presentar este "Social Media Plan" de forma independiente, aunque, en rigor, se trata de una parte integrante del "marketing online". Remitimos, por lo tanto, al plan redactado en su integridad por el técnico que suscribe en colaboración con las informadoras de la Tourist Info.



Portada del Social Media Plan Guardamar 2024-2027

4.3.3 Redes sociales "Guardamar Turisme"

Facebook

Twitter

Wondella

Instagram

[13] 2023: Social Media Plan de Guardamar 2024-2027. 15 páginas. Regidoria de Turisme de Guardamar

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 22 de 65

4.3.4 Ferias y eventos en la estrategia de marketing digital

El marketing digital es considerado —ahora mismo— como un mecanismo más rentable que el marketing tradicional. No obstante, el trato directo entre profesionales sigue siendo un factor determinante a la hora de la toma de decisiones, como se demuestra en ferias y *workshops* y otros eventos presenciales especializados.

No obstante, para llevar nuestra marca al éxito, es necesario elegir la estrategia adecuada, incorporando a través del marketing mix los canales disponibles, tanto offline como online. El objetivo es saber aprovechar su uso para promocionar el destino, obtener nuevos clientes y fidelizar a los que ya se tienen.

Dentro de este marketing-mix, las ferias y congresos son acciones con objetivos comerciales organizadas para sectores concretos. Las redes sociales son una parte primordial para llegar a más clientes potenciales o colaborar con empresas aliadas que ayuden a promocionar el evento, manteniendo siempre la interacción con tus seguidores para que compartan la información.

4.3.5 Elasticidad del Plan de Marketing

Evidentemente, todo plan de marketing a cuatro años vista [2024-2027] debe tener en cuenta un margen razonable —aunque no se debe abusar del mismo— de elasticidad, para adaptarse a tomas de decisiones rápidas a corto plazo que pueden hacer variar algunos aspectos del mismo.

Networking: el contacto previo y las citas usando las redes son actualmente imprescindibles.

Los contactos personalizados en ferias se suelen confirmar —en más de un 50%— con páginas específicas de contactos entre emisores y receptores de turistas. Esta tarea se realiza con antelación.

[Fin del punto 4]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 23 de 65

5. Análisis de la oferta turística reglada de Guardamar

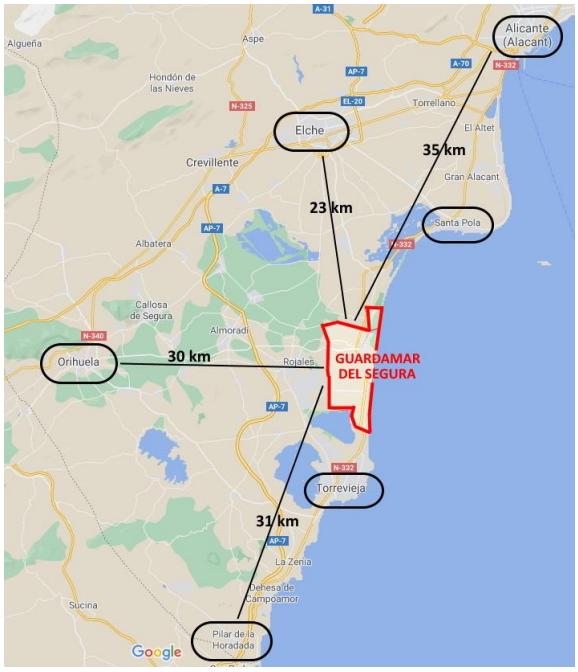
Según la definición de la Organización Mundial de Turismo [OMT] —con sede en Madrid— un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Así, un municipio sin planta hotelera o con una planta hotelera escasa no puede ser considerado como "destino turístico" aunque pueda ser "destino turístico complementario". Los destinos turísticos mundiales son mucho más amplios que la ciudad de escapada o vacacional. Todo el inventario turístico a menos de dos horas de distancia en coche es susceptible de ser visitado y debe formar parte del paquete turístico ofrecido.

UNWTO
Organización Mundial del Turismo

5.1 Guardamar como destino turístico de la Costa Blanca

Guardamar ofrece una de las plantas de alojamiento turístico reglado más compactas e interesantes de la Costa Blanca Sur: los 70 km que van de la ciudad de Alicante a Pilar de la Horadada. Además, Guardamar es el epicentro geográfico del sur de la marca "Costa Blanca" como se puede comprobar en el mapa más abajo.

En este tramo de costa están situados los importantes municipios turísticos litorales siguientes, de norte a sur: Alacant, Elx norte, Santa Pola, Elx sur, Guardamar, Torrevieja, Orihuela Costa y Pilar de la Horadada, este último como municipio limítrofe entre las comunidades autónomas de Valencia y Murcia.



Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 24 de 65

Con sus 11 km de costa —divididos por la desembocadura del río Segura— Guardamar tiene una situación geográfica privilegiada, tanto en lo que se refiere a su sistema dunar y pinada [750 ha] declarado Lugar de Interés Comunitario [LIC], las lagunas saladas prelitorales con aves migratorias, así como punto de partida de las rutas ciclistas y senderistas de la Vega Baja del Segura y del Baix Vinalopó.

Es interesante subrayar que la planta de alojamiento turístico de Guardamar conforma un "pool" [anglicismo comercial que significa "agrupamiento de recursos y estrategias relacionadas para minimizar riesgos"] o continuidad estrecha y compacta a lo largo del casco urbano flanqueado al norte por la carretera N-332 Alicante-Cartagena. Así, empieza al norte en el camping Alannia Guardamar —5 estrellas— y acaba al sur en el hotel Playas de Guardamar —el resort hotelero más grande al sur de Alicante con 500 habitaciones [ocupación potencial de más de 1.000 plazas en este hotel]—, junto al Montcaio [fuente: *Google Maps:* distancia 6,3 km].

Camping Alannia [5 estrellas]: alto prestigio internacional y distinciones junto a la desembocadura del río Segura

El recorrido original de la N-332 cruzaba la población. El desvío actual linda con la villa y ofrece una panorámica privilegiada del *Castell de Guardamar* [siglo XIII] cuya muralla fue acabada de restaurar y completar en el 2020. Su iluminación nocturna se ha convertido en un hito visual al acercarnos a la villa desde buena parte de la comarca de la Vega Baja del Segura.

Los establecimientos turísticos urbanos se encuentran todos a menos de 10 minutos a pie de las playas, con algunos de ellos en primera línea. El casco urbano está inserto —tanto por el norte como por el sur— por la pinada de Guardamar dividida por la "gola" [desembocadura] del río Segura. A poniente del municipio se extienden *l'Horta de Guardamar* [norte] y el *Camp de Guardamar* [sur] dividido por la sierra de *les Raboses,* de alto valor agrícola y forestal, con la presencia moderada de urbanizaciones. Su alto valor ecológico y paisajístico como "turismo de naturaleza junto al mar" lo diferencia de la mayor parte de los destinos costeros españoles.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 25 de 65

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Booking.com

Tweet

Madrid, 08 Junio 2023

Booking.com presenta un estudio con los datos de los destinos más buscados para las vacaciones de verano

Los destinos más buscados por los viajeros españoles e internacionales para disfrutar de las próximas vacaciones de verano

- Benidorm se corona como el lugar favorito de los españoles para disfrutar de las vacaciones
- Madrid es el segundo destino más buscado por los españoles mientras que Barcelona sigue captando el interés turístico de los viajeros internacionales
- España se mantiene como uno de los países más buscados entre los viajeros europeos y crece el interés de los asiáticos y australianos
- 4 regiones españolas lideran el top10 de los destinos más buscados a nivel global en Booking.com

No cabe duda de que hemos vuelto a la normalidad y se han recuperado las ganas de disfrutar de los viajes. Prueba de ello es este estudio que comparte Booking.com con los datos de las búsquedas de destinos para este verano.

Los 10 destinos más buscados por los viajeros españoles

Los destinos de playa siguen siendo los favoritos para los viajeros españoles, al igual que visitar la capital. **Benidorm** continúa encabezando el ranking y **Madrid** sube a la 2ª posición con un notable crecimiento en las búsquedas del 64,16%. Le siguen **Salou, Málaga y Peñíscola**.

Por otro lado, los españoles apuestan este verano 2023 por lugares como **Retamar, Guardamar del Segura, Comarruga, Córdoba o La Coruña** que incrementan sus búsquedas un 184,63%, 143,6 %, 96,2%, 83,94% y 76,34% respectivamente.

Plataforma de reservas Booking.com: con un 143% de subida en las consultas interanuales Guardamar se situó como el segundo municipio español de mayor **crecimiento en el verano de 2023.**

5.2 Infraestructuras de alojamiento turístico reglado en Guardamar

Guardamar dispone de la segunda planta de alojamiento turístico en rotación [vacacionistas en hoteles, pensiones, campings y apartamentos turísticos] después de la ciudad de Alicante en las comarcas de l'Alacantí, el Baix Vinalopó y la Vega Baja. Esta importancia se ve incrementada por la ratio de plazas hoteleras ya que partimos de una población de 16.000 habitantes [2022]. Volvemos a recordar que la ratio es de una plaza hotelera por cada 3 habitantes, una de las mayores de España en función de la población del municipio como se ve reflejado en el cuadro siguiente:

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 26 de 65

Alojamiento turístico	Nº de plazas
Hoteles	1.610
Pensiones	83
Viviendas turísticas	2.592
Campings	1.423
	5.708

Tabla 1: Plazas en alojamiento turístico [2022]

Viviendas secundarias registradas	Nº de plazas
Viviendas secundarias según fuentes de la Generalitat Valenciana	51.095
	51.095

Tabla 2: Plazas en viviendas secundarias [2022]

Guardamar dispone de **10.219 viviendas secundarias**[14], que significan un total de **51.095 plazas** al ser la capacidad media por vivienda de 5 plazas.

PLAZAS TOTALES	Nº de plazas
Alojamiento turístico	5.708
Viviendas secundarias	51.095
	56.803

Tabla 3: Plazas totales [2022]

Mercado de Artesanía Paseo Ingeniero Mira

14 INE: https://www.ine.es/censos2011_datos/cen11_datos_inicio.htm

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 27 de 65

5.3 Plazas en hoteles, pensiones y campings

Hoteles y pensiones	Nº habitaciones	Nº Plazas
Meridional****	51	108
Parquemar***	57	116
Playas de Guardamar***	502	1024
Eden Mar**	37	65
Guardamar**	52	99
Mediterráneo**	30	52
Quino**	35	66
Europa*	10	20
Levante*	32	60
Pensión Centro	10	18
Pensión Rooms 1980	15	27
Pensión Trinidad	21	38
	842	**1693**

Tabla 4: Plazas en hoteles y pensiones de Guardamar[15] [2022]

Campings	Nº plazas
Alannia Guardamar	864
Palm Mar	559
	1423

Tabla 5: Campings de Guardamar y número de plazas [2022]

Apartamentos turísticos reglados	Nº plazas
545 apartamentos turísticos dados de alta en el *Servei Territorial de Turisme* de la Generalitat Valenciana	2592
	2592

Tabla 6: Plazas en apartamentos turísticos [2022]

[Fin del punto 5]

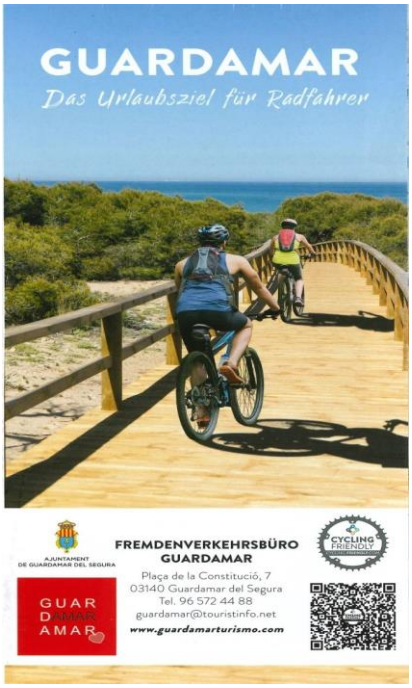
15 Fuente: https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/OTMC_2022c.pdf

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 28 de 65

6. El proceso de desestacionalización

6.1 Introducción

La desestacionalización consiste en diversificar los atractivos de un lugar y ofertar mayor variedad de productos durante todo el año, con el objetivo de incentivar la llegada de flujos turísticos de manera regular y tratar así de evitar que se concentre solo en temporadas altas cortas. En temporada baja y media, Guardamar atrae ciclistas, senderistas, equipos de fútbol, rugby, así como aficionados a otros deportes náuticos, fluviales y terrestres por su geografía privilegiada.



Ornitología [Birdwatching]

Gastronomía

Patrimonio cultural [Dama de Guardamar]

Deportes

6.2 La desestacionalización en Guardamar: evolución 2008-2023 [15 años después]

La desestacionalización producida —en Guardamar— desde el año 2008 es un mérito compartido entre las distintas corporaciones municipales y las empresas privadas. El subsector de alojamiento turístico se ha sometido a una intensa renovación de sus instalaciones y participa —de manera creciente— en la promoción de sus empresas.

La prueba objetiva es el siguiente cuadro histórico estadístico con datos de los propios establecimientos turísticos procesados por la concejalía de Turismo. Estamos ante un caso claro de desestacionalización creciente, con una ocupación media anual hotelera que pasó del **42%** en el año **2008** al **63%** en el **2017 bajando al 54% en el 2022 por la pandemia**.

Estas cifras se encuentran en un claro proceso de recuperación después de la pandemia COVID 2019-22 que tuvo tan graves repercusiones planetarias negativas. Los

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 29 de 65

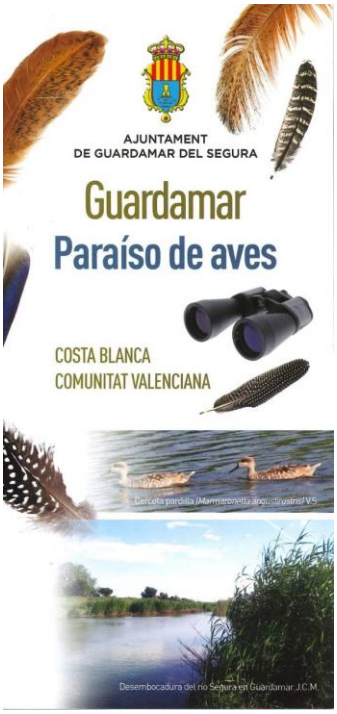
analistas turísticos autonómicos y nacionales apuntan hacia una plena recuperación de las costas españolas para los ejercicios 2023-2024.

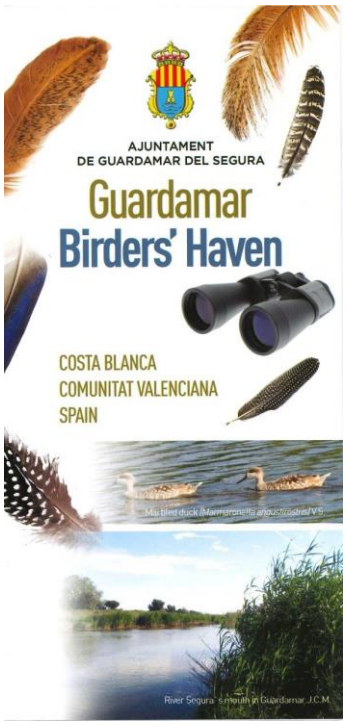
En Guardamar, los datos provisionales —hasta septiembre de 2023 al redactar este documento— anuncian una recuperación de la ocupación hotelera cercana al 60% de media anual recuperándose las cifras anteriores al COVID-19.

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ocupa-ción	42%	42%	48%	50%	47%	45%	50%	52%	61%	63%	59%	57%	29%	34%	54%	+60%

Tabla 7: Ocupación hotelera de Guardamar 2008-2023.
Fuente: Encuesta Tourist Info a establecimientos hoteleros de 4 a 1 estrellas.

El objetivo, por lo tanto, es no tan solo consolidar sino incidir en los procesos de desestacionalización en temporadas media y baja. Los productos tractores que se demuestran como más efectivos —con resultados reales— son: los **deportes**, la **naturaleza**, el **patrimonio cultural** y la **gastronomía**.





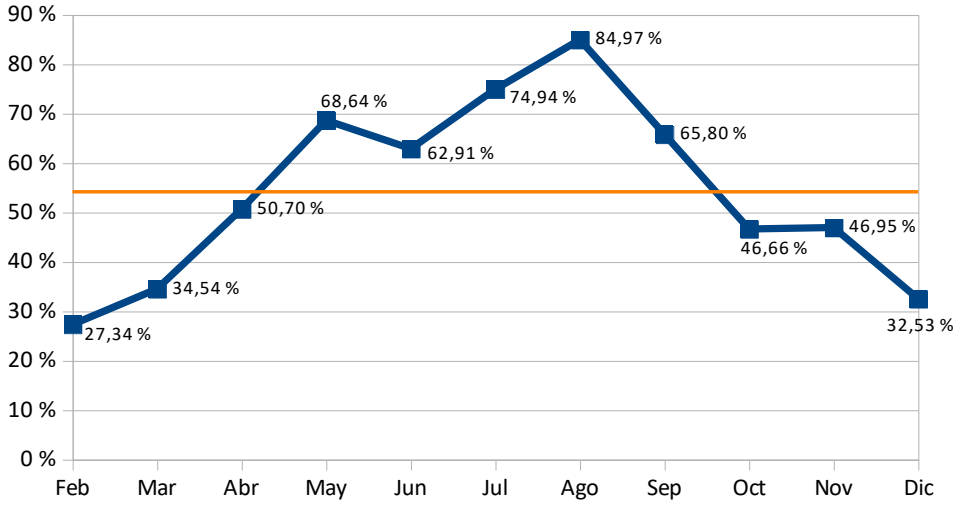
Guardamar está situado en el epicentro de las zonas de observación en el sur de la Costa Blanca A.H.S.A. Hemos estado presente varias veces en la Global Bird Fair de Rutland Inglaterra, la más importante de Europa para ornitólogos, con fam-trip de agentes especializados a nuestro municipio de la mano de *Turisme Comunitat Valenciana*. Por su alto valor ecológico —en la ruta migratoria de aves del norte de Europa a África—, Guardamar dispone de un sello de calidad medioambiental singular.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 30 de 65

Senderismo en las pasarelas de acceso a las playas y pinada de Guardamar: 11 km de playas junto a un bosque litoral dunar de 750 hectáreas.

6.3 Curva anual de ocupación hotelera [2022]: el estado de la cuestión

A título de ejemplo, ponemos los datos anuales más recientes —en el momento de redacción— referidos a las estadísticas de ocupación hotelera de Guardamar.



Según la serie histórica referida al año 2008, los meses que se acercaban o superaban la barrera del 50% de ocupación hotelera eran tan solo 5 [de mayo a septiembre]. En el 2022 se observa que nos acercamos o superamos el 50% durante 8 meses al año [de abril a noviembre], lo que significa un proceso de desestacionalización evidente en los últimos 15 años.

De diciembre a marzo, muchos establecimientos cierran temporalmente ya que las condiciones climatológicas adversas y los flujos de turistas bajan mucho en estos tres meses de difícil desestacionalización. Los que permanecen abiertos alcanzan un tercio de ocupación por lo que habrá que incidir en captar segmentos de turistas que viajan en temporada baja en busca de productos complementario al “sol y playas”.

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 31 de 65

No hay que olvidar que los factores climatológicos, políticos y sociales adversos afectan a todos los destinos turísticos y que son imprevisibles[16].

Izquierda: Hotel Playas de Guardamar. Con 501 habitaciones y potencial para más de 1.000 plazas es el establecimiento resort hotelero —de la Costa Blanca— más grande al sur de la ciudad de Alicante. Pertenece al Grupo Poseidón con sede social en Benidorm y un amplio programa de marketing turístico internacional. A la derecha: Hotel Spa Gastronómico Meridional con 52 habitaciones [4 estrellas] en primera línea en la playa de la Roqueta.

Guardamar está situado N-332 Alicante-Cartagena, a 25 km del Aeropuerto de Alicante-Elche, el quinto más importante de España con 13 millones de pasajeros en el año 2022. La estación central de RENFE en Alicante está a 35 km.

GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin del punto 6]

[16] El líder de la ocupación hotelera valenciana en enero es el municipio de Benidorm con un 59% de ocupación [enero 2023], único municipio valenciano con un proceso anual de desestacionalización consolidado.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 32 de 65

7. Mercados emisores en Guardamar

7.1 Evolución de los mercados emisores en Guardamar

Para los objetivos de este Plan de Marketing distinguimos entre mercados emergentes y maduros, tanto nacionales como internacionales. Los datos corresponden a la evolución de las estadísticas municipales de la Tourist Info Guardamar en el periodo 2007-2023.

Mercado nacional		Mercados europeos	
Maduros	**Emergentes**	**Maduros**	**Emergentes**
Madrid Com. Valenciana	Cataluña Murcia Castilla-la Mancha Castilla León Cantabria Asturias Aragón Galicia Euskadi Navarra La Rioja	Reino Unido Alemania	Francia Bélgica Suiza Holanda Países escandinavos Irlanda Dinamarca Austria Polonia

Mercados turísticos de Guardamar: 2023. Fuente: Tourist Info Guardamar

Los mercados autonómicos emisores españoles corresponden a todos aquellos que están a una latitud similar o superior a Guardamar [13 mercados regionales]. No se consideran mercados emisores los cuatro restantes ya que las Baleares, Canarias, Andalucía y Extremadura suelen enviar un porcentaje residual de turistas a Guardamar por ser emisores hacia las playas del sur peninsular y de las islas. Por su cercanía a Guardamar, la Región de Murcia es un mercado preferencial de cercanía, a poco más de 50 km de distancia.

Hay que incidir en estrategias de mantenimiento y presencia en los mercados maduros [Madrid y Londres] por su importancia tradicional en Guardamar.

Por otra parte, hay que insistir en la diversificación de mercados. Habrá que priorizar aquellos mercados con excelentes comunicaciones con Guardamar: viaria, ferroviaria y aérea.

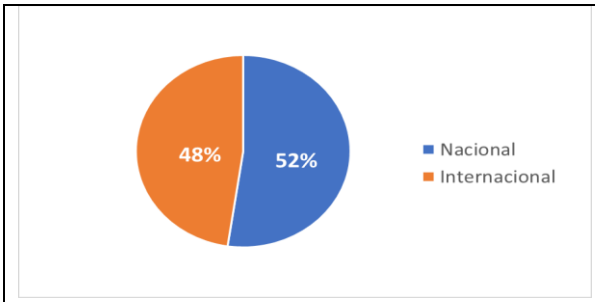
7.2 Mercado nacional y mercado internacional

De las atenciones realizadas en el mostrador de la Tourist Info Guardamar [2022] se desprende que el **59%** de las consultas corresponden a visitantes **nacionales** mientras que el **41%** a visitantes del **resto de Europa** [2022].

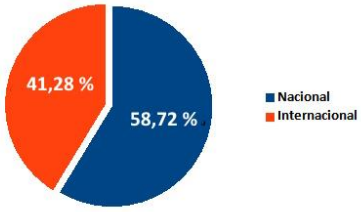
Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 33 de 65

Se ha producido una evolución muy interesante en la procedencia de turistas en los últimos 15 años [2008-2023]. Aunque el mercado "madrileño" ha crecido —en números absolutos— ya no aporta el 50% de las visitas a la Tourist-Info de Guardamar en el 2023. Su peso relativo ha descendido de aproximadamente la mitad de las consultas totales a menos de la cuarta parte [23%]. Esto viene dado por la diversificación obtenida con la promoción intensa en los mercados autonómicos españoles. Hay que señalar que —debido a factores relacionados con la pandemia 2019-2022— el "share" de las visitas de españoles se vieron incrementadas al 59% del total, manteniéndose un 41% de visitantes internacionales a pesar del descenso de desplazamientos desde países europeos. El peso del alquiler turístico y de las segundas residencias temporales es evidente. Además, las playas de Guardamar reciben visitas desde toda la comarca de la Vega Baja y —en menor medida— de comarcas limítrofes.



2008 Consultas Tourist Info Guardamar



2022 Consultas Tourist Info Guardamar

7.3 Asistencia a ferias y promociones de turismo en toda Europa: el seguimiento de resultados.

En el periodo 2015-2023 Guardamar ha participado del plan de ferias del Patronato Provincial de Turismo de Alicante, *Turisme Comunitat Valenciana* y Turespaña en los destinos siguientes. Se suele acudir entre 10 y 12 citas feriales anuales y se envía una caja de material a las citas a las que no se desplaza el técnico de promoción turística.

Ferias nacionales:

	Ciudad	Feria
1	Madrid	Fitur
2	Alicante	MEDSEA
3	Alicante	Alicante Gastronómica
4	Murcia	Salón del Ocio y Tiempo Libre
5	Pamplona	Navartur
6	Barcelona	B-Travel
7	Bilbao	Expovacaciones
8	Zaragoza	Aratur
9	Santiago de Compostela (Silleda)	Turexpo Galicia
10	Valladolid	Intur

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 34 de 65

Ferias internacionales:

	País	Ciudad	Feria
1	Reino Unido	Londres	World Travel Market
2	Reino Unido	Glasgow	50+ Show
3	Irlanda	Dublín	50+ Show
4	Noruega	Oslo	Reiseliv
5	Francia	París	Le Monde à París
6	Francia	París	Top Resa
7	Francia	Fréjus	Roc d'Azur
8	Bélgica	Bruselas	Salon des Vacances
9	Holanda	Utrecht	Fiets en Wandelbeurs
10	Alemania	Berlín	ITB
11	Austria	Viena	Argus Bike Festival
12	Austria	Viena	Ferien Messe
13	Italia	Bolonia	Fiera del Cicloturismo
14	Rusia	Moscú	MITT

A muchas de estas ferias se acude con empresarios privados de establecimientos de Guardamar. Además, se realiza un amplio informe de contactos que se pasan a las empresas turísticas de la localidad. Posteriormente, se hace un seguimiento de resultados. El *feedback* [retroalimentación] se consigue tanto por las reuniones de los organismos turísticos sectoriales municipales como por el contacto directo entre la concejalía de Turismo y los empresarios en una población media como es Guardamar.

Guardamar: a la izquierda en la World Travel Market [WTM] de Londres y a la derecha la delegación de la Comunitat Valenciana en la feria de Utrecht [Holanda] especializada en ciclismo y senderismo.

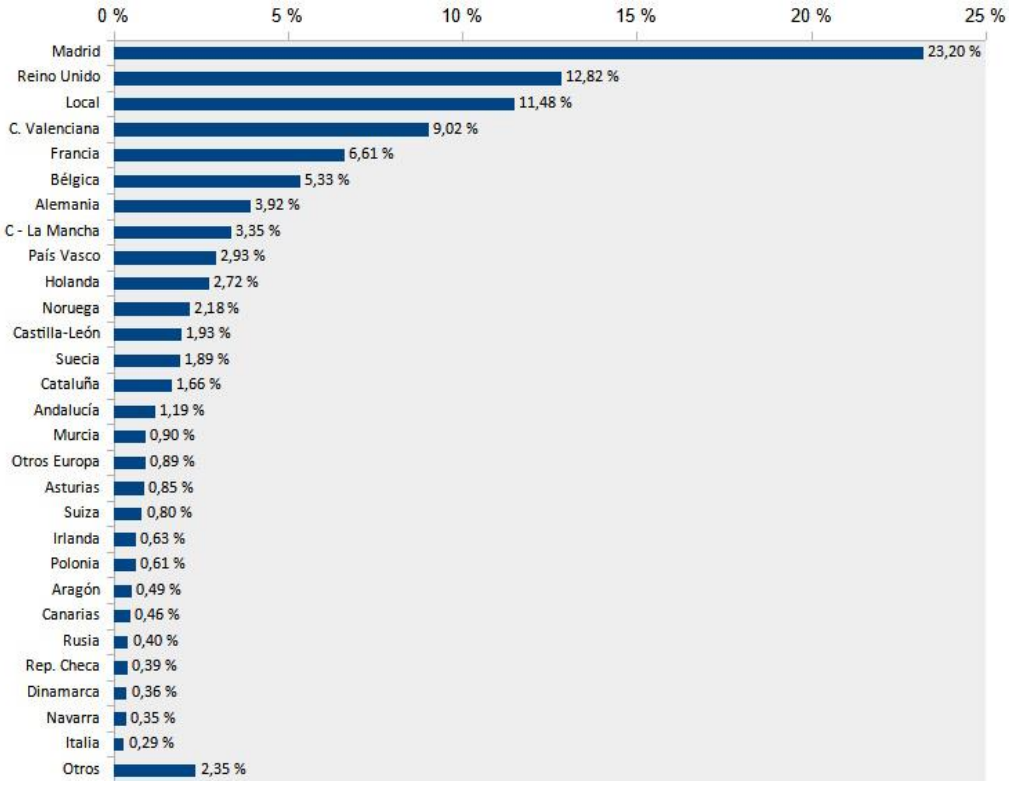
Feria Reiseliv [Oslo]: el mercado emergente del norte de Europa es de gran importancia. Un 8% del censo municipal son segundas residencias de escandinavos, con un alto crecimiento de belgas y holandeses.

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 35 de 65

7.4 Procedencia nacional e internacional por comunidades autonómicas y países

Los datos de 2022 reflejan la diversificación de mercados en Guardamar. Se observa que tanto Madrid como Gran Bretaña han perdido el oligopolio del 2008 cuando sumaban el 80% de las consultas en mostrador hasta bajar al 36% por la diversificación de mercados.



Estadística sobre 9257 consultas en mostrador durante el año 2022. Tourist Info Guardamar.

Club de marcha nórdica Costa Blanca Elx en la pinada de Guardamar

[Fin del punto 7]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 36 de 65

8. Tendencias funcionales del sector turístico en Europa

El estudio de benchmarking, centrado en la evaluación, compresión y adaptación a las mejores prácticas y tendencias de los actores líderes o en competencia dentro del turismo, aborda el análisis de municipios con similitudes estructurales con Guardamar a partir de cuatro variables:

a) Destinos en competencia [sustitutivos]
b) Destinos de referencia en el mercado europeo
c) Resultados de éxito sobre la marca
d) Relevancia de su estrategia turística en términos de innovación o calidad

Las cinco tendencias extraídas del análisis de casos, en evidente consonancia con las referencias sectoriales anteriormente expuestas, son:

T1 Integración en la economía local: incidencia del sector en el tejido empresarial y el empleo

T2 Consolidación y desarrollo de los sistemas de inteligencia turística: monitorización

T3 Paso de la colaboración público-privada o otras fórmulas de colaboración (incorporación del tercer sector)

T4 Consolidación de la experiencia turística: extensión –previa y posterior– mediante redes sociales

T5 Socialización y construcción del producto turístico a partir de la interacción con el usuario

Todas estas estrategias se abordan con amplitud en el Plan de Destino Turístico Inteligente 2022-2026 [PEDI] por lo que remitimos al índice del mismo para las consultas.[17] El Plan incluye un calendario anual de actuaciones encaminadas a la excelencia turística del municipio en todos sus frentes y —en lo que aquí nos concierne— la promoción y el marketing turístico.

GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin del punto 8]

[17] Ver PEDI

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 37 de 65

9. Logos usados en el marketing turístico de Guardamar

9.1 Logo turístico Guardamar

El logo turístico por excelencia de Guardamar se creó en el año 2006 jugando con los lexemas internos que componen el nombre de Guardamar: “Guard” y “Amar”. Está muy consolidado y es de una gran efectividad publicitaria, tanto por su contenido, por el color rojo [pasión] y por el corazón. Su mantenimiento en el tiempo se considera de alto interés ya que queda fijado en el imaginario colectivo al pensar en Guardamar. Es lo mismo que ocurre con otras grandes marcas comerciales mundiales, aunque se puedan ajustar en el tiempo.

9.2 Escudo municipal

El escudo municipal oficial representa el origen histórico de Guardamar [las 4 barras de la Corona de Aragón] como población reconquistada en 1265 por Jaime I y perteneciente al Reino de Valencia desde 1296 por lo que está coronado. En la parte inferior, el color azul representa el mar. La torre del Castillo hace referencia al origen defensivo y a la etimología del topónimo Guardamar: “el guardián” del mar en valenciano.

9.3 Otros logos complementarios

En función de la adecuación de Guardamar a promociones conjuntas con otros organismos supramunicipales se utilizan los siguientes logos: Vega Baja del Segura, Costa Blanca, *Turisme Comunitat Valenciana*, L’Exquisit Mediterrani [gastronomía] y Turespaña, con el fin de situar Guardamar como destino turístico español internacional.

[Fin del punto 9]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 38 de 65

10. Plan de Marketing Turístico Guardamar 2024-2027: criterios técnicos aplicados

10.1 Objetivos

En función de los órganos consultivos supramunicipales que se especifican en el punto anterior, se procurará incidir en los objetivos en los que venimos trabajando desde el año 2007. Estos se van adaptando en función de las tendencias turísticas europeas y la evolución de los mercados emisores con Guardamar como mercado receptor.

Hay que resaltar que Guardamar tuvo un presupuesto general de 20,6 millones [2023]. Se trata de una cifra económica moderada para un municipio de sus características como destino turístico de primer orden. Las desventajas presupuestarias vienen dadas por el padrón municipal [16.159 habitantes], aunque se cuadruplica la población en temporada alta y se recibe un flujo importante de excursionistas y bañistas a lo largo del año.

Valla de gran tamaño de «Bienvenida» a Guardamar en la carretera N332 Alicante-Cartagena a su entrada al municipio.

Por lo tanto, como objetivos del Plan de Marketing, se plantean las metas siguientes con el presupuesto municipal global ya que el turismo es una actividad transversal que incide tanto en el residente en el municipio como en el vacacionista en rotación en establecimientos hoteleros o segundas residencias.

a) Mejora de la calidad y la capacitación del sector

b) Redefinición y mejora de los espacios de colaboración en el sector

c) Aumento de la incidencia del turismo en la economía local

d) Extensión de la experiencia en el consumo turístico

e) Consolidación de Guardamar como destino, no tan solo de sol y playa, sino también de **naturaleza**, **deportivo**, **cultural** y **gastronómico** como elementos

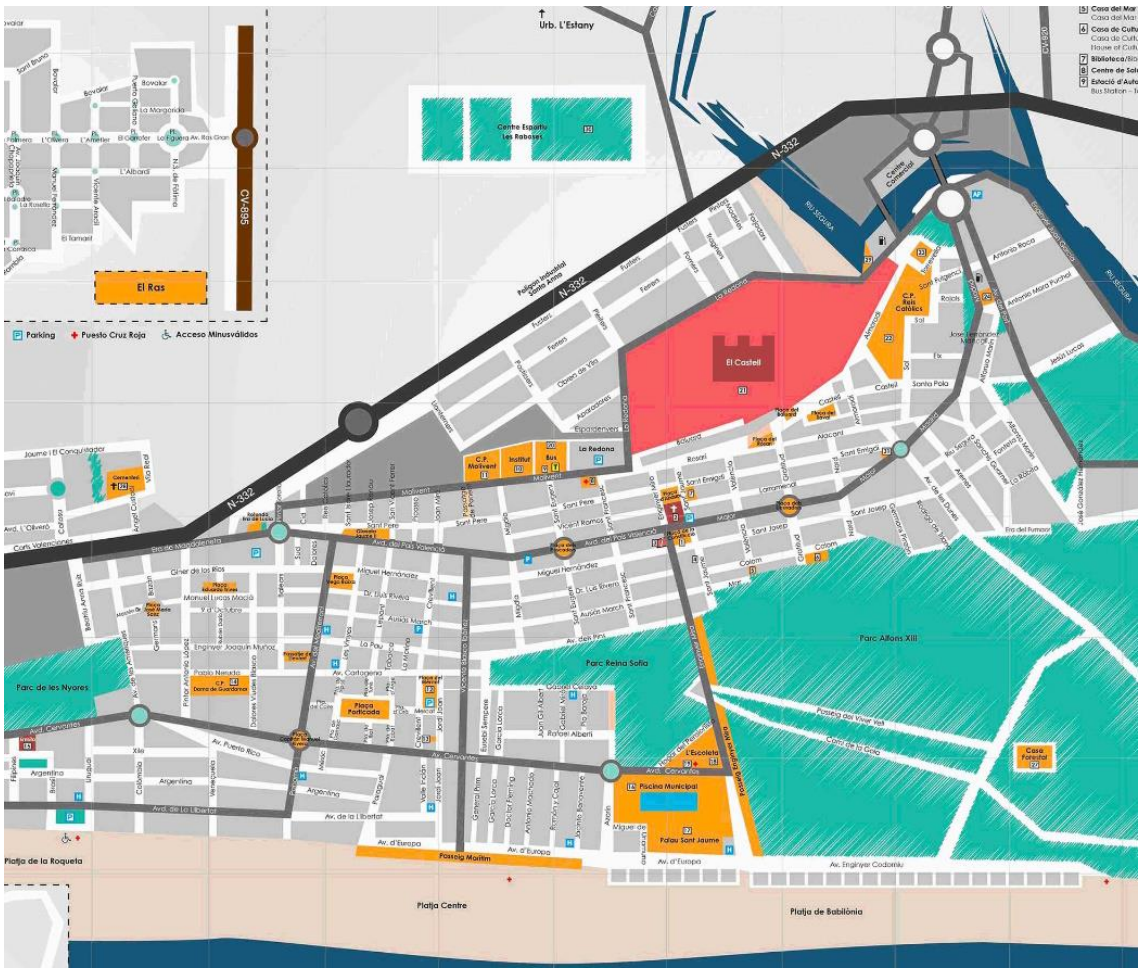
Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 39 de 65

"tractores" desestacionalizadores con el objetivo de conseguir una ocupación óptima durante todo el año.

f) Lanzamiento de un sistema de inteligencia sobre oferta y demanda con el uso intenso de las nuevas tecnologías.

g) Presencia en mercados emisores nacionales e internacionales para incidir en el posicionamiento de GUARDAMAR como marca diferenciada dentro de la Costa Blanca, Comunitat Valenciana y España.

Desde la *Regidoria de Turisme* se parte de estas premisas para el diseño de Planes de Actuación Anuales estructurados en tres ejes de trabajo —oferta, demanda y plan de gestión y comunicación— y se propone un enunciado-guía para la promoción local 2024-2027.



Se observa cómo los establecimientos de alojamiento urbano forman un *pool* compacto a menos de 300 metros de la playa [ver H].

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 40 de 65

10.2 Plan de Actuación

El modelo de actuación del Plan de Marketing Turístico se articula en torno a tres ejes, con los que se da respuesta a las premisas indicadas y al modelo de destino turístico deseado.

10.3 Eje 1: Oferta

10.3.1 Posicionamiento

Se desarrolla un concepto de marca con los atributos de “destino mediterráneo”, “tranquilo”, “agradable”, “familiar”, “sol y playa”, “naturaleza”, “deporte”, “gastronomía”, con especial incidencia en el producto diferencial de mayor prestigio, el “patrimonio cultural arqueológico e histórico” con los periodos “ibérico-fenicio”, “musulmán” y “medieval” como los de mayor potencial y relevancia visual.

A partir del espacio web se desarrollan los contenidos en profundidad y en diversas lenguas: castellano, valenciano, inglés, francés, alemán y holandés como mercados lingüísticos preferenciales y el inglés como lengua de comunicación internacional.

De esta forma, en consonancia con los objetivos planteados, se consigue:

a) Difundir contenidos desestacionalizados a lo largo de todo el año.
b) Aumentar los contenidos audiovisuales de destino y producto.
c) Crear espacios de colaboración con el sector privado.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 41 de 65

d) Potenciar la interacción con turista-cliente antes y después de su visita: servicio pre-venta y post-venta.
e) Segmentar las campañas en mercados prioritarios según las tendencias que marcan los estudios estadísticos españoles, autonómicos, provinciales y locales.

10.3.2 Productos turísticos

Dentro de nuestra localización privilegiada como destino de "Sol y Playa" en el Corredor Mediterráneo —y a menos de media hora del aeropuerto de Alicante/Elche— nuestros grandes productos diferenciadores son:

- Arqueología, historia y cultura
- Deportes náuticos y terrestres
- Gastronomía
- Naturaleza

10.3.2.1 Arqueología, historia y cultura

Castell de Guardamar s. XIII

Rábita Califal s. X [La Fonteta]

El inmenso patrimonio cultural, arqueológico e histórico de Guardamar ha quedado de nuevo puesto en valor en la declaración de Guardamar como **Capital Cultural de la Comunitat Valenciana 2023**. Destacamos los periodos fenicio, islámico y medieval como grandes elementos diferenciadores históricos.

Es evidente que el **patrimonio arqueológico de la Fonteta** —fenicio e islámico—, así como el **Castell medieval** —a los que habría que añadir el extenso inventario compuesto por 59 elementos que se puede consultar online en el PEDI[18]— **es uno de nuestros productos diferenciales por excelencia** ya que nos singulariza dentro de la oferta turística complementaria de la Costa Blanca y de la Comunitat Valenciana, con un alto grado de originalidad y relevancia en España y toda Europa.

Un recorrido histórico por Guardamar [ver Ruta Memoria de Arena[19] señalizada con

[18] Tabla 28: Recursos turísticos del inventario según categoría, tipo y subtipos. PEDI 2024-2027 (pág. 105-108). https://guardamarturismo.com/wp-content/uploads/2022/09/PEDI-2022-2026-taman%CC%83o-reducido.pdf

[19] https://memoriadearena.es/

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

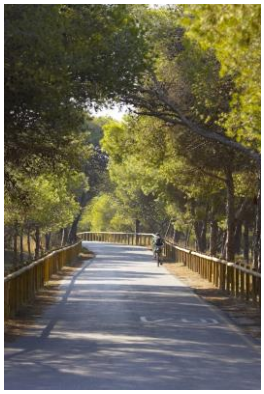
Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 42 de 65

hitos y QR] nos lleva por las culturas siguientes representadas tanto en sus yacimientos y elementos arquitectónicos locales como en la exhibición cronológica existente en el Museo Aqueológico de Guardamar [MAG]: fenicio, ibérico, romano, islámico, medieval, renacentista, Edades Moderna y Contemporánea.

Algunos de los tótems de "Memoria de Arena" con información en valenciano, castellano e inglés.

Existen dos museos de alto interés historiográfico: Museo Arqueológico de Guardamar y Casa-Museo Ingeniero Mira, así como 6 rutas [de entre 2 y 20 km] que se pueden hacer a pie o en bicicleta[20].

10.3.2.2 Deportes náuticos y terrestres



Piragüismo en la "gola" o desembocadura del río Segura. Senderismo y ciclismo en la pinada de Guardamar

Guardamar se caracteriza por sus espacios naturales para el desarrollo de actividades al aire libre además de instalaciones deportivas públicas y privadas: bahía, playas, dunas y pinada, desembocadura del río Segura, Puerto Deportivo, Palau Sant Jaume.

[20] Rutas Memoria de Arena: https://memoriadearena.es/

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 43 de 65

Así es ideal para la práctica de deportes náuticos y terrestres como ciclismo, senderismo, orientación, ornitología (birdwatching) y deportes de equipo en temporadas medias y baja, con mención al fútbol y rugby de equipos del norte de Europa: Suecia, Noruega, Dinamarca, Holanda, Bélgica, Francia, norte de Italia y Gran Bretaña.

Media maratón de Guardamar con más de 1.200 corredores.

En Guardamar operan las siguientes empresas deportivas además de la amplia oferta deportiva municipal existente. Se incluyen los grandes establecimientos de alojamiento turístico especializados en deportes:

a) Iniciativas FYE
b) Nautilus Nautical Sports
c) Delocos Surf Shop
d) Hotel Playas de Guardamar [Grupo Poseidón]: Fútbol. Rugby. Ciclismo.
e) Camping Alannia Guardamar
f) Grupo Costa Blanca Explore
g) Hotel Meridional: Golf. Birdwatching. Ciclismo.
h) Hotel Guardamar: Grupos ciclistas holandeses y belgas

Equipos nacionales de rugby que participaron en el IV Torneo Internacional Rugby 7 de Elche. Se hospedaron y entrenaron en Guardamar. En categoría masculina: España, Francia, Rusia, Inglaterra, Alemania, Escocia, Irlanda y Viator Barbarians y en femenina: España, Irlanda, Bélgica, Inglaterra, Holanda y Viator Barbarians

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 44 de 65

10.3.2.3 Gastronomía

La Setmana Gastronòmica de la Nyora i el Llagostí de Guardamar cumple su XX edición en 2024.

Stand de Guardamar en Alicante Gastronómica 2022.

La gastronomía de Guardamar representa la esencia más auténtica de la cocina mediterránea valenciana más meridional. Situado junto a la desembocadura del río Segura, Guardamar es uno de esos escasos lugares donde la tradición se basa tanto en la agricultura de su huerta como en la pesca de bahía, lo que queda reflejado en su cocina.

La mejor cocina autóctona queda representada por el **Peix de Guardamar** [pescado]. En el puerto se encuentra la **Lonja Pesquera**, con venta directa abierta al consumidor final. Tanto la **ñora** de la huerta como el **langostino** del mar son distintivos de Guardamar.

Desde el año 2005 Guardamar alberga una de las citas gastronómicas más importantes de nuestra autonomía: la *Setmana Gastronòmica de la Nyora i el Llagostí*, donde se pueden degustar platos cocinados con estos dos ingredientes. Otro evento totalmente consolidado es la Ruta de las Tapas con Historia desde el 2012.

Las concejalías de Turismo y Promoción Económica, en colaboración con la Asociación de Restauradores de Guardamar, desarrollan un calendario variado de eventos gastronómicos a lo largo del año. A título indicativo:

a) Setmana Gastronòmica de la Nyora i el Llagostí
b) Ruta de las Tapas con Historia
c) Semana de la Croqueta
d) Semana de los Arroces
e) Semana de los Platos de Cuchara

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 45 de 65

10.3.2.3.1 Asociación de Restauradores de Guardamar: la Setmana Gastronòmica de la Nyora i el Llagostí

Desde la primera edición [2005] se ha convertido en una de las grandes citas gastronómicas de la Comunitat Valenciana. el Ayuntamiento de Guardamar ha iniciado el expediente para la Denominación de Origen [D.O.] de la "ñora de Guardamar" por sus especiales características de secado en las arenas. Este acontecimiento de máximo prestigio gastronómico —nacional e internacional— se organiza en colaboración entre la concejalía de Turismo, la concejalía de Promoción Económico y la Asociación de Restauradores de Guardamar. Guardamar celebrará la 20ª Setmana Gastronòmica de la Nyora i el Llagostí del 3 al 9 de junio 2024.

ASOCIACIÓN DE
RESTAURADORES
DE GUARDAMAR

10.3.2.3.2 Asociación de Cocineros y Reposteros de la provincia de Alicante con sede social en Guardamar [Tourist Info Guardamar]

Esta asociación provincial profesional —con más de 100 afiliados— tiene su sede social en la concejalía de Turismo de Guardamar, Plaça de la Constitució, 7. Esta iniciativa partió de un grupo de cocineros y reposteros de Guardamar y se ha extendido a toda la provincia. Demuestra la vitalidad y el prestigio de nuestro municipio en el sector culinario. Organizan conferencias, jornadas profesionales y eventos gastronómicos a lo largo del año, con la colaboración de la Regidoria de Turisme de Guardamar.

ACYRA
Alicante

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 46 de 65

10.3.2.3.3 L'Exquisit Mediterrani

Turisme Comunitat Valenciana impulsa el turismo gastronómico contando con todos los agentes de la "cadena de valor" con un enfoque compartido por un buen número de iniciativas y proyectos —públicos y privados— surgidos desde diferentes ámbitos del turismo y la gastronomía y que engloba desde la alta cocina a productos experienciales en el territorio como el enoturismo, agroturismo, oleoturismo y pescaturismo.

La marca "*Comunitat Valenciana – L'Exquisit Mediterrani*" es el elemento central que representa los valores de nuestra gastronomía de excelencia: lo más exquisito del Mediterráneo. Sobre ella pivotan los mensajes y acciones promocionales de experiencias turísticas vinculadas a nuestra gastronomía valenciana, con parámetros de calidad y autenticidad.

Guardamar está adherida a esta marca de calidad gastronómica desde el año 2019.

L'EXQUISIT
mediterrani

10.3.2.4 Naturaleza

Más de 11 km de playas en el sistema dunar de Guardamar. Pasarela de acceso a la playa "del Camp".

El entorno de Guardamar del Segura está configurado por diversos ecosistemas que dan lugar a un paisaje único. Las dunas, formadas a partir de las arenas aportadas por el río Segura al mar, forman varios cordones que cubren todo el frente litoral del municipio, de norte a sur. Este conjunto, antes móvil y amenazante por la acción del viento, se fijó a través de una gran obra de repoblación forestal [entre 1901 y 1926], que dio lugar al actual bosque litoral, declarado Lugar de Interés Comunitario [LIC] y Zona de Especial Protección para las Aves [ZEPA]. La Casa-Museo Ingeniero Mira[21] es un museo monográfico dedicado a la repoblación forestal del sistema de dunas Guardamar-Elx [1901-1926].

Las playas, caracterizadas por su finísima y dorada arena, tienen una extensión de 11 km. Las más cosmopolitas son la *Centre* y *la Roqueta*, y las más naturales y solitarias son las de *els Tossals* (playa naturista), *el Camp* y *les Ortigues*.

[21] https://museoingenieromira.com/

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 47 de 65

Al sur de Guardamar se localiza el Parque Natural de la Laguna de La Mata, un humedal con una importante reserva de aves, con una parte del mismo en nuestro término municipal.

Parte de la orilla norte de la Laguna mata Torrevieja está en el término municipal de Guardamar.

El río Segura y su huerta tradicional, donde hortalizas, frutales y cítricos originan un bello entorno. El Segura desemboca al mar en el paraje denominado "La Gola del Segura", donde se ubica el puerto deportivo-pesquero Marina de Las Dunas.

Tramo final del río Segura antes de llegar a la "gola" o desembocadura.

10.4 Eje 2: Demanda según tipologías

10.4.1 Públicos

El público objetivo para la campaña de promoción de Guardamar lo definimos a partir del tipo de hogar y la motivación del turista, pudiendo integrar distintas combinaciones:

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 48 de 65

Descripción de las motivaciones o perfiles experienciales:

a) **Organizador familiar**: padre o madre de familia, elige y diseña el consumo a partir de las necesidades de diversión y entretenimiento de los niños. Cultura y deporte como consumos complementarios, suelen alcanzar un buen nivel de fidelidad al destino.

b) **Explorador cultural:** consumidores de oferta cultural y patrimonial, nivel académico alto, prescriptores del destino, gastronomía y compras complementan su consumo principal.

c) **Deportista:** Los deportes marítimos y terrestres como factores de desestacionalización han quedado ampliamente documentados en este Plan de Marketing [ver págs. 42-43].

d) **Explorador gastronómico:** El prestigio de Guardamar como destino gastronómico queda ampliamente documentado en este Plan de Marketing [ver págs. 45-47].

10.5 Eje 3: Plan de gestión y comunicación: Smart Office

El tercer eje del Plan de Marketing Turístico, además de abordar aspectos transversales, incorpora una herramienta alineada con los objetivos del Plan, como es la creación de un Sistema de Inteligencia Turística Local con un servicio licitado externamente para el seguimiento de las mejoras y avances en Guardamar como destino turístico global.

Está previsto licitar este servicio externo para el periodo 2024-2026, dentro del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino, concedido con fondos europeos para este periodo. El capítulo 14 se refiere específicamente a la Smart Office [oficina de inteligencia turística]. Llevará a cabo sus funciones en estrecha colaboración con la Comisión Técnica Interdepartamental.

[Fin punto 10]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 49 de 65

11. Órganos consultivos en materia turística en Guardamar y la Vega Baja del Segura

11.1 Fortalecimiento del sector: la colaboración entre organismos públicos y la público-privada

Como hecho característico de los destinos turísticos más competitivos, la unión del sector turístico, expresada en espacios de colaboración efectiva y permanente, es clave en la acción de la economía municipal.

En este sentido, son dos los ámbitos de colaboración que se plantean como imprescindibles para el óptimo desarrollo del sector en Guardamar:

a) Colaboración "público-pública": debe reforzarse la colaboración entre el Ayuntamiento de Guardamar, Convega [Vega Baja del Segura], Patronato de Turismo de la Costa Blanca y Turisme Comunitat Valenciana. Así, Guardamar está adherida a la **Red Tourist Info**, la **Red DTI-CV** (Destino Turístico Inteligente de la Comunitat Valenciana), el **SICTED** (Sistema Integral de Calidad Turística en Destino**), la Q de Calidad** así como todos los foros provinciales y autonómicos de interés en materia turística, con asistencia personalizada del técnico municipal de turismo.

b) Colaboración público-privada: con la puesta en funcionamiento del **Consell Municipal Assessor de Turisme** de Guardamar (17/10/2022) se dispone de una nueva herramienta como espacio de diálogo y discusión, tratándose de un órgano consultivo en materia turística, con presupuesto municipal al cien por cien. Remitimos a la página

11.2 Consell Municipal Assessor de Turisme

Guardamar fue uno de los municipios pioneros en la creación de un Consejo Municipal Asesor de Turismo en el año 1996[22]. La colaboración con el tejido empresarial ha sido siempre intensa, con reuniones colectivas, parciales y personalizadas, que se celebran en Alcaldía o en el Salón de Plenos, en función de los subsectores turísticos: alojamiento turístico, restauración, oferta turística complementaria y comercio.

El nuevo reglamento del *Consell Municipal Assessor de Turisme* fue publicado en el BOP N.º 107 de 07/06/2022. Su primera asamblea anual tuvo el 17/10/2022. Tras las elecciones locales de mayo de 2023, habiéndose constituido una nueva corporación municipal, la composición de la Asamblea General queda como sigue:

22 BOP Nº 68 de 21/03/1996

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 50 de 65

- **Presidente:** José Luis Sáez Pastor, Alcalde-Presidente
- **Vicepresidenta:** Pilar Gay Bódalo, concejala delegada de Patrimonio, Cultura, Educación y Hacienda
- **Secretario:** el secretario del Ayuntamiento de Guardamar
- **Vocales:**
  1. Juan Francisco Ortiz Viudes, Partido Popular
  2. Guzmán Fernández García, Esquerra Unida
  3. Ángel Delfín Suárez González, VOX
  4. Gisela Teva Quirant, concejala delegada de Promoción económica, Consumo, Empleo, Comercio y Mercadillos
  5. M.ª Carmen Aguilera Egea, concejala delegada de Playas, Medio Ambiente, Parques y Jardines, Movilidad Urbana, Protección Animal y alcaldesa pedánea del Campo de Guardamar
  6. José M.ª Hernández Campillo, concejal delegado de Urbanismo, Obras públicas, Ocupación de dominio público, Bienestar social e Igualdad
  7. María Venerdi Pallarés, concejala delegada de Fiestas, Núcleos urbanos, Relaciones institucionales e internacionales y Sanidad
  8. Jesús Rodríguez Onteniente, concejal delegado de Seguridad pública y protección civil, Contratación administrativa, Mantenimiento y servicios urbanos, Cementerio y Participación ciudadana
  9. Verónica Guirao Ortiz, concejala delegada de Educación e infancia, Juventud, Sistemas de información y Subvenciones
  10. Pablo de Miguel Pradillo, concejal delegado de Recursos humanos, Gestión de empresas públicas y Eficiencia energética y cambio climático
  11. Joan-Carles Martí i Casanova, técnico superior de gestión y promoción turística municipal
  12. José Gambín Lorenzo, arquitecto municipal
  13. Miguel Serrano Cañizares, ingeniero municipal
  14. Francisco Javier Parres Moreno, técnico de patrimonio municipal
  15. Jorge García Cutillas, técnico de promoción económica municipal
  16. Sara Calvo Torregrosa, técnico municipal de informática
  17. José Pérez Pérez, técnico municipal de medio ambiente
  18. Alberto Bernal Díaz, técnico municipal de deportes
  19. Carmen Amores Rodríguez, hotel Meridional
  20. Juan Francisco Rubio Grau, hotel Playas de Guardamar
  21. Rita Ibarra Ortiz, hotel Guardamar
  22. Teresa Gil Gómez, hotel Eden Mar
  23. Francisco Javier Sánchez Marín, hotel Quino
  24. Rafael Martínez Martínez, hotel Mediterráneo
  25. Moisés Valentí Pérez, hotel Europa

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 51 de 65

26. Bruno Pérez Rastoll, pensión Centro
27. José Ramón Jaén García, pensión Rooms 1980
28. Sergio Gómez Sirvent, Servicios Turísticos Marjal
29. Carlos Pérez Fur, Camping Alannia Guardamar
30. José M.ª Mena Beviá, apartamentos Europa House Sun Beach
31. Gonzalo Monfort Casaudoumecq, Costa Blanca Explore
32. Rebeca Pérez Ríos, restaurante Le Bleu
33. Francisca Cerdá Lajara, restaurante Club Náutico
34. Damiana García Roviño, Asociación de Comerciantes
35. Susanna Zaragoza Gil, Iniciativas FYE
36. Juan Bautista Ferrer Monllor, Delocos Surf
37. Serafín Antón Sevilla, Nautilus Nautical Experience
38. Jorge Manuel Ortiz Blasco, Zafiro Tours
39. M.ª Sagrario Martínez Teva, Viajes Plaza
40. Mª del Carmen Martínez Giménez, Viajes Alone
41. Ángel Murcia Ortuño, coordinador de la Red Tourist Info de la provincia de Alicante
42. Mariano Agustín Torres, Sien Consulting Alicante
43. Raquel Huete Nieves, Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante

El Reglamento Regulador del *Consell Municipal Assessor de Turisme*[23] se puede consultar en el portal de transparencia de la web turística de Guardamar.

Así, están previstas tanto comisiones de trabajo de seguimiento como comisiones de trabajo específicas [ejemplos: *Setmana Gastronòmica de la Nyora i el Llagostí*, Ruta de la Tapa, Alicante Gastronómica, Feria del Comercio, ferias de turismo, eventos]. Además, están previstas reuniones trimestrales de seguimiento del "Plan Estratégico de Destino Inteligente" [PEDI]. Hasta la licitación de la Smart Office —prevista para el 2024— la Regidoria de Turisme ha llevado a cabo la coordinación con las lógicas limitaciones.

Consell Assessor de Turisme de Guardamar. Reunión anual 17.10.2022

[23] https://guardamarturismo.com/wp-content/uploads/2022/09/REGLAMENTO-REGULADOR-DEL-CONSELL-MUNICIPAL-ASSESSOR-DE-TURISME-BOP-No107-DE-07-06-2022.pdf

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 52 de 65

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

11.3 Órgano Gestor de Playas

Los 11 km de playas de Guardamar bordean el sistema dunar y la pinada, el sistema litoral boscoso más extenso de la costa Blanca [750 hectáreas]. Se trata de la oferta fundamental de sol, playa y naturaleza por lo que la Concejalía de Turismo participa de este órgano gestor.

Línea costera de Guardamar con el casco urbano al sur de la "gola" o desembocadura del río Segura.

11.4 Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo

Guardamar es miembro de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (Red DTI-CV) desde el año 2020. Con motivo de la adhesión a esta red se creó la Comisión Técnica Interdepartamental en la que intervienen las áreas de Turismo, Urbanismo, Informática, Medio Ambiente, Patrimonio y Promoción Económica.

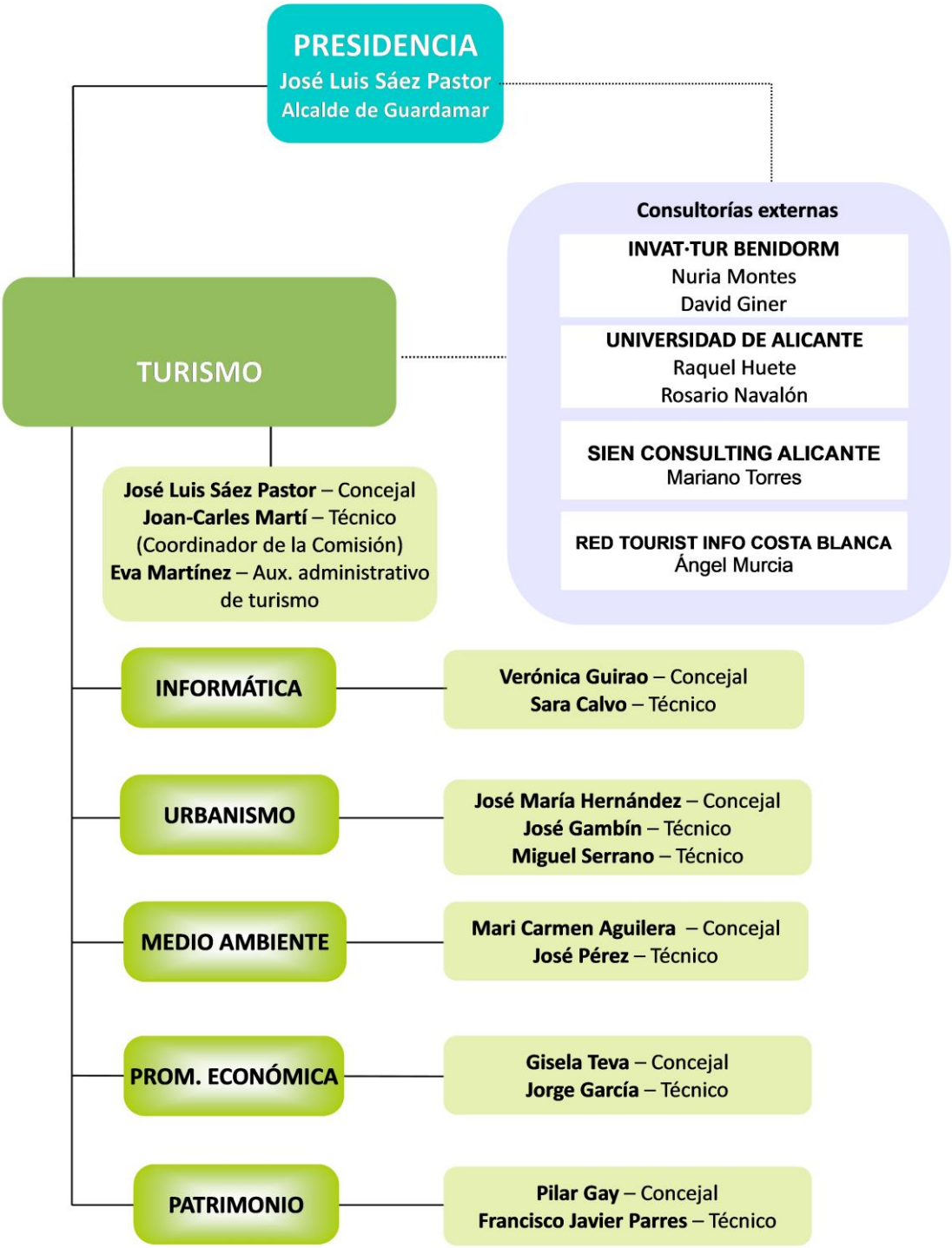
Tal y como se explica en el apartado 1 de este documento (páginas 5-7), Guardamar dispone de un Plan Estratégico de Destino Inteligente [PEDI 2022-2026] con 58 actuaciones. La Comisión Técnica Interdepartamental es la encargada de realizar el seguimiento del PEDI así como del Autodiagnóstico de la Red DTI-CV.

Reunión de la Comisión Técnica Interdepartamental el 25/04/2023 para tratar sobre el Plan Operativo 2023 del PEDI

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 53 de 65

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

Organigrama de la Comisión Técnica Interdepartamental de Turismo

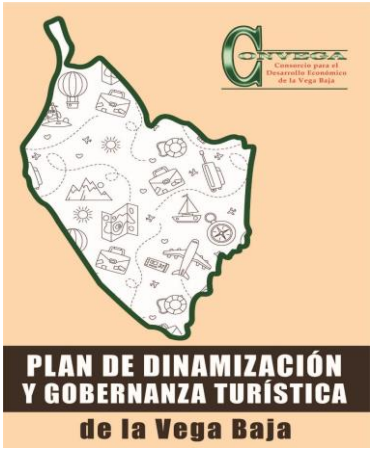


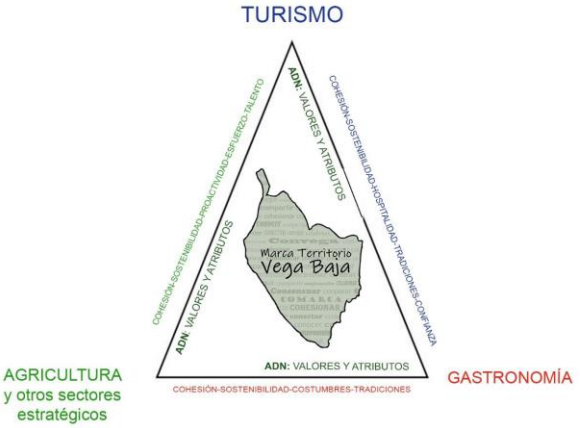
Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 54 de 65

Plaça de la Constitució, 5, Guardamar del Segura. 03140 (Alacant). Tel. 965729014. Fax: 966728195

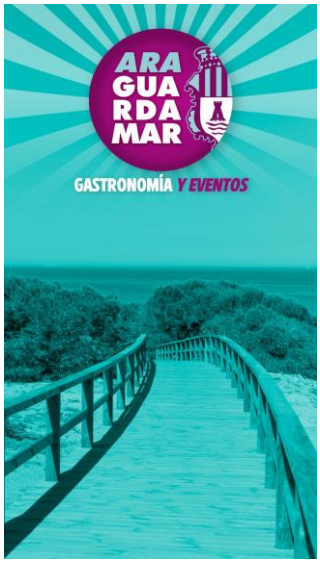
11.5 CONVEGA

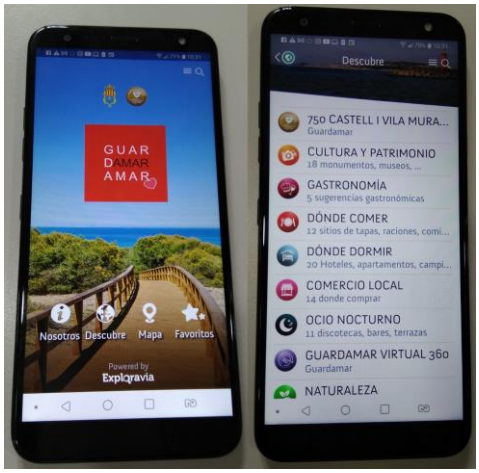
Desde el año 2018 Guardamar ha participado en las distintas reuniones comarcales coordinadas por el Consorcio para el Desarrollo Económico de la Vega Baja en distinto puntos de la comarca de la Vega Baja del Segura. CONVEGA ha desarrollado el *Plan de Dinamización y Gobernanza Turística de la Vega Baja*, un ambicioso plan de un millón de euros que tiene como objetivo crear una marca turística potente de la Vega Baja como destino turístico.





En la web de Convega se puede consultar las actuaciones que se han llevado a cabo en estos últimos años: https://www.convega.com/





De izquierda a derecha: punto interactivo de información 24 h; página de inicio de la nueva app de gastronomía y otros eventos; y app turística activa desde 2021.

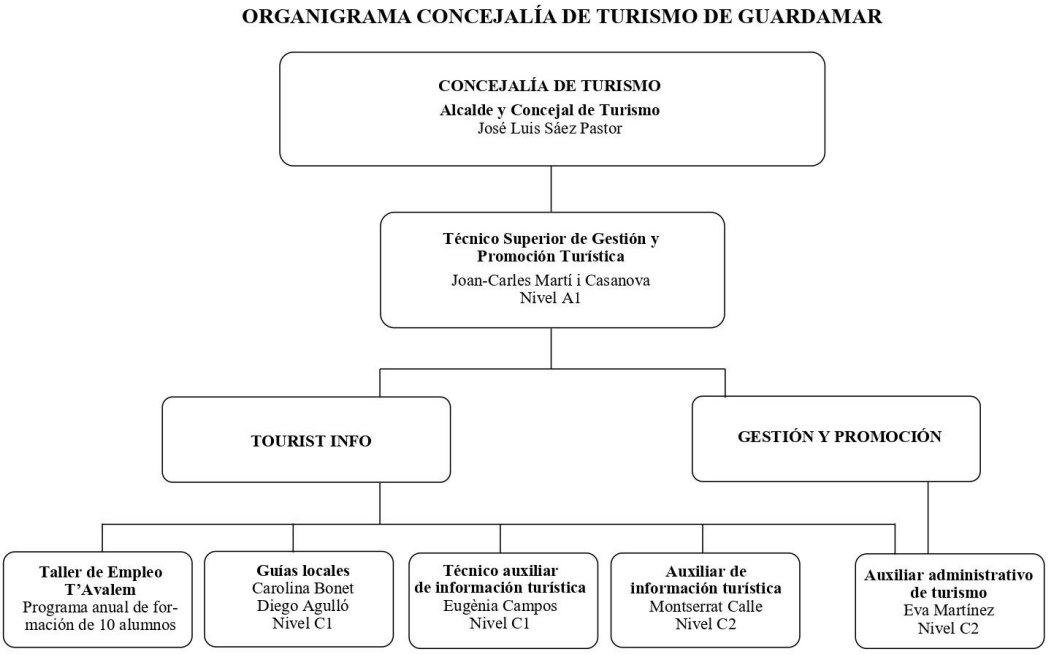
GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin punto 11]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 55 de 65

12. Marketing post-venta: el Servei Municipal de Turisme y la Tourist Info

12.1 La plantilla municipal de turismo [2023]



12.2 Guías locales: colaboración concejalía de Turismo y concejalía de Cultura

De abril a diciembre de cada año, se contratan dos informadores turísticos que realizan la visita guiada "Memoria de Arena", en castellano, valenciano e inglés en función de un calendario fijo y variable. Se ocupan, así, de la apertura de los yacimientos arqueológicos e históricos. Dedican un 50% de su tiempo a cubrir la Tourist Info en horario de tarde —de lunes a sábado— y, el tiempo restante, atienden un programa de guías gratuitas al patrimonio cultural de Guardamar según un calendario fijo y variable.

Visita guiada a la Rábita Califal. S. X. La Fonteta

Visita guiada al Castell de Guardamar. S.XIII

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 56 de 65

12.3 Colaboración concejalía de Turismo y concejalía de Promoción Económica: los alumnos del curso de formación de informadores turísticos "T'Avalem"

Alumnos del taller de empleo T'Avalem 2023 dando una guía a un grupo de escolares.

El técnico superior de turismo es, además, tutor de los alumnos-trabajadores del taller de empleo *T'Avalem* financiado por la Generalitat Valenciana. Se trata de un programa mixto de empleo y formación dirigido a jóvenes de 16 a 30 años. El objeto de actuación se centra principalmente en la constitución de un equipo de informadores turísticos locales con la finalidad de potenciar, actualizar y promocionar los recursos turísticos que forman parte del proyecto "Memoria de Arena". El taller tiene una duración de 12 meses y cuenta con 10 alumnos. Realizan prácticas en la Oficina de Turismo, Museo Arqueológico, Casa-Museo Ingeniero Mira, yacimientos arqueológicos, guías turísticas y otros de apoyo a la concejalía. Disponen de un director de curso y una profesora adscritos en contacto con el técnico municipal de turismo.

GENERALITAT VALENCIANA

UNIÓN EUROPEA
El FSE invierte en tu futuro

GOBIERNO DE ESPAÑA
VICEPRESIDENCIA TERCERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

LABORA
Servei Valencià d'Ocupació i Formació

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 57 de 65

12.4 Los horarios de la Tourist Info Guardamar y del Servicio Técnico de Turismo

El turismo familiar es uno de los ejes del marketing turístico de Guardamar.

Casa-Museo Enginyer Mira y Tourist Info Guardamar

Los horarios de atención al público de la Tourist Info Guardamar son los siguientes:

- Temporada baja [15 de octubre a 31 de marzo]: 9:00 h a 14:30 h
- Temporada media y alta [1 abril (Semana Santa) a 14 de octubre (Virgen del Pilar)]: 9:00 h a 14:45 h y 17:00 h a 19:00 h

Los horarios de las dos personas adscritas a la gestión y promoción turística —tanto el técnico como de la funcionaria auxiliar administrativa— son de lunes a viernes 7:45 h a 14:45 h en horario operativo compartido con el Ayuntamiento.

Hay que tener en cuenta tanto los periodos de vacaciones, asuntos propios y permisos anuales, la apertura en festivos, asistencias a ferias en fines de semana y otras incidencias puntuales que se deben compensar con días libres.

12.5 Jefatura de personal

Hay que destacar, la gran elasticidad operativa que existe en las tareas ya que, partiendo de una estructura jerarquizada —tanto en la responsabilidad como en la toma de decisiones— se ocupa unas mismas instalaciones municipales. Por lo tanto, se trabaja en equipo y se deben asumir, a menudo, responsabilidades de forma ascendente y descendente tanto por vacaciones del personal como por otras incidencias y/u otras prioridades con plazos límites de cumplimiento.

12.6 El coste del personal adscrito a la concejalía de Turismo

Todo estudio de coste empresarial —y esto incluye a la empresa pública—debe incluir la partida de personal. En el caso de este documento no se cuantifica este coste de personal [4 funcionarios continuos y dos durante 9 meses por año: un total de 6] que puede, no obstante, ser consultado en la Intervención municipal.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 58 de 65

13. Plan Operativo Anual de Acciones de Marketing Turístico

13.1 Introducción

Los presupuestos anuales del ejercicio siguiente suelen seguir las pautas de unos presupuestos estimativos realizados por el jefe del servicio de la concejalía correspondiente. En el caso de turismo, el presupuesto de la promoción turística estricta entendida como marketing turístico recae en la Partida Municipal de Promoción Turística 2024-432-22619.

No obstante, no se conoce la cifra definitiva de la inversión a cargo de esta partida, hasta final del ejercicio de ejecución de la misma a finales de año.

Así, a título de ejemplo, según se puede comprobar en la Intervención Municipal, la justificación contable final del ejercicio del 2022 fue de 93.376,24. Para el 2023 se prevé acabar el ejercicio con una inversión de 79.500 €.

Para el 2024 —una vez consultado con el alcalde y concejal de turismo— se propone una inversión total de 89.568 € para la partida de Promoción Turística, pendiente de confirmación en el primer trimestre del 2024.

Por lo tanto, esta “Hoja de Ruta” es aproximativa ya que se pueden llevar a cabo cambios posteriores en función de las distintas variables que intervienen en la elaboración de este presupuesto. Por ejemplo, puede haber cambios en los calendarios promocionales de las entidades supramunicipales con las que colaboramos: Patronato Provincial de Turismo de Alicante, *Turisme Comunitat Valenciana* y TurEspaña, o con eventos en los que colaboramos con las empresas privadas de Guardamar.

Se procura extraer el máximo rendimiento a esta partida, a la que cabría añadir tanto la participación de presupuestos supramunicipales y el trabajo de marketing que lleva a cabo el personal adscrito a turismo dentro de su horario laboral.

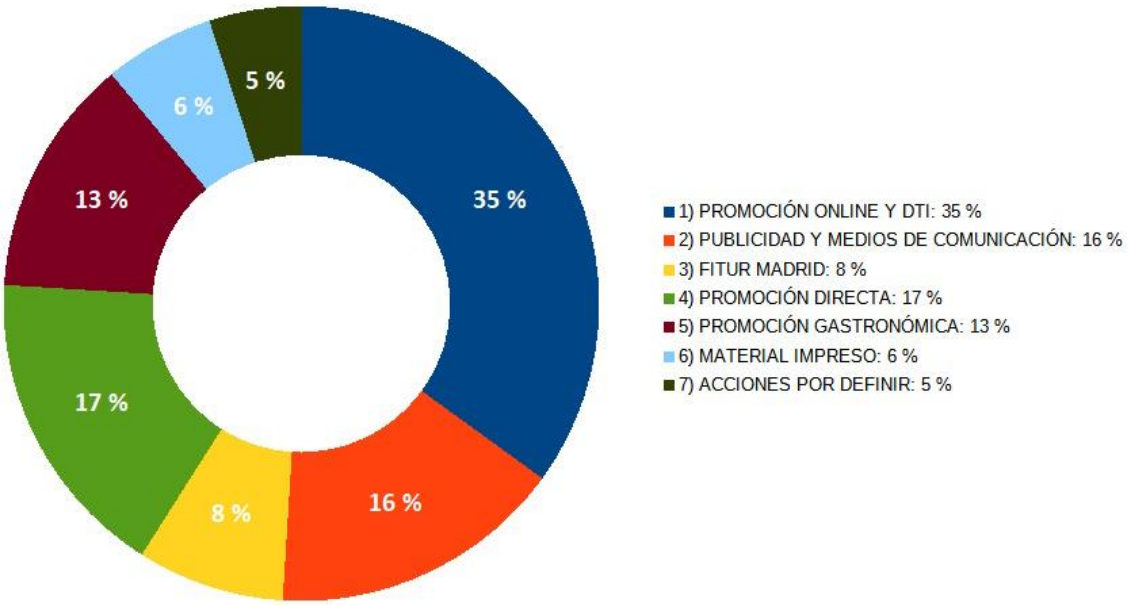
13.2 Distribución por conceptos del presupuesto estimativo del año 2024

Como se puede comprobar más abajo en el gráfico, el gasto [prioritario] es del 95% del presupuesto. Se deja un 5% para decisiones que se deban tomar a corto plazo. Por este motivo, se puede afirmar que el presupuesto de turismo suele estar cerrado al inicio de cada campaña. El dejar un pequeño porcentaje libre se debe a la experiencia acumulada, que nos aconseja esta pequeña elasticidad.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 59 de 65

El gasto anual previsto se divide en los siguientes bloques porcentuales:

1) Promoción online y Destino Turístico Inteligente [DTI]
2) Publicidad y medios de comunicación locales y provinciales
3) Fitur Madrid 2024
4) Promoción directa en ferias nacionales e internacionales en colaboración con el calendario ferial del Patronato Provincial de Turismo, Turisme Comunitat Valenciana y TurEspaña.
5) Promoción específica del calendario "Guardamar Gastronómico" como uno de los grandes productos tractores desestacionalizadores del municipio.
6) Material promocional impreso en distintas lenguas
7) Acciones por definir



Reparto porcentual del Plan Operativo de Turismo 2024 [Partida Municipal de Promoción Turística 2024-432-22619]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 60 de 65

13.3 Presupuesto provisional del plan operativo de acciones específicas de marketing turístico para el año 2024. [Elaborado a 01-10-2023]

1. PROMOCIÓN ONLINE Y DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	
Alojamiento y mantenimiento anual web turística www.guardamarturismo.com	4.200,00 €
Campaña SEO (Search Engine Optimization) de posicionamiento online de la marca Guardamar	13.068,00 €
Promoción rutas ciclistas de ámbito europeo en web www.cyclingfriendly.com	1.500,00 €
APP turística Exploravia	2.500,00 €
APP Ara Guardamar: Campañas gastronómicas y eventos	1.400,00 €
Plataforma de gestión turística INFOTOURIST	1.500,00 €
Web accesible	4.000,00 €
Certificación Q de Calidad Excelencia Tourist Info y MAG	3.000,00 €
	31.168,00 €
2. PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
Valla carretera N-332 junto a Mercadona (entrada norte) + 4 producciones	3.800,00 €
Letras fijas gran tamaño municipio, Paseo Marítimo y Avda. Els Pins	5.000,00 €
Publicidad en medios de comunicación comarcal y provincial españoles	3.000,00 €
Publicidad en publicaciones de Couché (plano ciudad, directorio profesional y guía turística)	2.100,00 €
	13.900,00 €
3. FITUR MADRID: stand sufragado por Costa Blanca y Turisme CV	
Delegación Guardamar: políticos, técnico, auxiliar y Damas	**7.500,00 €**
4. PROMOCIÓN DIRECTA CON PATRONATO PROV., TURISME CV Y TURESPAÑA	
4.1 NACIONAL: stands sufragados por Costa Blanca y Turisme CV	
Barcelona	1.000,00 €
Murcia	1.700,00 €
Bilbao	1.200,00 €
Zaragoza	1.000,00 €
Santiago	1.200,00 €
4.2 INTERNACIONAL (CULTURAL, DEPORTIVO Y GASTRONÓMICO): stands sufragados por Costa Blanca y Turisme CV	
Bruselas	1.500,00 €
Berlín	1.500,00 €
Utrecht	3.500,00 €
Bolonia	1.200,00 €
Francia Fréjus	1.200,00 €
	15.000,00 €
5. PROMOCIÓN GASTRONÓMICA	
20ª Setmana Gastronòmica Nyora i Llagostí: folletos, carteles y prensa	5.000,00 €
Show cooking Asociación Restauradores en Fitur	500,00 €
Feria Alicante Gastronómica	4.000,00 €
Varias semanas gastronómicas	2.500,00 €
	12.000,00 €
6. MATERIAL IMPRESO	
Impresión de la guía turística en castellano e idiomas	**5.000,00 €**
7. ACCIONES POR DEFINIR	
Se hace una provisión del 6 % del presupuesto previsto para imprevistos que puedan surgir a lo largo del ejercicio y que no obliguen a prescindir de alguna de las actuaaciones previstas.	**5.000,00 €**
TOTAL GLOBAL	**89.568,00 €**

[Fin punto 13]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 61 de 65

14. Medición de resultados

14.1 Estadísticas mostrador Tourist Info

Se anotan todas las consultas que se realizan en mostrador siguiendo las pautas de la Red Tourist Info de la Comunitat Valenciana. Se apuntan todas las personas que entran a la oficina por comunidades autónomas y países del mundo. Existe una serie histórica desde el año 2007. A lo largo de los últimos años las consultas "directas" en mostrador han descendido a menos de la mitad por la fidelización de los turistas, así como por la aparición de la web turística, redes sociales y consultas por WhatsApp turístico, correo electrónico y teléfono. Las más de 10.000 consultas anuales aseguran la fiabilidad estadística de los datos por procedencias por lo amplio de la muestra.

14.2 Estadística ocupación hotelera

Los establecimientos de alojamiento turístico de Guardamar informan, mensualmente, sobre la ocupación hotelera, aunque no nos dan datos por procedencias geográficas. Existe una serie histórica desde el año 2007 que nos permite estudiar la evolución de la ocupación hotelera y el proceso de desestacionalización.

14.3 *Feedback* empresarios turísticos de Guardamar

El contacto personalizado con el empresariado local es constante a lo largo de todo el año en encuentros, llamadas telefónicas, WhatsApp y correo electrónico. Además, está el Consell Assessor Municipal de Turisme que se reúne anualmente y las Sectoriales que se reúnen varias veces a lo largo de todo el año. Se comentan los resultados reales de las acciones emprendidas desde la Regidoria de Turisme.

14.4 Resultados de semanas y eventos gastronómicos

Existen mediciones económicas de los resultados de los eventos y semanas gastronómicas que se llevan a cabo. A título de ejemplo, en la *19a Setmana Gastronòmica de la Nyora el Llagostí*, del 5 al 11 de junio de 2023, se sirvieron 1638 menús, con una facturación global de 69.450 euros, con datos evolutivos archivados en la Regidoria de Turisme.

14.5 Estadística web turística: campaña SEO

Tenemos un convenio anual con la empresa IMPUSALMI de Almoradí desde el año 2017. Hemos conseguido posicionar Guardamar como la web local más visitada de nuestro municipio. Toda esta documentación está disponible.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 62 de 65

14.6 Estadística seguidores redes sociales

En el Social Media Plan 2024-2025 presentamos los datos de seguidores de Facebook. Instagram, Twitter y Wondella a 01.10.2023.

14.7 Seguimiento Autodiagnóstico y calendario PEDI: Smart Office

Existe un calendario de actuaciones [págs. 259-263] en el PEDI cuyos resultados se presentan, anualmente, en el Consell Municipal Assessor de Turisme que se suele llevar a cabo a finales de octubre de cada año. Se hace una presentación extensa —a los representantes políticos, especialistas y empresarios turísticos— del progreso en las infraestructuras y promoción turística en Guardamar en el último año.

[Fin punto 14]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 63 de 65

15. A modo de conclusión breve

El objetivo principal perseguido por cualquier plan estratégico marca el camino a seguir, los compromisos voluntariamente adquiridos en concordancia con los ODS y los compromisos de pertenencia a redes comprometidas con la calidad y el uso de la tecnología como hilo conductor del desarrollo, marcan los programas a ejecutar, así como las diferentes líneas de acción, apoyándonos en los pilares de cualquier sociedad.

Siendo estos pilares *las personas, las empresas, el territorio y su gobernanza*, el desarrollo de cualquier acción debe tener siempre presente los valores de *sostenibilidad, igualdad, accesibilidad y hospitalidad*, con el fin de mejorar la convivencia de ciudadanos y turistas y así, alcanzar el objetivo de mejora de la *mejora de la calidad de vida*, presente y futura.

Guardamar —como todos los destinos turísticos mundiales— está inserto en los grandes retos del siglo XXI donde ha de primar el respeto a los valores del planeta que quedan enumerados en el cuadro gráfico de esta página.

GUAR
DAMAR
AMAR

[Fin del punto 15]

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 64 de 65

AGRADECIMIENTOS

Como autor de este trabajo, deseo expresar mi agradecimiento por la lectura previa del mismo. En primer lugar, al alcalde y concejal de turismo de Guardamar [desde el 2015], José Luis Sáez Pastor. A Jorge Juan García Cutillas, técnico de promoción económica. A José Gambín Lorenzo, arquitecto municipal. A Sandra Navarro, experta en temas turísticos. Este trabajo no hubiese sido posible sin la colaboración y el apoyo recibido por el equipo de la Tourist Info Guardamar: Eva Martínez Escudero, Eugènia Campos Aldeguer y Montserrat Calle Vargas.

Cód. Validación: 7X99R7DEM43KKS74GF9DTXR3Y
Verificación: https://guardamardelsegura.sedelectronica.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 65 de 65