



Memoria 2020

Delegación de Promoción Turística de la Ciudad

ÍNDICE

1.- PLAN DE MARKETING

- * Introducción
- * Descripción de la situación
 - Entorno general, sectorial y mercado
- *Análisis de la situación
 - DAFO
- *Fijación de objetivos
 - Cuantitativos
 - Cualitativos
- *Estrategias de Marketing
- *Evaluación

2.- ASISTENCIA A FERIAS

- ↗ Fitur en Madrid
- ↗ Jornadas Promocionales “Cádiz Selva Virgen” por Bilbao, San Sebastián, Vitoria.
- ↗ Navartur en Pamplona

3.-PUBLICACIONES EN APP

- * APP Descubre Rota
- * APP y WEB TUR4ALL de Turismo accesible Promovida por Predif

4.-PUBLICACIONES

- ↗ Inserción publicitaria en calendario de pared y adquisición de 600 ejemplares
- ↗ Inserción publicitaria en Revista Línea 6 editada para Fitur y Verano 2019
- ↗ Inserción publicitaria en periódico Coastline – Base Naval de Rota
- ↗ Video promocional “Lo que importa nunca cambia” presentado en Fitur
- ↗ Campaña publicitaria “Que es para ti La Felicidad”
- ↗ Presentación de la Guía Enoturística
- ↗ Folleto sobre las visitas guiadas
- ↗ Publicación de listado de bares y restaurantes con servicio de entrega a domicilio.

5.- ATENCIONES A GRUPOS

- ✦ Visitas guiadas realizadas a diferentes grupos de diferentes temáticas

6.-ACTIVIDADES TURÍSTICAS

- * XXXVI Concentración Invernal de Motos Villa de Rota
- * Concurso Fotográfico “Frena y Fotografía Rota”
- * Puesta a punto de la Mayetería
- * Visita guiada “Ruta por la igualdad”
- * Feria de Artesanía en el Paseo Marítimo
- * VI Ruta de la Tapa a la Roteña
- * Rota en la travesía del V Centenario de la 1ª Circunnavegación a Vela 'Lisboa-Andalucía-Ceuta'
- * XXXI Maratón Fotográfico
- * Rota en Isla Mágica
- * I Encuentro Benéfico de Cortadores de Paleta “Isaias Dominguez”
- * Celebración del día Mundial del Turismo.
- * I Ruta Gastronómica Centrada en los guisos de Cuchara Tradicional
- * El Turismo de Proximidad “Cádiz quiere verte”
- * Visitas Turísticas a los recursos Turísticos de Rota.
- * Oficinas de Turismo
- * Punto de Información en Costa Ballena
- * Subvenciones Concedidas
 - * Proyecto de señalización turística inteligente en Rota y Costa Ballena.
 - * Sistema de Inteligencia turística de la Provincia de Cádiz
- * Adhesión Red Destinos Turísticos Inteligentes
- * Renovación de la Q de Calidad
- * Constitución de la Mesa de Coordinación en Turismo

7.- ACTUACIONES PARA FOMENTAR EL TURISMO CULTURAL

- * Rota Film Office
- * Rota Ciudad de las Estrellas
- * Centro Multicultural de la Base Naval
- * Centro Cultural para la Puesta en valor de la Muralla Medieval y el Patrimonio Histórico de Rota.

8.-PROYECTO “WELCOME TO ROTA”

- * Oficina de Cooperación
- * Organización tours
- * Organización de las solicitudes y selección para una plaza de voluntario europeo en el instituto de la juventud de Ramstein- Miesenbach
- * Información a las familias norteamericanas a matricular a sus hijos en centros educativos de la localidad

9.-REDES SOCIALES

- * Informe
- * Nuestras Redes Sociales:
 - * Facebook
 - * Twiter
 - * Instagram
- * Acciones de Marketing en Redes Sociales

10.-INFORME SEGITUR

- * Informe de Flujos Turísticos
 - * Flujos Turísticos según comunidades de origen
 - * Flujos Turísticos según provincias de origen
 - * Flujos Turísticos según municipios de origen

1.- PLAN DE MARKETING

Introducción

Rota es un municipio que cuenta, desde hace años, con una importante tradición turística, fundamentada en su carácter costero. En las últimas décadas, el turismo en Rota se ha convertido en uno de los principales sectores de actividad económica, tanto en volumen de generación de renta como de empleo, constituyendo un elemento clave para la economía local.

Desde una perspectiva general, dentro del conjunto de condicionantes que inciden en el desarrollo de la actividad turística, la CALIDAD se ha convertido en un factor estratégico a la hora de atraer visitantes. Los agentes turísticos, públicos y privados, son cada vez más conscientes de que 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 (OMT).

Aunque, en un principio, fueron los expertos en turismo los que advirtieron de la importancia de asimilar esta nueva tendencia, en la actualidad son los gestores públicos y privados quienes han continuado la labor de sensibilización en la materia, dando pasos importantes en la adopción de medidas orientadas a la mejora de la calidad del sector turístico en Rota.

Descripción de la situación

Entorno general

El sector turístico crece de forma regular y paulatina. Bajo un contexto de crecimiento económico del sector turismo, la clase media emergente (se prevé que se triplique en los próximos 10 años) llegará a favorecer el mercado español de forma significativa. De forma práctica, 1 de cada 9 empleos en España pertenecerá al sector turístico, cifra que se sitúa actualmente en 1 de cada 11.

“El turismo en 2030 hablará de personas, y no de recursos turísticos” Y se basará según los estudios en tres pilares fundamentales: macroeconomía, tecnología y digitalización. Rota por su situación y recursos turísticos seguirá esta tendencia por ello debemos aunar esfuerzos y acciones para que nuestros resultados sean positivos y aumenten.

Entorno sectorial:

Rota como destino turístico se consolida y se hace fuerte en el entorno, no obstante debemos estudiar a nuestros competidores y aunar esfuerzos con todos los municipios de nuestro entorno y vendernos como provincia, sumando esfuerzos y ganando terreno a otros destinos de similares características pero que no pueden ofrecer todos los recursos que ofrece Cádiz en su conjunto, sol y playa, naturaleza, montaña, historia, patrimonio, gastronomía etc.

Además de un estudio de nuestros competidores debemos estudiar los gustos e intereses de nuestros turistas potenciales, para ofrecer servicios y experiencias acorde a sus demandas y superando las expectativas.

Mercado:

Nuestro principal mercado es nacional seguido de países europeos como Alemania y Suecia. Estos turistas llegan a nuestro destino llamados sobre todo por el clima, el entorno y nuestras playas. Pero además de esto Rota ofrece buenas instalaciones y experiencias gastronómicas, deportivas, culturales y una amplia oferta de ocio, convirtiéndose esta ciudad en Rota “Ciudad de Eventos”

Análisis de la situación:

DAFO

DAFO □ Debilidades

- Estacionalidad de la demanda
- Limitada profesionalidad de los Recursos Humanos
- Limitado atractivo de la oferta comercial
- Escasez de plazas de aparcamiento en la zona centro
- Comunicaciones intraurbanas e interurbanas mejorables
- Dificultad (relativa) de acceso al municipio (señalización, carreteras, etc.)
- Falta de conexión ferroviaria
- Escasa presencia en mercados emisores
- Mejora interacción entre administraciones y con los empresarios
- Escasa diferenciación de la oferta gastronómica
- Horario comercial no adecuado a la actividad turística y además el comercio no siempre cumple su propio horario
- Poca implicación en las actividades organizadas por el Ayuntamiento
- Contaminación acústica en zonas turísticas
- No puesta en valor de los productos autóctonos
- Rota no es un sitio de paso. Hay que ir expresamente al municipio

DAFO □ Amenazas

- Desarrollo de localidades vecinas que son competencia
- Más posibilidad de declaración de nuevos Municipios Turísticos
- Atractividad de otros destinos alternativos (en recuperación o en progreso)
- Búsqueda de destinos multiexperienciales

DAFO □ Fortalezas

- Limpieza y estado de conservación de las playas y de la villa
- Climatología (Compartida)
- Buena oferta de alojamiento
- Entorno natural y zona de pinares
- Municipio acogedor
- Consistorio implicado con la calidad
- Existencia de campo de golf
- Percepción de seguridad y tranquilidad
- 24 Km. De carril bici
- Mantenimiento de tradiciones y autenticidad
- Comunicación con Cádiz por catamarán
- Gran agenda cultural que incluye eventos todo el año
- No hay masificación a través de touroperadores extranjeros

DAFO □ Oportunidades

- Posibilidad de desarrollo del turismo náutico, deportivo y pesquero
- Mejora de la integración de Costa Ballena en el núcleo urbano
- Base naval de Rota
- Incremento de la actividad aeroportuaria en Jerez de la Frontera
- Posibilidad de desarrollo de actividades para niños y jóvenes
- Potencial asociado a la 2ª residencia
- Potenciación de recursos naturales culturales e industriales
- Incrementos usos de las playas (alternativos o complementarios)
- Posibilidad de potenciar el aprovechamiento comercial del paseo marítimo
- Extensión de la peatonalización
- Captación de nuevos mercados emisores: nacionales e internacionales (nórdicos, ingleses, rusos...)
- Organización de eventos singulares de forma periódica (Ej. Brota Música)

Fijación de Objetivos:

Cuantitativos

- Aumentar el número de visitantes respecto al año 2019 durante la temporada baja en un 2-3%
- Aumentar el número de acciones promocionales y asistencias a ferias y encuentros en colaboración con el Patronato Provincial de Turismo de Cádiz respecto a 2019
- Ampliar el número de visitantes a nuestros principales monumento “Castillo de Luna” e “Iglesia de la O” entre un 2-3%

Cualitativos

- Reforzar la imagen de marca de nuestro destino turístico y nuestro Hashtag “descubreRota”
- Ampliar y mejorar la accesibilidad de los espacios de uso turístico de Rota (Destino Accesible).
- Mejorar la protección de los derechos de los visitantes de Rota (Destino Protector)
- Aumentar la satisfacción del turista que visita Rota mediante la innovación aplicada (Destino Innovador).
- Mejorar el comportamiento ambiental de Rota como destino turístico (Destino Sostenible).
- Conseguir una mayor formación, sensibilización e implicación de todas las personas que viven del turismo o se ven afectadas por el mismo (Destino Integrador).
- Incrementar número de seguidores en nuestras redes sociales Facebook, Instagram y Twitter así como nuestra presencia en las mismas.
- Promoción del Turismo de Calidad
- Potenciación de nuevos Mercados
- Organización de Fam-Trips
- Potenciar el Turismo Deportivo
- Visibilización en publicaciones y reportajes turísticos de la zona
- Amplia Oferta de actividades culturales y de ocio.
- Consolidar la imagen de Rota como: Rota, ciudad de eventos
- Llevar a cabo el Proyecto “Centro Cultural Hispano-Norteamericano de Rota y que se convierta en un referente turístico.
- Organización y difusión de actividades como mercados y Ferias gastronómicas

Estrategias de Marketing

- **Rota, destino turístico de Calidad, potenciar** tanto en el mercado nacional como en el internacional a través de nuestras infraestructuras como: Campo de Golf, Talasoterapia, pistas deportivas, auditorio, incentivos, congresos y reuniones, Deportes, Turismo Gastronómico, con el objetivo de minimizar la estacionalidad en los meses de menor ocupación que se dan en nuestra zona (de Octubre a Abril). Pretendemos rentabilizar los distintos productos turísticos con los que contamos, convirtiéndolos en factores que contribuyan a la desestacionalización y a consolidar el principal producto turístico andaluz del que disponemos, el turismo de sol y playa. Para ello promocionaremos Rota como destino turístico de calidad en las diferentes ferias y encuentro profesionales, estableciendo lazos de trabajo con mayoristas y tour operadores.
- **Potenciación de nuevos Mercados:** Estableciendo líneas de cooperación con el Patronato Provincial de Cádiz, participando en las jornadas que se organizan dentro del territorio nacional y asistiendo a las principales Ferias de Turismo. Este objetivo debemos enlazarlo a nuestras redes sociales para dar difusión en todo momento de nuestras acciones.

- **Organización de Fam-Trips** con profesionales del sector como Touroperadores o Agentes de Viajes, así como con bloggers de viajes, gastronómicos etc. Organización por parte de la delegación en colaboración con el Patronato de Cádiz así como las empresas turísticas de la localidad
- **Potenciar el Turismo Deportivo:** seguir aprovechando nuestras instalaciones deportivas, campos de fútbol, campo de Golf, tenis, escalada, piscina etc. (Actualmente tenemos un Rocódromo en el polideportivo municipal) Atrayendo así a grupos de turistas o equipos deportivos nacionales e internacionales a nuestras instalaciones en temporada baja. Esta estrategia la haremos junto a la Delegación de Deportes del ayuntamiento, mostrando nuestra oferta e infraestructuras a través de sus contactos en el mundo deportivo.
- **Visibilización en publicaciones y reportajes turísticos** de la zona. Trabajar para promocionar nuestra localidad, con diferentes **publicaciones** relevantes, tanto generales como específicas, y colaborar con los diferentes medios de comunicación en todo momento. Reportajes en cadenas autonómica, nacionales, etc. Por ejemplo Aquí la Tierra de Televisión Española con la que colaboramos de forma asidua.
- **Amplia Oferta de actividades culturales y de ocio. Rota, ciudad de eventos** Dar difusión a través de todos los medios posibles y a nuestro alcance de las actividades organizadas por el ayuntamiento o colectivos y empresas locales, para atraer visitantes a nuestra ciudad. Usando para ello las redes sociales, la web y los medios locales y provinciales y través del Patronato Provincial de Turismo de la Provincia de Cádiz. Convirtiendo a Rota en un referente en la provincia y organizando algún tipo de evento mensualmente. Esta estrategia ya la estamos llevando a cabo desde hace un tiempo con eventos tales como:
 - Festival de la Pizza
 - Mercado del Queso
 - Mercado de Tosantos y Ruta gastronómica de Tosantos
 - Mercado de Navidad
 - Sábados de Alta cocina Gaditana
 - Ronqueo de Atún
 - Feria de la Tapa
 - Maratón Fotográfico
 - Concursos de Repostería Navideña y de Semana Santa
 - Ruta del Caracol
 - Ruta de la Tapa a la roteña
 - Fiesta de la Urta
 - Brota Música, festival sostenible
 - Día del Turista
 - Actividades deportivas, carreras, triatlón anual, marchas, encuentros de fútbol, campeonatos de gimnasia rítmica, tenis etc.
 - Etc.
- **Redes sociales,** posicionamiento y estrategias de comunicación para sumar seguidores, presencia en Facebook, Instagram y Twitter. Compartiendo fotos, experiencias y animando a nuestros seguidores a participar en las actividades y eventos. Además de ser una vía de comunicación directa con el visitante o futuro visitante, resolviendo dudas y haciéndole más fácil su estancia

- **Proyecto “Centro Cultural Hispano-Norteamericano de Rota”.** Proyecto que se llevará a cabo en Rota y que pretende ser un referente a nivel turístico. Se trata de un centro en que sea visible el intercambio de cultura de los roteños y roteñas con los norteamericanos, sumando vivencias y aprovechando la singularidad de Rota con la presencia de la Base. Son numerosas las personas que nos preguntan por la base, su influencia y características y con este centro Multicultural se pretende satisfacer esa demanda así como crear en Rota un atractivo turístico más
- **Ferias y rutas gastronómicas** (Festival de la Pizza, Feria de la Tapa, Feria de la Cerveza, Mercado de Quesos Tradicionales de Andalucía, sábados de Alta Cocina Gaditana, etc) Seguir fomentando y agrandando estas iniciativas para hacerlas más atractivas edición tras edición y aumentar su difusión año tras año para sacar el máximo rendimiento turístico posible.
- **Colaboración con entidades turísticas**, trabajar mano a mano con el Patronato, la Ruta del Vino y delegación de turismo de la Provincia, trabajar en conjunto y vender Cádiz como destino Turístico.
- **Aumentar nuestra oferta turística** vendiendo experiencias al visitante en colaboración con empresas turísticas. Talleres de Cocina, idiomas, turismo náutico, deportivo etc.
- **Mejorar la señalización y accesibilidad del Municipio** a través de la subvención que tenemos solicitada a través de municipio turístico a la Junta Andalucía. Este proyecto de señalización inteligente permitirá mejorar la accesibilidad al municipio y sus principales recursos turísticos. Esta señalización nos permitirá no solo señalar el municipio sino llevar a cabo un conteo de visitantes que nos facilitará estadísticas y estudios futuros.
- **Implantación de plan de Calidad turística** en fases durante 4 años, ejecución de las acciones programadas en el primer año que será 2020, estas acciones son:
 - Destino Excelente: Destino Sicted y Q de Calidad Mayetería
 - Destino Accesible: Oferta Tca. accesible (TUR4all de Predif)
 - Destino Protector: Decálogo para la información y protección del turista
 - Destino Innovador: Rota Destino Turístico Inteligente
 - Destino Integrador: Mesa de Coordinación en Turismo

Evaluación

Puntos a tratar:

- Reunión durante el último trimestre de 2020 para proyectar las acciones de 2021
- Seguimiento técnico trimestral para corregir posibles desviaciones o modificar alguna estrategia u objetivo si fuera necesario.
- Plantear un cuadrante y plan de trabajo adaptado a un calendario para organizar todas nuestras acciones.

2.- ASISTENCIA A FERIAS

FITUR

La Delegación de Promoción Turística asistió un año más a FITUR, en esta ocasión dispuesta a reforzar su imagen de destino turístico y de ciudad de eventos con novedosas y atractivas citas, y a promocionar Costa Ballena coincidiendo con el 25 aniversario de su inauguración.

El jueves 23 de enero a las once y media de la mañana Rota realizó su presentación, en ella el alcalde de Rota, Javier Ruiz Arana, y la teniente de alcalde delegada de Promoción Turística, Esther García, presentaron en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2020, algunas de las principales novedades e iniciativas turísticas de la ciudad.

La Delegación de Promoción Turística trabaja para que Rota presente un plus más allá de sus importantes recursos naturales, culturales, gastronómicos, ... y por eso se sigue apostando por Rota como ciudad de eventos, para luchar contra la estacionalidad.

Para ello además de dar continuidad a citas tan exitosas como el Festival de la Pizza, o la Feria de la Tapa, entre otras muchas iniciativas, Rota acogería un evento de divulgación científica de nivel nacional, como es Naukas, el 14 de marzo en el Auditorio Municipal. Se preveía que 'Naukas Rota 2020 Por Tierra, Mar y Aire' contase con la presencia del Ministro de Ciencia, Pedro Duque y la participación de ponentes de primer nivel.

Además se presentó el cartel del Brotamúsica, uno de los festivales del verano más esperados que se celebraría los días 7 y 8 de agosto en el Navarro Flores con artistas de la talla de Rozalén, Nachs y el rapero Rels B, así como un novedoso e interactivo cartel que anunciaba la Feria de Primavera 2020. Se trataba de un cartel virtual diseñado por el roteño Mario Muñoz, que aprovechaba las nuevas tecnologías para dar a conocer nuestra feria con imágenes en movimiento, a las que se accede a través de un código QR.

En esta presentación también se expuso la nueva señalización turística con sensores y códigos QR, que se enmarca en el proyecto de Municipio Turístico Inteligente en el que el Ayuntamiento está trabajando.

Costa Ballena también jugó un importante papel en la presencia de Rota en FITUR, ya que el Ayuntamiento de Rota quiso celebrar junto con el de Chipiona el 25 aniversario del complejo turístico de Costa Ballena, un destino turístico de primer nivel que también es un importante nexo de unión entre estos dos municipios vecinos.

Las novedades e innovaciones que presenta la ciudad no están reñidas con la tradición por eso también se mostró a través de un nuevo video promocional titulado 'Lo que importa, nunca cambia', la parte más sensible que evoca las vivencias, los veranos y momentos de muchas familias que durante años y décadas han encontrado y siguen encontrando en Rota un espacio de convivencia que "trasciende en el tiempo".

Estamos convencidos de la importancia de que Rota esté presente en esta feria de referencia en el mundo del turismo no sólo por las novedades turísticas que se presentan, sino también porque mantenemos contacto con empresas turísticas y hoteleras, se abren oportunidades, conocemos iniciativas y empresas del sector y ellos nos conocen. Y todo esto junto con el trabajo que se viene haciendo en materia turística está dando resultados positivos para la ciudad incrementando iniciativas, ampliando la oferta hotelera, y aumentando la actividad turística.

JORNADAS PROMOCIONALES POR BILBAO, SAN SEBASTIAN Y VITORIA

Estas Jornadas Promocionales organizadas por el patronato Provincial de Turismo tuvieron lugar en las ciudades de Bilbao, San Sebastián y Vitoria, del 17 al 19 de Febrero. Se celebraron bajo el lema "Cádiz selva interior" porque se quería trasladar a las agencias de viajes que más allá de las mejores playas, tenemos una oferta interior que enriquece cualquier viaje de verano y que también es motivo para viajar a la provincia en cualquier época del año.

En estas jornadas se organizaron workshops con las agencias de viajes de cada ciudad contando con un gran número de asistentes en cada uno de ellos. Las Jornadas comenzaron con un taller de trabajo en el que los representantes de empresas e instituciones de la provincia presentan personalmente a los agentes de viajes las ventajas de su destino o establecimiento. A continuación, se les ofrecía un cóctel para que puedan interrelacionarse y por último la actuación del grupo 'Aires de Cádiz' de Nina Alemania, que cerraba cada jornada con una muestra de la cultura y el folclore de la provincia.

Esta promoción en el norte es muy importante para la provincia de Cádiz porque se han registraron casi 169.000 pernотaciones de ciudadanos vascos en la provincia en el pasado año, y este número va en aumento. Los navarros han crecido ligeramente y supera las 33.400 pernотaciones.



NAVARTUR EN PAMPLONA

Feria Internacional de Turismo del Reyno de Navarra que se celebra anualmente en Pamplona. En esta 14 edición tuvo lugar del 21 al 23 de Febrero y contó con 44.122 visitantes superando la edición anterior en un 11%.

Compartimos el stand del Patronato Provincial de Turismo de Cádiz desde el que ofrecimos a todos los asistentes todos los atractivos turísticos de nuestra localidad. A esta feria acuden también profesionales y público no sólo de Navarra sino también de las poblaciones cercanas de la Rioja, Aragón y País Vasco.

3º.- PUBLICACIONES EN APP

PUESTA EN MARCHA DE LA APP DESCUBRE ROTA

Se ha trabajado conjuntamente con el departamento de informática para dotar de contenido una APP de Rota llamada “Descubre Rota”.

Descubre Rota es una app dedicada al Turismo de Rota donde se puede encontrar información sobre los lugares para visitar, monumentos, playas, espacios naturales, rutas, así como eventos y noticias sobre nuestra localidad.

Permite conocer tu localización y mostrarte los puntos de interés más cercanos.

Proporciona información sobre los próximos eventos incluidos en la agenda de actividades y se puede hacer que te lleguen notificaciones cada vez que se produzca una noticia o evento.

Esta app Descubre Rota es la guía turística más completa para Android y para iOS.

INCLUIR NUESTROS RECURSOS EN LA APP Y WEB TUR4ALL DE TURISMO ACCESIBLE PROMOVIDA POR PREDIF

TUR4all es la marca de turismo accesible de PREDIF, la Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física, con una experiencia de más de 20 años en el sector y proyección a escala internacional.

Esta plataforma proporciona al público información precisa y actualizada sobre destinos, experiencias y recursos turísticos accesibles. Tiene presencia en España y Portugal.

Los usuarios de TUR4all encuentran:

- Una plataforma disponible en formato web y app.
- Información detallada realizada por expertos sobre la accesibilidad de hoteles, restaurantes, museos, espacios naturales o transportes adaptados, entre otros, para que cada persona pueda encontrar el recurso adecuado a sus necesidades.
- La posibilidad de evaluar, asignar una puntuación a y agregar comentarios sobre la accesibilidad de los establecimientos.
- Contenidos en 11 idiomas.
- Una de las acciones incluidas en el Plan de Calidad Turística dentro de Destino Accesible es incluir nuestros recursos turísticos que cumplan los requisitos mínimos de accesibilidad en esta plataforma.



En la actualidad los recursos turísticos de Rota que cumplen con los requisitos y está dentro de esta plataforma son:

- El Jardín Botánico “ Celestino Mutis”
- Castillo de Luna
- Hotel Playa de la Luz
- Hotel Barceló costa Ballena.

4º.- PUBLICACIONES

INSERCIÓN PUBLICITARIA EN CALENDARIO DE PARED Y ADQUISICION DE 600 EJEMPLARES.

Dentro de las actuaciones previstas para la promoción de nuestra localidad se encuentra la edición de material promocional y las inserciones publicitarias. Con ellas hacemos frente a la demanda de documentación de nuestra localidad tanto en las Oficinas de Turismo y la Oficina de Cooperación, así como a las ferias en las que participamos.

Por todo ello se realizó de una inserción publicitaria de 8 X 5 cm en un calendario de pared con imágenes de Rota, elaborado por Imprenta Sánchez, de los cuales recibimos 1000 ejemplares para nuestro uso.

INSERCIÓN PUBLICITARIA EN REVISTA LÍNEA 6 EME EDITADA PARA FITUR 2020.

Se realizó una inserción publicitaria de 2 páginas (285 mm alto x 210 mm ancho cada una) en la revista “Recursos Turísticos de la Provincia de Cádiz” para su distribución en FITUR 2020, promocionando turísticamente nuestra localidad. Además se incluyó una salutación del Alcalde de media página vertical.

INSERCIÓN PUBLICITARIA EN EL PERIÓDICO COASTLINE – BASE NAVAL DE ROTA

Durante el 2020 se han publicado un total de 6 publireportajes en el periódico de la base Coastline, son dobles páginas donde promocionamos Rota, fiestas, naturaleza playas etc., es un proyecto de 10 reportajes de los cuales ya se han publicado 7 y los 3 restantes se harán en 2021.

Los temas que se han publicado son los siguientes:

- Rota, información sobre colegios
- Festival de la Pizza
- Playas de Rota
- Deportes en Rota
- Eventos durante todo el año
- The perfect place to live

Además se han publicado distintas inserciones publicitarias promocionando eventos o acciones llevadas a cabo por el ayuntamiento de Rota para reanimar el comercio y la hostelería local, como Delivery de los restaurantes de Rota.



VIDEO PROMOCIONAL “LO QUE IMPORTA NUNCA CAMBIA” PRESENTADO EN FITUR

El video promocional que Rota presentó en FITUR refleja la esencia y la imagen del turismo más tradicional de un municipio en constante evolución, pero que nunca olvida sus raíces.

Pocos mensajes llegan tanto como los que pasan de generación en generación, de la mano de historias y lugares compartidos que hacen posible, como dice el lema de este video, que lo que importa, nunca cambie.

CAMPAÑA PUBLICITARIA “QUÉ ES PARA TI LA FELICIDAD”

Debido a las nuevas condiciones provocadas por la pandemia del Covid-19 sufrida a nivel mundial, el Ayuntamiento de Rota observó la necesidad de una reactivación muy específica del turismo nacional e internacional. Por ello desde la Delegación Municipal de Promoción Turística se quiso realizar una campaña de comunicación de gran impacto y alcance que permitiera el posicionamiento de la ciudad como destino turístico seguro.

Dicha campaña de comunicación debía ser diferenciadora, única y visualmente muy atractiva y con ella se pretendía posicionar a nuestro municipio con un enfoque totalmente innovador, que apelara a los sentimientos y valores de positividad y felicidad que Rota trasmite a todo aquel que la visita para transmitir cualidades esenciales de este municipio como son la calidad de sus servicios y espacios naturales, la limpieza, la seguridad etc.

Se trataba de una importante iniciativa para promocionar Rota como destino de calidad y seguro donde cualquier persona que venga va a encontrar bienestar, altos niveles de calidad como los que se muestran en los distintivos de las playas, de los Corrales o de la Oficina de Turismo, en los comercios, o en la hostelería que abarca no solo la cocina tradicional y una gran diversidad de cocina internacional, sino también la cocina moderna, aportando atractivos que están intrínseco en este proyecto.

Estaba pensada y diseñada a corto, medio y largo plazo, bajo el paraguas conceptual que pregunta qué es para ti la felicidad para llegar a la idea de que “Rota sabe a felicidad”. Con este planteamiento la campaña se desarrollaría a través de varias acciones en distintos momentos, lugares y dirigidos a distintos públicos potenciales.

Esta campaña comprendía la producción de tres vídeos. El primer vídeo o spot de 1 minuto de duración contará con un fuerte componente emocional, sin mostrar imágenes del municipio usando mensajes positivos sobre Rota. Tendrá una versión de 20 segundos, para su uso indistinto en programas publicitarios de TV, plataformas

o redes sociales. Estos 2 spots estarán íntegramente producidos utilizando la última tecnología disponible de animación y modelado en 3D. El segundo spot, sí introducirá Rota a nivel cultural, de gastronomía, de deporte,.. con un producto dirigido a un público concreto de zonas como Sevilla, Córdoba, Jaén, el País Vasco, Castilla la Mancha, ...; mientras que el tercer spot, estará dirigido a público internacional, tanto a americanos con los que Rota mantiene una magnífica relación de convivencia a través de la Base, como a públicos de Alemania, Bélgica, Holanda, Austria, Reino Unido, Suecia, etc.

Dentro de esa campaña también se incluye el diseño y creación de una web corporativa de la campaña con recolección de testimonios de personajes famosos y de todos los ciudadanos que quieran plantear qué es para ellos la felicidad. Dicha web estará en tres idiomas: español, inglés y alemán.

También se pretende realizar un gran posicionamiento de la misma a través de la tecnología SEO (Search Engine Optimization), que consiste en una serie de técnicas y herramientas que facilitan un mejor posicionamiento de una página web en diferentes buscadores digitales.

El lanzamiento de esta campaña estaba previsto durante la temporada estival dirigida al público nacional e internacional, pero debido a las restricciones de movilidad entre países nos hemos visto obligados a retrasar su lanzamiento hasta que la situación no mejore.

PRESENTACIÓN DE LA GUÍA ENOTURÍSTICA DEL MARCO DE JEREZ

La Teniente de Alcalde delegada municipal de Promoción Turística, Esther García, asistió, el día 9 de Julio al acto de presentación de la guía enoturística del Marco de Jerez, una iniciativa promovida dentro de la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez, de la que Rota forma parte, con la finalidad de impulsar el enoturismo y la gastronomía de los ocho municipios incluidos en este proyecto.

En dicha presentación se puso en valor aquellos referentes e identificativos de cada localidad, siendo la gastronomía uno de los pilares dentro del sector turístico.

Esta guía enogastronómica parte con el objetivo de aunar buena parte de la oferta de restauración que existe en el Marco de Jerez para presentarla al visitante de una manera ordenada, clara y atractiva. Será un aliciente turístico más y un impulso a la actividad económica de los hosteleros en el momento que más lo necesitan.

Una de las actuaciones fue a aquellos restaurantes de Rota que no formasen parte aún de la ruta y que deseen unirse a esta iniciativa, así como a la edición de la guía, se pudiesen dirigir a la Oficina de Turismo para mayor información.

FOLLETO SOBRE LAS VISITAS GUIADAS

Para poner en conocimiento de nuestros vecinos y visitantes la amplia programación de visitas guiadas que se ofrece desde la Delegación de Promoción Turística, se realizaron una serie de carteles y folletos conteniendo toda la información relativa a estas visitas.

Se relacionaba todas las visitas que se ofrecían cada semana, su horario, precio y dónde se podían hacer las reservas.

PUBLICACION DE LISTADO DE BARES Y RESTAURANTES DE ROTA CON SERVICIOS DE ENTREGA A DOMICILIO

Ante las limitaciones horarias y de actividad establecidas en nuestra comunidad autónoma para intentar frenar la pandemia, el Ayuntamiento de Rota ha publicado un listado de bares y restaurantes de la ciudad para intentar ayudar al sector de la hostelería gravemente afectado por la situación actual, y para facilitar a los ciudadanos la posibilidad de hacer uso del servicio de entrega a domicilio que ofrecen muchos establecimientos de la ciudad.

Las Delegaciones de Comercio y de Promoción Turística, en colaboración con AECIRO, han llevado a cabo un laborioso trabajo para organizar y recopilar información de los más de 80 establecimientos que ya mostraron su interés por aparecer en esta guía.

Establecimientos de comida rápida, asadores, bares y restaurantes de comida nacional e internacional, cafeterías y heladerías formaron parte de esta guía que facilitaron a los vecinos "seguir disfrutando de su comida favorita en casa", pudiéndose consultar en la web municipal:

5.- ATENCIONES A GRUPOS

VISITAS GUIADAS REALIZADAS A DIFERENTES GRUPOS

Enero 2020

Jueves, 23 de Enero: Visita Vip al Castillo de Luna Base Naval.

Febrero 2020

Sábado, 15 de Febrero: Visita Al Castillo de Luna. Grupo Intermondo.

Lunes, 17 de Febrero: Unos cincuenta estudiantes suecos realizan prácticas y conocen nuestra ciudad durante varias semanas y realizan visita guiada al Castillo de Luna

Miércoles, 26 de Febrero: Visita al Castillo de Luna. Recepción grupo de americanos.

Marzo 2020

Martes, 3 de Marzo: Visita al Castillo de Luna y Parque Atlántico. Grupo Safa - Utrera.

Miércoles, 04 de Marzo: Visita Igualdad Baifora.

Lunes, 9 de Marzo: Visita Igualdad.

Martes, 10 de Marzo: Visita Igualdad (3 visitas).

Miércoles, 11 de Marzo: Visita Igualdad.

VISITA AL PALACIO MUNICIPAL CASTILLO DE LUNA

Castillo de Luna: Se han realizado durante los meses de Julio, Agosto y septiembre las siguientes visitas.:

Viernes, 10 de Julio - Visita Castillo de Luna. Grupo San Vicente de Paul.

Sábado, 1 de Agosto - Visita Castillo de Luna. Grupo Travesía Lisboa – Andalucía – Ceuta. (3 grupos)

Lunes 7 Septiembre: 14 personas (13 adultos y 1 niño)

Sábado, 19 Septiembre: 11 personas (11 adultos)

VISITA A LOS CORRALES DE PESCA (DÍAS SEGÚN MAREAS)

Sábado 18 Julio: 22 personas (15 adultos y 7 niños)

Sábado 1 Agosto: 21 personas (15 adultos y 6 niños)

Sábado 15 Agosto: 24 personas (12 adultos y 12 niños)

Sábado 29 Agosto: 20 personas (14 adultos y 6 niños)

Domingo 30 Agosto: 18 personas (12 adultos y 6 niños)

Sábado 12 Septiembre: 23 personas (23 adultos)

VISITA A LA MAYETERÍA ROTEÑA (MARTES)

Martes 28 Julio: 14 personas (9 adultos y 5 niños)

Martes 11 Agosto: 20 personas (13 adultos y 7 niños)

VISITA CULTURAL (MIÉRCOLES)

Miércoles 22 Julio: 20 personas (19 adultos y 1 niño)

Miércoles 29 Julio: 21 personas (16 adultos y 5 niños)

Miércoles 5 Agosto: 21 personas (20 adultos y 1 niño)

Miércoles 12 Agosto: 21 personas (17 adultos y 4 niños)

Miércoles 19 Agosto: 22 personas (19 adultos y 3 niños)

Miércoles 26 Agosto: 22 personas (20 adultos y 2 niños)

Miércoles 2 Septiembre: 15 personas (13 adultos y 2 niños)

Lunes 7 Septiembre: 14 personas (13 adultos y 1 niño)

Miércoles 9 Septiembre: 16 personas (16 adultos)

Miércoles 16 Septiembre: 4 personas (4 adultos)

VISITA INTERVENCIONES EN ROTA (JUEVES)

Jueves 27 Agosto: 16 personas (16 adultos)

Jueves 3 Septiembre: 14 personas (8 adultos y 6 niños)

Jueves 10 Septiembre: 6 personas (6 adultos)

Jueves 17 Septiembre: 13 personas (13 adultos)

VISITA DESCUBRE ROTA (VIERNES)

Viernes 24 Julio: 16 personas (15 adultos y 1 niño)

Viernes 31 Julio: 13 personas (12 adultos y 1 niño)

Viernes 7 Agosto: 20 personas (20 adultos)

Viernes 14 Agosto: 24 personas (18 adultos y 2 niños)

Viernes 21 Agosto: 23 personas (19 adultos y 4 niños)

Viernes 28 Agosto: 23 personas (22 adultos y 1 niño)

Viernes 4 Septiembre: 20 personas (18 adultos y 2 niños)

Viernes 11 Septiembre: 11 personas (11 adultos)

Sabado, 26 de Septiembre:

Castillo de Luna - 18 personas

Museo de Iglesia -11 personas

Intervenciones – 16 personas

Domingo, 27 de Septiembre

Museo Iglesia Ntra.Sra.de la O – 11 personas

Descubre Rota – 15 personas

Sabado, 3 de Octubre Visita Castillo de Luna - 14 personas

Sabado, 10 Octubre: Visita Castillo de Luna – 17 personas

Domingo, 11 Octubre: Visita Castillo de Luna – 19 personas



Lunes, 12 Octubre: Visita Castillo de Luna-22 personas

Sábado, 17 de Octubre: Visita Castillo de Luna – 5 personas

Sábado, 31 de Octubre: Visita Castillo de Luna – 6 personas

Sábado, 28 de Noviembre: Visita al Castillo de Luna – 2 personas

Lunes 30 de Noviembre: Visita al Castillo de Luna- 3 personas

Sábado, 5 de diciembre: Visita al Castillo de Luna – 4 personas

Sábado, 19 de Diciembre: Visita al Castillo de Luna – 11 personas

6.- ACTIVIDADES TURÍSTICAS

XXXVI CONCENTRACIÓN INVERNAL DE MOTOS (31 de Enero, 1 y 2 de FEBRERO)

La Delegación de Promoción Turística colaboró un año más con la Concentración Invernal de Motos instalando un stand en pleno Recinto Ferial para promocionar los atractivos turísticos.

La XXXVI Concentración Invernal de Motos 'Villa de Rota' congregó en ese fin de semana en nuestra localidad a unos 22.000 moteros, superando la cifra de 15.000 que del año anterior.

El domingo, 2 de Febrero, se celebró el acto de entrega de premios, en el que el alcalde de Rota, José Javier Ruiz Arana contó con representantes de la Base Naval, por un lado de la Armada Española y por otro de la US Navy, que además colaboraron con exhibiciones en el recinto.

Finalizada la entrega de premios, la organización reconoció a los moteros más veteranos, a los más jóvenes, a los clubes que han llegado de más lejos, y al apoyo del Ayuntamiento y de la Base Naval.

CONCURSO FOTOGRÁFICO “FRENA Y FOTOGRAFIA ROTA” (31 de Enero, 1 y 2 de FEBRERO)

La Delegación de Promoción Turística impulsó el concurso fotográfico #FrenayFotografiaRota, para atraer a los moteros al centro de la ciudad.

El objetivo de esta iniciativa era difundir los atractivos turísticos de la ciudad y atraer a los moteros hasta el centro de la ciudad.

El autor de la foto ganadora fue: “LobatoMte” que publicó una foto en su Facebook junto al hashtag [#frenayFotografiaRota](#). El premio fue una noche de hotel para dos personas.

PUESTA A PUNTO DE LA MAYETERÍA

El Ayuntamiento de Rota a través de la Delegación de Promoción Turística, llevó a cabo el arreglo y adecentamiento del Centro de Interpretación de la Mayetería de Rota.

Con estos trabajos se ha mejorado el aspecto de la Mayetería, haciéndolo más cómodo y seguro para los numerosos visitantes que se acercan hasta este recurso medioambiental, educativo y turístico de Rota, así como para los usuarios de los huertos.

Esta mejora se suma a las labores de mantenimiento y mejora que se realizan de manera regular en este centro, con la intención de que esté en perfectas condiciones tanto de cara a las visitas turísticas que se organizan, como de cara a los escolares que pueden conocer de primera mano cómo vivían y cómo cultivaban la tierra los antiguos mayetos.

VISITAS GUIADAS "RUTA POR LA IGUALDAD". MARZO

La delegación municipal de Igualdad y Diversidad llevó a cabo una novedosa actividad que bajo el título "Ruta por la igualdad", ofreció al alumnado una visita por distintos puntos de la ciudad que conjuga datos turísticos con datos relacionados con la historia y con los avances del papel de la mujer en la sociedad roteña.

La Torre de la Merced, el Mercado Central de Abastos, puntos del centro como la calle Veracruz o la Plaza de España, así como el propio Palacio Municipal Castillo de Luna sirvieron para acercar a los más jóvenes la historia de la ciudad, así como los logros que con el paso de los años ha ido alcanzando la mujer en el municipio, haciendo hincapié en aspectos como la incorporación al trabajo en sectores como el comercio, el funcionariado, las Fuerzas Armadas. Además, también se ha contado con colaboraciones especiales de mujeres pioneras en Rota como Mercedes González Bernal y Gloria Muñoz.

Técnicos de la delegación de Igualdad y Diversidad, junto con una técnico de Turismo, se encargaron de compaginar con sus explicaciones esta completa e ilustrativa visita que resulta una fórmula muy atractiva para concienciar a los más jóvenes de los avances en igualdad que se han dado y que aún quedan por alcanzar en la sociedad.

FERIA DE ARTESANÍA EN EL PASEO MARÍTIMO (DEL 13 DE JULIO AL 6 DE SEPTIEMBRE)

El paseo marítimo de la Costilla acogió durante todo el verano y hasta el 6 de Septiembre un completo e interesante Mercado de Artesanía, en el que vecinos y visitantes pudieron encontrar una gran variedad de productos de artesanía, de juguetes de madera, sandalias, textil y complementos, a la venta.

El Mercado estuvo enmarcado dentro de la programación elaborada por la Delegación municipal de Promoción Turística.

Además, los artesanos locales también tuvieron cabida en este Mercado, ya que se les ofreció un stand gratuito para los artesanos locales interesados, pudiendo estar una semana ocupando dicho stand.



VI RUTA DE LA TAPA A LA ROTEÑA DEL 20 DE JULIO AL 31 DE AGOSTO

La Delegación de Promoción Turística organizó la VI Ruta de la Tapa a la Roteña, desde el 20 de Julio al 31 de Agosto.

Contó con la participación de un total de diecisiete restaurantes y bares de la localidad que durante estos días ofrecieron una apetitosa y atractiva ruta con una gran variedad de tapas a la roteña, en la dos modalidades que se ofreció: tradicional e innovadora.

Los diecisiete establecimientos de hostelería que participaron en esta Ruta de la Tapa a la Roteña fueron el Bar Mercado Central La Merced, bar cafetería La Codorniz, Badulaque, La Moderna, Bodeguita Romero, El Perejil Urban Grill, Plaza Nueva, El Alambique, El Tronío Tapeo con Arte, Sedona Bar y Grill, El Callejón de Cádiz, Bodegón El Trompero, La Maceta, la Trattoria Pinsa Madre, la Taberna No Ni Ná, Hostal Restaurante Macavi y la Favela.

Este año por motivos de seguridad ante el Covid, se insertó un código QR en los carteles de esta ruta en el que todos los ciudadanos podían acceder a la información sobre la dirección de los locales participantes, así como las tapas con las que participaban.

También se cambió el sistema de votación, de manera que en lugar de hacerse mediante papeletas físicas, los interesados pudieron votar subiendo una foto de la tapa en cuestión con el hastag [#VIRutadelaTapaALaRoteña](#), indicando el nombre de la tapa o bien el nombre del bar y la modalidad a la que pertenecía la tapa, tradicional o innovadora.

Los premios, siguiendo las votaciones de los propios clientes que han participado en esta ruta, fueron entregados por la teniente de alcalde delegada de Promoción Turística Esther Mercedes García y le fue correspondido al bar La Codorniz, en la modalidad de tapa tradicional con la urta a la roteña, y la taberna No ni ná, en la modalidad de tapa innovadora con un taco frio de melva a la roteña.

ROTA EN LA TRAVESIA DE V CENTENARIO DE LA 1ª CIRCUNNAVEGACIÓN A VELA 'Lisboa-Andalucía-Ceuta' (SÁBADO, 1 DE AGOSTO)

El sábado 1 de agosto, Rota acogió a los participantes en la travesía incluida en los actos conmemorativos de los 500 años de la primera circunnavegación a vela iniciada por Magallanes y finalizada por Juan Sebastián Elcano en Sanlúcar de Barrameda en 1522.

El delegado de Deportes, José Antonio Medina Sánchez, y la teniente de alcalde delegada de Promoción Turística, Esther García, junto con representantes del Club Náutico de Rota, dieron la bienvenida a los aproximadamente 80 participantes que tomaron parte en esta travesía que se desarrolló en 22 jornadas desde el viernes 24 de julio hasta el 15 de agosto.

Además, el Ayuntamiento también ofreció a los participantes una visita guiada al Palacio Municipal Castillo de Luna. La actividad guiada por personal de la Oficina Municipal de Turismo, se realizó en grupos reducidos para cumplir con las medidas de seguridad que impone la crisis sanitaria.

De esta forma, la participación de nuestro municipio en la regata también se tradujo en una acción de promoción turística que permitió que los participantes conociesen las instalaciones del puerto de Rota y nuestra ciudad como un lugar para disfrutar y visitar.

La cita náutica contó con el apoyo de instituciones como los Ayuntamientos de Cádiz, Sanlúcar de Barrameda, Chipiona y Rota, y otras entidades y clubes del Golfo de Cádiz y de Portugal.

Además de la contribución del Club Náutico de Rota, destacó la colaboración realizada por la Asociación de Clubes Náuticos de Andalucía, el C.D.N Punta Umbría, el Club de Actividades Náuticas de Chipiona, Club Náutico de Chipiona, Real Club Náutico de Cádiz, Castillo de Santiago de Sanlúcar de Barrameda, Cádiz con Elcano, Museo el Dique de los Astilleros de Navantia y Real Club Náutico CAS de Ceuta.

XXXI MARATHÓN FOTOGRÁFICO (1 y 2 DE AGOSTO)

El XXXI Maratón Fotográfico "Villa de Rota", se celebró el fin de semana del 1 y 2 de agosto.

El control de salida estuvo situado en la Oficina de Turismo de la Torre de La Merced, el día 1 de agosto desde las 10.00 h. y hasta las 13:00 h. Los participantes tenían de plazo hasta el día 2 de agosto, a las 13:30 horas, para entregar el material.

La exposición de las fotografías se realizó este año del 22 al 31 de Agosto, en el Salón Cultural del Castillo de Luna. El día 22 se realizó la entrega de premios.

Este año se introdujo nuevas temáticas, como la modalidad blanco y negro, retocar la fotografía o la modalidad Aqualia por ser esta empresa uno de los patrocinadores del concurso.

Para todos los apartados hubo premios a la mejor foto, consistente en un trofeo y diploma y se premió con una tablet a la mejor fotografía del Marathón en la modalidad adulto y niño. Participaron 36 personas entre adultos y niños.

Previo al marathón los días 20, 21 y 22 de Julio tuvo lugar un curso de fotografía impartido por Francis Oviedo y dirigido al público juvenil para fomentar la práctica de la fotografía.



XXIV EDICION DEL TROFEO DE GOLF VILLA DE ROTA (18 DE AGOSTO)

Durante el viernes, 18 de agosto, se celebró en Costa Ballena Golf Club la XXIV Edición del Trofeo de Golf Villa de Rota, evento patrocinado por el Ayuntamiento de Rota y organizado por Costa Ballena Ocean Golf Club.

A pesar de los tiempos difíciles, era de una de las citas esperadas para los golfistas aficionados amantes de la competición, debido entre otros aspectos, a que su modalidad de medalplay, juego por golpes es la clásica en competiciones profesionales.

La entrega de premios no pudo celebrarse conforme a otros años, atendiendo a las recomendaciones sanitarias, lo que no restó importancia a un evento tan considerado en la historia del Golf en Rota.

ROTA ORGANIZA SU DÍA EN ISLA MÁGICA (5 DE SEPTIEMBRE)

La teniente de alcalde delegada municipal de Promoción Turística, Esther García, presentó la cita tradicional de cada verano como es “el Día de Rota en Isla Mágica”, que en esta ocasión se iba a celebrar el 5 de septiembre.

Raquel Melero como representante del parque de atracciones y Noelia Macías de la agencia de Viajes Carrefour, dieron a conocer ante los medios de comunicación todos los detalles de esta edición, que venía marcada por los altos niveles de seguridad sanitaria atendiendo a las circunstancias excepcionales con motivo del COVID-19.

Tal y como explicaron en la rueda de prensa, el precio del ticket incluiría como siempre autobús de ida y vuelta y entrada a este magnífico parque temático. Además desde el parque de atracciones se ofrecieron cuatro entradas totalmente gratuitas que serían distribuidas a través del sorteo, que en ese momento se explicó los pasos para poder participar.

Pero por las circunstancias del Covid-19, días antes de su celebración tuvo que suspenderse y esperar al próximo año para disfrutar de este día tan divertido..

I ENCUENTRO BENÉFICO DE CORTADORES DE PALETA “ISAÍAS DOMÍNGUEZ” (12 de SEPTIEMBRE)

La Delegación de Promoción Turística organizó el I Encuentro benéfico de cortadores de paleta 'Isaías Domínguez', el sábado día 12 de Septiembre, en la Plaza Jesús Nazareno. a las 20:00 hrs.

Los fondos recaudados fueron destinados a Isaías Domínguez, vecino de la localidad y organizador del evento.



Este evento benéfico de cortadores de jamón, contó con 7 profesionales del sector Premios Nacionales, que en esta ocasión estuvieron en Rota con el fin de ayudar a su compañero profesional “Isaías Domínguez”.

CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL TURISMO, (26 y 27 de SEPTIEMBRE)

Con motivo de la celebración del Día Mundial del Turismo, la Delegación Municipal de Promoción Turística programó una serie de visitas guiadas gratuitas, durante el fin de semana del 26 y 27 de Septiembre.

De esta forma, se consiguió animar a los ciudadanos y visitantes a celebrar este día conociendo algunos de los principales atractivos de la ciudad. De hecho, las visitas que se ofrecieron de forma gratuita y segura, con aforo limitado, se centraron en ofrecer nuestro patrimonio cultural como el Museo de la Parroquia de la O, el Castillo de Luna, las Intervenciones de Rota y en concreto la ruta 'Descubre Rota', que ofreció un amplio recorrido por el casco antiguo.

Según la programación la visita al museo de la Parroquia de la O se llevó a cabo el sábado y el domingo a las 10:30h.; la visita al Castillo a las 13:00h. del sábado, la de Intervenciones para las 19:00h. del sábado, y la visita Descubre Rota a las 10:30h. del domingo.

Con el fin de garantizar la seguridad de la actividad para todos los participantes, las visitas se realizaron con un número limitado de personas.

I RUTA GASTRONÓMICA CENTRADA EN LOS GUIOS DE CUCHARA TRADICIONALES (DEL 29 DE OCTUBRE AL 29 DE NOVIEMBRE)

La Delegación de Promoción Turística y de Comercio reforzó el atractivo turístico para vecinos y visitantes con una nueva ruta gastronómica: la I Ruta Gastronómica de Platos de Cuchara, desde el 29 de octubre y hasta el 29 de noviembre, coincidiendo con el puente de Tosantos.

Así, se dio mayor relevancia y presencia a los guisos tradicionales roteños y se pretendió promocionar la profesionalidad y variedad de la hostelería local. Además de apoyar al sector, sobre todo en estos difíciles momentos.

El Ayuntamiento premió las mejores tapas que se presentaron a esta ruta y se fijó un precio fijo de 2,5 euros. Participaron un total de 15 bares y restaurantes y ofrecieron en su carta un plato de cuchara de la cocina tradicional de nuestra ciudad como la alboronía roteña, el cocido de calabaza o la berza roteña, entre otros.

Con esta iniciativa gastronómica se pretendía dinamizar la ciudad, apoyar al tejido comercial y hostelero de la ciudad, y ofrecer una alternativa atractiva más con actividades que atienden la normativa y recomendaciones de la actual situación.

Esta iniciativa contó con la colaboración de AECIRO y en la que participaron el bar Mercado Central, bar La Codorniz, bar la Muralla, el Rompeolas, El Tronío Tapeo con Arte, El Alambique, la Callejuela, la Moderna, el Periquito, bar Peña Flamenca El Viejo Agujetas, El Callejón de Cádiz, el Mercado Taller de Tapas, Obrador de San Antonio, La Gaviota y la Maceta.

DIPUTACIÓN FOMENTA EN ROTA EL TURISMO DE PROXIMIDAD “CADIZ QUIERE VERTE” (DEL 10 AL 22 DE DICIEMBRE)

El Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Cádiz trasladó a Rota la muestra itinerante “Cádiz quiere verte”, una exposición de fotografías que pretendía impulsar el turismo de proximidad. Se ubicó en la Plaza de Las Canteras, del 10 al 22 diciembre.

Esta muestra puso de manifiesto que nuestra provincia es un destino turístico, gastronómico, cultural, y deportivo de excelencia. La estructura, de 22 metros de largo, con 19 fotografías de diversos lugares de la provincia, recorrió doce municipios hasta finales de año con el objetivo de que tanto residentes como visitantes se animasen a descubrir estos enclaves que parecen lejanos, pero están a la vuelta de la esquina en la provincia de Cádiz.

VISITAS TURÍSTICAS A LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE ROTA

Durante los meses de Julio, Agosto y mediados del mes de Septiembre del año 2020 se mantuvieron las visitas que ya se venían realizando a los monumentos más destacados de nuestra localidad además se amplió el abanico de visitas temáticas en la que roteños y visitantes pudieron descubrir la historia, gastronomía, cultura y rincones roteños.

Castillo de Luna: Se han realizado dos visitas con un total de 25 personas.

Lunes 7 Septiembre: 14 personas (13 adultos y 1 niño)

Sábado, 19 Septiembre: 11 personas (11 adultos)

Cultural (iglesia y castillo), todos los Miércoles a las 10.30 hrs. Se han realizado 9 visitas con un total de 162 personas, de ellas han sido 144 adultos y 18 niños.

Miércoles 22 Julio: 20 personas (19 adultos y 1 niño)

Miércoles 29 Julio: 21 personas (16 adultos y 5 niños)

Miércoles 5 Agosto: 21 personas (20 adultos y 1 niño)

Miércoles 12 Agosto: 21 personas (17 adultos y 4 niños)

Miércoles 19 Agosto: 22 personas (19 adultos y 3 niños)

Miércoles 26 Agosto: 22 personas (20 adultos y 2 niños)

Miércoles 2 Septiembre: 15 personas (13 adultos y 2 niños)

Miércoles 9 Septiembre: 16 personas (16 adultos)

Miércoles 16 Septiembre: 4 personas (4 adultos)

Visita a la Mayetería Durante la época estival, las visitas estaban dedicadas al público en general. A la llegada a la Mayetería se realiza una visita por las instalaciones (choza de cuchillo pequeño o aula del camaleón, choza del Mayeto y choza de la Media Naranja o Museo de la Mayetería) tras la guía de las instalaciones se visitan los animales y los huertos de ocio. El último punto de la visita antes de ver el cortometraje “El libro talonario”, es una parada en el pequeño viñedo de la Mayetería para explicar nuestra uva Tintilla, de la que sale el único y famoso vino de Tintilla roteña.

Se han realizado los martes, a las 09.30 h. Se han realizado 2 visitas con un total de 34 personas, de ellas 22 Adultos mas 12 niños.

Martes 28 Julio: 14 personas (9 adultos y 5 niños)

Martes 11 Agosto: 20 personas (13 adultos y 7 niños)

Descubre Rota, Visita guiada por los principales monumentos y rincones roteños. Esta visita tiene como objetivo dar una visión general de Rota, historia, tradiciones, monumentos y ambiente. Algunos de los puntos que visitamos son los siguientes: Castillo de Luna, Muralla, Mercado de abastos, Puertas de Rota.

Se han celebrado todos los viernes, a las 10:00 h. Se han realizado 8 visitas con un total de 146 personas, de ellas han sido 135 adultos y 11 niños.

Viernes 24 Julio: 16 personas (15 adultos y 1 niño)

Viernes 31 Julio: 13 personas (12 adultos y 1 niño)

Viernes 7 Agosto: 20 personas (20 adultos)

Viernes 14 Agosto: 24 personas (18 adultos y 2 niños)

Viernes 21 Agosto: 23 personas (19 adultos y 4 niños)

Viernes 28 Agosto: 23 personas (22 adultos y 1 niño)

Viernes 4 Septiembre: 20 personas (18 adultos y 2 niños)

Viernes 11 Septiembre: 11 personas (11 adultos)

Visitas organizadas por la oficina pero que realizan otros grupos:

Corrales de pesca, realizada la explicación por los corraleros de Rota y siempre acompañada por personal de la Delegación de Turismo.. Se realizan dos al mes, porque dependen de las marea. Este año su punto de encuentro ha sido la Venta El Picadero. Como siempre son visitas de gran aceptación y se completan rápidamente. Se han realizado 6 en lo que va de verano con un total de 128 personas.

Sábado 18 Julio: 22 personas (15 adultos y 7 niños)

Sábado 1 Agosto: 21 personas (15 adultos y 6 niños)

Sábado 15 Agosto: 24 personas (12 adultos y 12 niños)

Sábado 29 Agosto: 20 personas (14 adultos y 6 niños)

Domingo 30 Agosto: 18 personas (12 adultos y 6 niños)

Sábado 12 Septiembre: 23 personas (23 adultos)

Domingo, 20 Septiembre: 14 personas (14 adultos)

Intervenciones de Rota, realizada por Manuel Barba y Ana Murube. Los jueves a las 20:30. Se han realizado 4 visitas con un total 49 personas.

Jueves 27 Agosto: 16 personas (16 adultos)
Jueves 3 Septiembre: 14 personas (8 adultos y 6 niños)
Jueves 10 Septiembre: 6 personas (6 adultos)
Jueves 17 Septiembre: 13 personas (13 adultos)

OFICINAS DE TURISMO

Durante el año 2020 contamos con las siguientes Oficinas de Turismo abiertas al público:

Oficina Central de la Torre de la Merced: Dicha Oficina se mantiene abierta durante todo el año, recibiendo un total de 4.312 visitantes en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del presente año, de los cuales 3.708 eran españoles y el resto 604 eran extranjeros.

Hay que destacar que la mayoría de los españoles que han visitado nuestra localidad procedían de Andalucía con 2.306 visitantes y de Madrid. Y los extranjeros en su mayoría venían de Alemania, Francia y Estados Unidos.

Durante el año 2020 visitaron nuestra oficina un total de 4.312 turistas; 6.028 personas menos que el año anterior debido a la situación que atravesamos del Covid-19.

Oficina de Turismo en Costa Ballena: se mantuvo abierta durante todo el año en la Estación Intermodal de Costa Ballena. Ha permanecido abierta de lunes a viernes, recibiendo un total de visitantes al año de 1339 personas, de los que 1.281 son españoles y el resto, 58 extranjeros.

En la época estival este año 2020 y por las circunstancias excepcionales de la pandemia no se pudo instalar un punto de información turística móvil en los establecimientos hoteleros del complejo turístico de Costa Ballena.

Oficina Cooperación Welcome to Rota: situada junto a la entrada de la Base, recibió un total de 373 visitantes, 187 españoles, 179 americanos y 7 alemanes.

Debido a la pandemia se ha recibido 643 personas menos este año 2020.

PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PERMANENTE EN COSTABALLENA

Desde la Delegación de Promoción Turística se tomó la decisión de mantener abierto el punto de información turística de Costa Ballena durante todo el año, como en el año anterior. Con horario de lunes a viernes. Una apuesta para seguir trabajando en la desestacionalización del turismo en la localidad, potenciando el carácter turístico del resort.

SUBVENCIONES CONCEDIDAS

PROYECTO DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE EN ROTA Y COSTA BALLENA

Subvencionado por la Convocatoria de Municipio Turístico 2019, ante la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía por un importe de 159.680,93 €.

El objetivo de este proyecto es dotar de señalética inteligente al núcleo de la población de Rota y el Complejo Turístico de Costa Ballena en Rota, así como establecer la conexión entre ambos. Se hará a través de la implantación de un servicio de información y gestión de la señalización turística inteligente en destino, mediante el uso de las últimas tecnologías: Beacons, NFC, códigos QR u otros.

SISTEMA DE INTELIGENCIA TURISTICA DE LA PROVINCIA DE CADIZ

La Diputación Provincial de Cádiz ha coordinado con el soporte del Instituto de Empleo y Desarrollo Socioeconómico y Tecnológico (IEDT), EPICSA y el Patronato Provincial de Turismo de Cádiz, el proyecto Sistema de Inteligencia Turística de la Provincia de Cádiz.

Una de las actuaciones previstas en este proyecto es la implantación de sensores para analizar los itinerarios habituales de ciudadanos y turistas de la provincia. Atendiendo a la población y las plazas hoteleras de que dispone Rota nos han concedido nueve sensores de conteo y trazabilidad de dispositivos móviles, a instalar donde consideremos más conveniente.

La información suministrada por los sensores formará parte de los datos que el sistema de Inteligencia Turística pondrá a disposición de los ayuntamientos y el sector turístico.

ADHESION RED DESTINOS TURISTICOS INTELIGENTES

El Ayuntamiento de Rota tiene como objetivo concretar actuaciones encaminadas a promover el desarrollo de iniciativas en los ámbitos de la sostenibilidad, accesibilidad, innovación, gobernanza y tecnología.

Desde este Ayuntamiento se ha tenido conocimiento de que la Secretaría de Estado de Turismo, a través de SEGITTUR, ha puesto en marcha el proyecto Destino Turístico Inteligente para contribuir a la mejora de la competitividad de los destinos turísticos españoles desde la perspectiva de la sostenibilidad y accesibilidad a través de nuevos modelos de gobernanza que incluyan la innovación y la tecnología como herramientas para ello.

Que podrán ser miembros de esta red de Destinos Turísticos Inteligentes, aquellas Instituciones, administraciones públicas, sus entes, organismos y entidades, así como asociaciones, federaciones y agrupaciones de administraciones y/o entidades públicas relacionadas con los DTI que trabajan en ámbitos relacionados con la metodología DTI.

Siendo éste el caso del Excmo. Ayuntamiento de Rota, hemos visto de sumo interés formar parte de esta red que pretende promover que los destinos figuren como espacios turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantice el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, facilitando la interacción y la integración del visitante con el entorno e incrementando la calidad de su experiencia en el destino y la mejora de la calidad de vida de los residentes de cada uno de ellos. Por todo ello se ha aprobado mediante acuerdo plenario celebrado el día 27 de febrero del 2020 al punto 6º la adhesión a la red de Destinos Turísticos Inteligente.

RENOVACION DE LA Q DE CALIDAD

La Oficina de Turismo de la Torre de la Merced y la Oficina de Turismo de Costa Ballena consiguieron la renovación de la Q de Calidad Turística correspondiente al año 2020.

CONSTITUCIÓN DE LA MESA DE COORDINACIÓN EN TURISMO

Dentro del Plan de Calidad Turística en las actuaciones a llevar a cabo está la constitución de la Mesa de coordinación en Turismo, que está encargada de controlar y supervisar la ejecución de dicho plan, además de potenciar la colaboración público-privado en el sector turístico.

Se constituye dicha mesa con los miembros que se presentan en el Consejo Sectorial de Turismo y así se pasa a constituir dicha mesa con:

- Carmen Hidalgo Monrocle.
- Sophie Declerck.
- M^a. José Chicharro Rodríguez-Rubio.
- Joaquin Mas Bernard.
- Lorena Gutierrez Fuentes.
- Juan Ramón Sánchez Pacheco.

7.-ACTUACIONES PARA FOMENTAR EL TURISMO CULTURAL

ROTA FILM OFFICE

El ayuntamiento de Rota ha firmado un convenio de colaboración con Andalucía Film Commission para la integración de la ciudad en la Red de Ciudades de Cine y el desarrollo de Rota Film Office.

El objetivo de este convenio es presentar a Rota como un espacio que reúne las condiciones para el rodaje de películas, documentales, anuncios, etc., para la industria audiovisual y cinematográfica. Se trata de un paso en firme para estar dentro de la red de localizaciones que los productores buscan a la hora de rodar escenas de películas o largometrajes completos de modo que Rota pase a formar parte del catálogo en el que están incluidas otras tantas ciudades y pueblos de Andalucía.

Aunque Rota ya ha sido parte de rodajes como películas "Quien te cantara" o "El verano que vivimos" que se estrenará próximamente, entre otras tantas, se pretende potenciar su imagen como destino de cine. Se abre así la oficina de Rota Film Office y es importante, por los efectos turísticos y culturales que conlleva no solo porque se sitúa a la villa en el mapa de ciudades para rodar sino porque será también un reclamo para aquellos turistas que buscan tras la proyección de una película saber dónde se llevaron a cabo los rodajes.

Andalucía Film Commission lleva a cabo una intensa actividad de promoción del territorio de Andalucía en mercados y festivales audiovisuales de todo el mundo. Ofrece información sobre posibilidades de rodaje en Andalucía, localizaciones así como incentivos fiscales del 20% que actualmente se aplican a los rodajes internacionales.

ROTA "CIUDAD DE LAS ESTRELLAS"

Este proyecto realizado entre el Ayuntamiento de Rota y los responsables de Optimus Educación y la Ciudad de las Estrellas, tiene el objetivo de convertir Rota en un referente científico y tecnológico, creando un centro para tal fin en Costa Ballena.

Este centro estará situado en el edificio de la Tenencia de Alcaldía en Costa Ballena y albergará una exposición dedicada a la historia de la Carrera Espacial, con colaboraciones del Real Instituto y Observatorio de la Armada de San Fernando o de la propia Agencia Espacial Europea (ESA) entre otras importantes entidades.

Se ofrecerá una amplia programación de talleres, conferencias, cursos y otras iniciativas, con la idea de poner en valor la Ciencia, la Astronomía, la Robótica y la Programación, pilares fundamentales de Optimus Educación y de la Ciudad de las Estrellas.

Este proyecto va dirigido a todos los ciudadanos en general así como a la comunidad educativa local y de otros municipios.

CENTRO MULTICULTURAL DE LA BASE NAVAL

Se ha firmado el contrato para la adjudicación de las obras del Centro Multicultural de la Base Naval de Rota, un nuevo valor turístico y cultural que será un nuevo y obligado punto de encuentro para roteños y visitantes a la población, al igual que para historiadores, grupos escolares, universitarios y todas aquellas persona que deseen revivir cómo la localidad ha convivido desde hace más de medio siglo con la existencia del recinto militar.

Este nuevo centro será una realidad gracias a la subvención concedida en diciembre de 2018 con una cuantía de 1.176.044,99 euros y un presupuesto total de 1.199.999,99, que dará forma al proyecto “Creación del Espacio Cultural Hispano-Norteamericano de Rota”, con el apoyo de la Unión EurOpea mediante el Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 dentro de la ITI de Cádiz.

El futuro Centro Multicultural contará con instalaciones comerciales y de hostelería, y estará dedicado a la convivencia hispano-americana generada por la Base Naval. Se ubicará en la Avenida de la Diputación y el plazo de ejecución de la obra desde su adjudicación es de 15 meses.

Datos del proyecto

El proyecto incluye la demolición de todos los compartimentos interiores de la actual nave de 'Modus' y las oficinas delanteras, a fin de liberar un espacio para instalaciones de hostelería y comerciales. Con ello, la nave dispondrá de un espacio de más de 1.000 metros cuadrados diáfanos para albergar elementos de mayores dimensiones, así como instalaciones temporales y eventos, ofreciendo un espacio cubierto de unas dimensiones que actualmente no tiene la localidad.

En la planta baja de la parte central irán ubicados los aseos, aulas, talleres, una sala de proyecciones; y en la primera planta, “un espacio versátil que llevará el nombre de Club Rota y que se dedicará a iniciativas de coworking, talleres de creación, actividades culturales y demás.

La zona del inmueble, cuya fachada da a la Avenida de la Diputación, contendrá la citada exposición permanente y el espacio exterior aledaño será para usos comerciales y hosteleros.

Esta nueva instalación no sólo debe atraer a turistas y dar a conocer esta historia del municipio a escolares y ciudadanos, sino que también pretende ser un referente en materia comercial, de hostelería y de productos vinculados a la relación entre Rota y la Base”.



CENTRO CULTURAL PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA MURALLA MEDIEVAL Y EL PATRIMONIO HISTORICO DE ROTA

Con el objetivo de proteger y promocionar el Patrimonio Histórico y Artístico de Interés Turístico como es la muralla medieval, se tiene previsto la creación de un espacio cultural polivalente en dos plantas situado en la calle Pasadillas.

La primera planta contará con una zona expositiva con elementos arqueológicos y explicativos de la historia del recinto amurallado medieval de la ciudad y de los primeros asentamientos, así como con una sala para exposiciones temporales.

Desde la planta sótano se podrá observar la cimentación de la muralla a tres metros por debajo del nivel de la calle.

El presupuesto estimado es de 418.439,63 € y será financiado por la EDUSI Rota 2020 y cofinanciado por los Fondos Feder.

8º. – PROYECTO “WELCOME TO ROTA”

OFICINA DE COOPERACIÓN

Esta oficina tiene como objetivo principal integrar al ciudadano estadounidense en Rota, ofreciéndole ayuda y asesoramiento en cualquier cosa que necesite de la vida cotidiana, así como a nivel administrativo. Por otro lado también realiza funciones de información para ayudar al ciudadano roteño en temas relacionados con la Base Naval. A través de estas funciones, que detallamos a continuación, se pretende crear un clima de convivencia entre estas dos comunidades, repercutiendo de manera positiva en el día a día de la localidad.

Desde la Oficina de Cooperación se han llevado a cabo las siguientes funciones:

- Ayudar y facilitar información al ciudadano estadounidense en cualquier trámite necesario: acompañarlos y ayudarlos en la escolarización de sus hijos en colegios y guarderías españolas, con el empadronamiento en nuestra ciudad y cualquier trámite administrativo con el Ayuntamiento.
- Organización y realización de diferentes tours por nuestra localidad para dar a conocer nuestra cultura, nuestras costumbres y establecimientos, acompañando a los participantes en el tour.
- Miércoles (según necesidades) – Recibimiento de todos los estadounidenses destinados en Rota y sus familias a través del departamento de la base Fleet Family Center, proyección de vídeo sobre Rota, charla explicativa y para concluir degustación de productos roteños. Durante la crisis sanitaria hemos dejado de recibir a los grupos aunque seguimos en contacto con el departamento de la base que lo organiza y lo retomaremos en cuanto se normalice la situación. Mientras tanto proveemos de material e información al Fleet Family Center .
- Dar información turística: horario transportes, qué visitar, actividades de ocio y culturales, rutas etc.
- Gestión del perfil de Facebook “Welcometorota” donde se promocionan actividades, tours y se contestan las preguntas y dudas que nos plantean los estadounidenses. Además contamos con un grupo de Facebook “Welcometo Rota Tour Friends” que utilizamos para informar con detalle de los tours que organizamos así como colgar las fotos tomadas tras su realización.
- Alquiler de viviendas a ciudadanos estadounidenses. Desde esta oficina, y en coordinación con Housing (Oficina de la Vivienda en la Base), se ayuda a los roteños que quieran poner en alquiler su vivienda con los trámites necesarios: se les facilita el impreso, se les informa de cómo rellenarlo y la documentación a aportar a través de correo electrónico.
- Información sobre ofertas de empleo en la Base Naval. Se facilita las solicitudes a rellenar, se informa sobre la documentación a aportar y los requisitos del puesto vacante.
- Información para aquellas personas que quieran alistarse en la Marina Española.
- Publicidad de todos los comercios, empresas, negocios de Rota que se quieran publicitar a través de nuestra oficina.

- Organización y asistencia a distintos workshops: empresarios locales, educación. Organizamos anualmente un encuentro con empresarios y comerciantes roteños y distintos departamentos de la Base Naval, así pueden conocerse de primera mano y ofrecer sus productos y servicios. Por otro lado y en coordinación con la delegación de Educación del Ayuntamiento y el departamento de Educación de la Base se organizan anualmente encuentros para temas relacionados con actividades escolares y extraescolares del municipio, con ello se quiere dar al oportunidad a los niños de compartir aulas y con ello experiencias. Este año y debido a la actual situación sanitaria no se han organizado tantos encuentros pero si hemos seguido en contacto con los departamentos de la base naval que trabajan estos temas.
- Estadísticas mensuales de las personas atendidas en la oficina.

ORGANIZACIÓN TOURS

Desde la Oficina Welcome to Rota se organizan diferentes tours por nuestra localidad para dar a conocer nuestra cultura, nuestras costumbres y establecimientos. Personal de la delegación organiza y acompaña a los participantes en el tour.

Este año y debido a la situación sanitaria no se han realizado todos los tours que normalmente se organizan (uno por mes). Estas son las visitas guiadas que se han realizado en el 2020 a los distintos recursos turísticos de Rota para el personal estadounidense de la Base Naval.

22 Enero. Tour visita El Bucarito

Visita guiada a la quesería El Bucarito, empresa local dedicada a la elaboración de quesos y chacinas. Fue una oportunidad para conocer los productos locales además de visitar una granja y tener un contacto cercano con los animales y la naturaleza. El grupo visitó las instalaciones, cada uno se elaboró su propio queso, pudimos disfrutar de una exhibición de vuelo de aves de presa y para finalizar degustamos quesos y embutidos.

Participaron un total de 23 personas, siendo la satisfacción global de grupo muy positiva.

25 febrero. Tour desayuno y spa en Hotel Playa Ballena

En febrero nuestro tour se organizó en Costa Ballena, para mostrar la comunidad americana el complejo. Fue un tour de relax en el spá del Hotel Playaballena y desayuno buffet en el mismo hotel. Un total de 18 personas participaron en este tour donde pasamos una mañana agradable y conocieron las instalaciones y atractivos de Costa Ballena.

En total en el año 2020 desde la Oficina Welcome se realizaron 2 tours con un total de 41 pax.

ORGANIZACION DE LAS SOLICITUDES Y SELECCIÓN PARA UNA PLAZA DE VOLUNTARIO EUROPEO EN EL INSTITUTO DE LA JUVENTUD DE RAMSTEIN-MIESENBACH

Es un proyecto puesto en marcha en Alemania y que el Ayuntamiento de nuestra localidad decidió tomar como referencia para Rota dentro del Proyecto “Welcome to Rota”.

Los objetivos se centraron en la ocupación de empleo joven y perfeccionamiento de la lengua alemana, hacer ganar experiencia a una persona joven mediante el apoyo a instituciones sociales, el acercamiento en beneficio mutuo entre ambas ciudades y conocer de cerca el modelo de trabajo de la oficina o instituto de juventud en Ramstein y qué acciones son dirigidas a la población estadounidense como referencia del proyecto “Welcometo Rota”.

Los jóvenes interesados en vivir una experiencia como la que ofrece el Ayuntamiento de Rota y el de Ramstein (Alemania) con plazas de voluntario durante un año en el Instituto de la Juventud de Ramstein- Miesenbach, tuvieron de plazo hasta el 27 de febrero para solicitarlo y actualmente hay dos personas en Alemania disfrutando de la beca.

Los interesados en participar en esta convocatoria, que se anuncia cada año, deben cumplir determinados requisitos como tener entre 18 y 26 años, contar con conocimientos mínimos de alemán, tener ciclo formativo Grado Medio o Bachillerato, y plena disponibilidad y posibilidad de incorporación inmediata.

La persona seleccionada tiene como beneficios, el contrato de trabajo durante un año, cobertura en la seguridad social (salud, responsabilidad civil, y seguro de accidentes); curso intensivo de alemán; manutención y gastos personales (aproximadamente 300 euros mensuales); alojamiento con una familia alemana, con estancia familiar en ambiente relajado; reembolso de la totalidad de los gastos de viaje (transporte local y asistencia a los seminarios); ordenador portátil a disposición; trabajo en un equipo de personal pedagógico y con otros jóvenes en servicio voluntario; conocer y trabajar en el sistema educativo alemán; participación en el trabajo con jóvenes extranjeros (ayuda con las traducciones); participación en el trabajo y eventos juveniles; desarrollo y fortalecimiento de las habilidades y talentos propios; mejora de futuras oportunidades en el mercado laboral a través del reconocimiento de la EFD con la expedición del certificado reconocido internacionalmente como “Pasaporte Juvenil”; y prestar servicios de voluntariado en la Oficina de Juventud de Ramstein durante un año.

RECIBIMIENTO DE JÓVENES ALEMANES DEL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Juliane Ruof fue la joven alemana, seleccionada a través del acuerdo de voluntariado europeo que nuestra localidad mantiene con la ciudad alemana de Ramstein Miesenbach, con la que comparte la singularidad de albergar una base militar.



Durante su estancia en nuestra localidad Juliane Ruof colaboró con la Oficina Municipal de Turismo atendiendo al público y participando en todos los eventos organizados por la misma. También colaboró con la Cocina Solidaria, con la protectora de animales Siempre contigo, con campamentos infantiles de verano y con el colegio Pedro Antonio de Alarcón en talleres organizados con sus alumnos.

Así, jóvenes de ambas localidades, cuyos respectivos alcaldes firmaron un acuerdo de hermanamiento entre las ciudades, se benefician a través del programa Erasmus Plus del acuerdo que mantienen el Ayuntamiento de Rota con el de Ramstein en Alemania, y que ofrece a estos jóvenes la posibilidad de perfeccionar su idioma, ganar en experiencia laboral y conocer en profundidad otros países.

Este programa forma parte del trabajo que ambos Ayuntamientos para impulsar proyectos de interés y sacar así el máximo provecho de la convivencia que mantienen con las bases norteamericanas.

El voluntariado de Juliane Ruof finalizó a mediados de marzo y estamos a la espera de un nuevo voluntario.

9.-REDES SOCIALES

Redes sociales – Informe – Plan de Acción

Más de 4,5 billones de personas en el mundo usan Internet (alrededor del 60%) y **más de 3,8 billones ya usan las redes sociales** (321 millones de usuarios más que en 2019). Todos sabemos que las redes sociales tienen gran importancia en la sociedad actual, teniendo cada vez más usuarios y por tanto siendo una herramienta de comunicación muy poderosa. Y es que pasaremos más de 100 días online este año, una media **6 horas y 43 minutos cada día** (el 40% de nuestra vida despiertos), de las cuales **2 horas y 24 minutos** las usamos **solo para redes sociales**, más de un tercio de nuestro tiempo en Internet. Aquí los dispositivos móviles juegan un papel importante, ya que el 99% de los usuarios accede a las redes sociales a través de ellos y será el dispositivo de acceso más utilizado para acceder a Internet.

La mitad de la población mundial utiliza las redes sociales. Las redes más populares siguen siendo Facebook, Youtube e Instagram seguida de Twitter y Tik-Tok

- Facebook, que contiene una actualización en tiempo real basada en compartir Actualizaciones de Estado, Contenidos Multimedia y Enlaces
- Twitter, donde todos los usuarios están inmersos en una especie de Sala de Chat universal, compartiendo mensajes de 140 caracteres y pudiendo realizarse menciones y mensajes privados entre cada uno de los miembros registrados
- Instagram, una red social basada en compartir imágenes y vídeos en tiempo real, usando el tablón y los stories.

Por tanto y basándonos en estos datos es muy importante estar presentes en las redes sociales y usarlas de forma inteligente. Desde la Delegación de Promoción Turística de la Ciudad conocemos la importancia que tienen las redes sociales en la actualidad y de la valiosa herramienta que son cara a la promoción de Rota como destino turístico.

Si hay una predicción de la que estamos seguros, es que el uso de las redes seguirá creciendo y serán cada vez más influyentes en los hábitos de los consumidores y por ello la importancia de usarlos bien y obtener beneficios. Estos beneficios deben ser planteados como objetivos, si hacemos un buen uso de las redes sociales a nivel de promoción e imagen. Existen numerosas herramientas que nos permiten medir el engagement, visitas, interacción, hacer publicidad y otras muchas acciones medibles y cuantificables en social media marketing.

Nuestras Redes Sociales - Delegación de Promoción Turística de la Ciudad

FACEBOOK – RotaTurismo

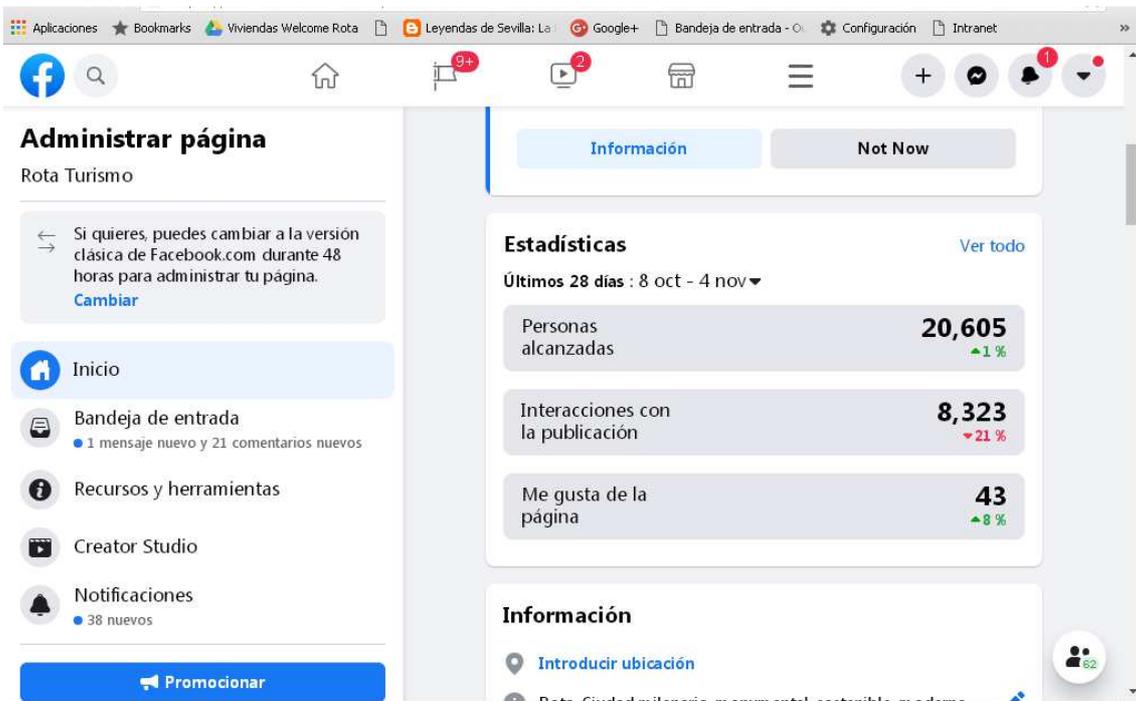
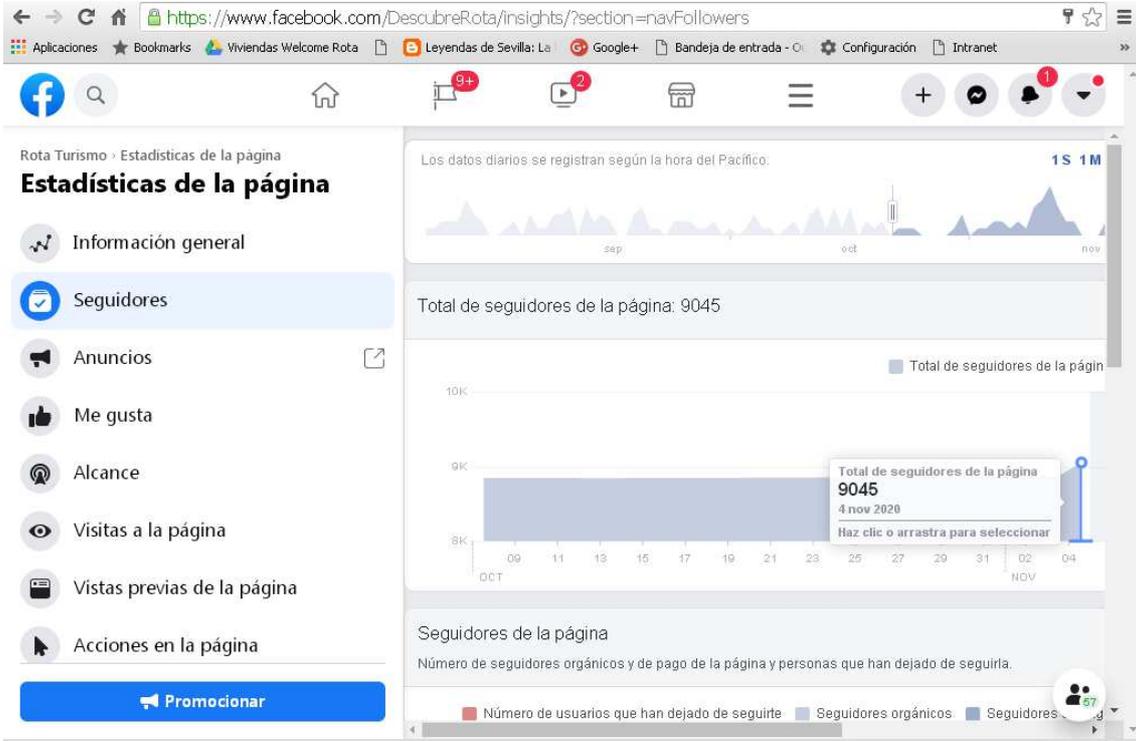
Seguimos presentes en Facebook y contamos con más de 9.000 seguidores en este año 2020 hemos incrementado en más de 1.000 seguidores nuevos.

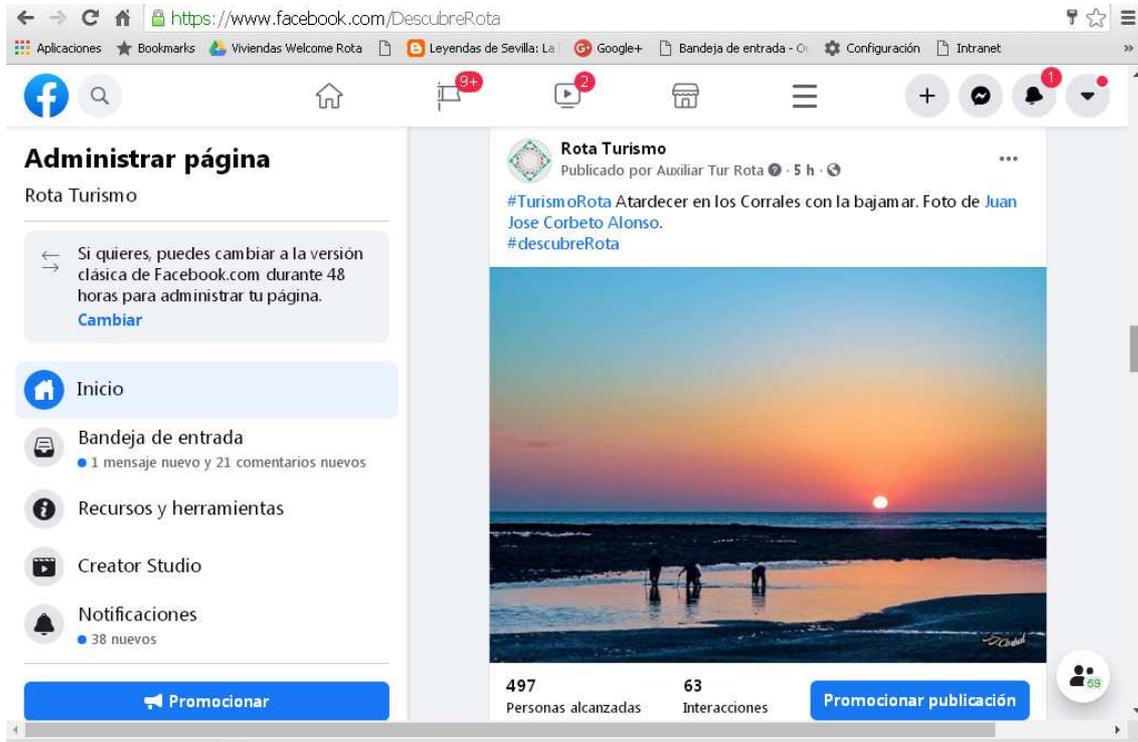
Nos siguen desde distintos países siendo la mayoría de nuestros seguidores nacionales pero entre los extranjeros podemos destacar seguidores de EEUU, Alemania, Reino Unido y Suecia, en la línea de años anteriores.

En el ámbito nacional podemos destacar como seguidores los ciudadanos roteños además de Sevilla, Jerez, Madrid etc.

Nuestros objetivos en Facebook son los siguientes:

1. Promocionar Rota como atractivo turístico: Colgando imágenes, noticias, experiencias etc.
2. Promocionar Rota como ciudad de eventos: Hacer llegar a nuestros seguidores todos los eventos que se organizan desde el ayuntamiento, eventos, culturales, fiestas, citas gastronómicas, mercados etc. Desde el ayuntamiento de Rota organizamos muchos eventos y nuestro principal objetivo es que sean visitados por el mayor número de turistas posible (Concentración invernal de motos, Festival de la Pizza, Feria de primavera, Fiesta de la Urta, Feria de la Tapa, Mercados temáticos etc.).
3. Darse a Conocer. (Brand Awareness) Facebook tiene un alcance asombroso, además ofrece una excelente segmentación a la hora de crear un anuncio o historia patrocinada. Podemos llegar a nuestro público objetivo.
4. Crear distinción. Facebook permite interactuar con sus admiradores e impulsar la preferencia por Rota.
5. Informar. A través de la creación de eventos de acción viral. Cada vez que un usuario confirma su asistencia a estos eventos, hace click o registra su visita, esta acción se comparte con todos sus amigos. Así conseguimos difundir nuestros eventos.
6. Crear fidelidad. Dado que es una red social, en Facebook lo primordial son las relaciones. Cuando un usuario se hace fan de nuestra página está diciendo que quiere tener relación con nuestro municipio. Esa conexión le permite estrechar la relación con los actuales visitantes, y le permite a ellos dar a conocer Rota entre sus amigos.
7. Resonancia a la recomendación. Todas las acciones en Facebook tienen un efecto viral, puesto que aparecen en últimas noticias y permanecen. Los usuarios acuden a Facebook como fuente de información a través de sus amigos.





TWITTER - @TurismoRota

Nuestra cuenta de Twitter cuenta con más de 2.200 seguidores y 3.200 tweets. El objetivo principal de Twitter es proporcionar a los usuarios la capacidad de transmitir y consumir fácilmente pequeñas informaciones digeribles sobre el mundo. Estas informaciones, o "tweets", tienen un límite máximo de 140 caracteres. La facilidad con la que los usuarios pueden publicar los tweets implica que la información se puede transmitir en tiempo real, ya que un tweet puede ser redactado y publicado desde un ordenador o dispositivo móvil en cuestión de segundos.

Nuestros objetivos en Twitter:

1. Actualidad – estar conectados y dar información actualizada.
2. Retwittear Tweets sobre Rota, comentarios de visitantes, experiencias etc.
3. Potenciar nuestros Hashtag #descubreRota #Rota.
4. Lo tenemos enlazado a nuestra web www.descubrerota.com y desde ahí pueden verse las distintas actualizaciones :



INSTAGRAM – DescubreRota

Esta red es a la última que nos hemos unido, pero que usamos desde 2016. Contamos con más de 1.500 publicaciones y más de 3.100 seguidores. De los cuales el 44% son hombres y el 56% mujeres, el mayor número de seguidores está en una franja de edad entre los 25 y los 44 años. Instagram es una red social donde podemos **editar nuestras fotos, agregar filtros artísticos** y luego **compartirlas con amigos**.

El objetivo principal de Instagram es lograr que los diferentes usuarios participen, comenten y se relacionen entre sí a través de las fotografías. Usamos también los stories para difundir actividades o publicar fotos en tiempo real.

Nuestros objetivos en Instagram:

1. Promoción de la ciudad a través de imágenes.
2. Llegar a mayor número de visitantes potenciales. A través de esta red social llegamos a un turismo con un perfil distinto a otras redes.
3. Objetivo de mostrar una imagen fresca y cercana.
4. Potenciar nuestro hashtag #descubreRota.



Instagram

descubrerota [Editar perfil](#)

1,592 publicaciones 3,102 seguidores 3,692 seguidos

Delegacion Promocion Ttca Rota
 Bienvenidos ! Welcome
 Encantados de compartir vuestras fotos de Rota ! Happy to share your Rota pictures
 #DescubreRota
 #VIDEO - Rota Sabe a Felicidad
bit.ly/3ezwPid

Rota=Felic... Rota Parai... Destacada Destacada Destacada Destacada Destac

PUBLICACIONES IGTV GUARDADO ETIQUETADAS

descubrerota

1592 3102 3693
 publicaci... seguidores seguidos

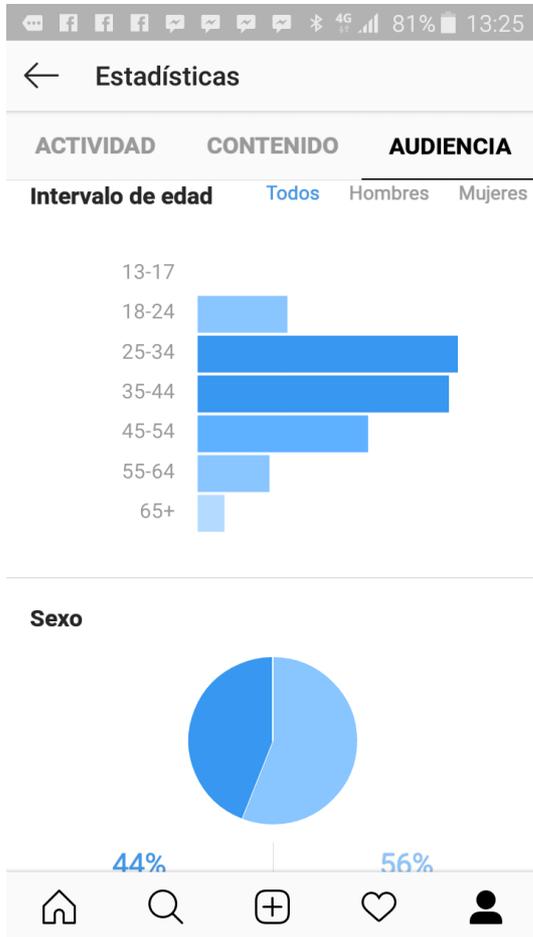
Promociona r Editar perfil

Delegacion Promocion Ttca Rota
 Centro de información turística
 Bienvenidos ! Welcome
 Encantados de compartir vuestras fotos de Rota !
 Happy to share your Rota pictures
 #DescubreRota
 #VIDEO - Rota Sabe a Felicidad
bit.ly/3ezwPid
 Plaza de la Merced, Rota, Spain 11520

Nuevo Rota=Felicid... Destacada Destacada Des

Llamar Correo... Cómo llegar

Grid of Instagram posts from the 'descubrerota' profile, showing various scenic views of Rota, including sunsets, beaches, and historical architecture.



ACCIONES DE MARKETING EN REDES SOCIALES

- **Marketing Estratégico Relacional:** El objetivo de esta estrategia de marketing es conectar con otros profesionales, y generar relaciones que aporten valor y beneficios a ambas marcas personales. Por ello establecemos relaciones a través de nuestras redes sociales con el Patronato de Turismo de Cádiz, Turismo Andaluz, Tourespaña etc.
- **Organización de encuentros con bloggers, instagramers etc.** con personas / páginas activas relacionadas con el mundo de los viajes, turismo. En esta línea hemos organizado encuentros con bloggers gastronómicos, de viajes etc. A través de estos encuentros conseguimos repercusión en redes sociales. Solemos organizar un par de encuentros anuales con distintos profesionales para la organización. Contamos con la colaboración de las empresas locales como hoteles, bodega etc. Este año y debido a la situación sanitaria no hemos podido organizar los proyectos previstos, pero se retomarán en cuanto la situación se normalice.



- Posicionamiento en nuestras redes sociales, posicionamiento. Seguir trabajando para conseguir nuestro posicionamiento, acorde con los objetivos expuestos en nuestro plan de Marketing. Para conseguir este objetivo trabajamos en actualizar diariamente nuestros perfiles en Facebook, Twitter e Instagram, atendiendo a los mensajes privados y respondiendo a cada consulta que nos hacen.

OBJETIVO

Conseguir un mayor número de seguidores, incrementar la interacción, el número de “Me gustas”, conseguir que se compartan nuestras publicaciones, llegar al mayor número de personas posibles para promocionar nuestro municipio en todos sus aspectos: turismo gastronómico, cultural, medioambiental, sol y playas, reforzando nuestra imagen y posicionamiento.

9º. – INFORME FLUJOS TURÍSTICOS DE ESPAÑA - SEGITTUR

Desde la Secretaría de la Red DTI se trabaja con el objetivo de acompañar más y mejor en la gestión de los destinos turísticos y por ello tenemos el primer informe de “Flujos Turísticos” de Rota. Esta caracterización de flujos turísticos, elaborada a partir de los datos de telefonía móvil , refleja el movimiento de turistas hacia Rota (tanto turistas extranjeros, como turistas nacionales procedentes de municipios de cierto tamaño, más de 30.000 habitantes), con detalle de las principales comunidades provinciales y municipios de origen de los turistas que visitan nuestra localidad, entre junio y diciembre de 2020, así como la evolución durante esos meses.

El informe adjunto personalizado para Rota se estructura en base a tres apartados:

1. Flujos Turísticos según comunidades de origen
2. Flujos Turísticos según provincias de origen
3. Flujos turísticos según municipios de origen

Para la mayor comprensión de este informe, se confirma que se ha considerado turista la persona que realiza un desplazamiento fuera de su municipio de residencia que implica, al menos, una pernoctación (estancia de más de 24h. en un mismo municipio de destino) fuera del mismo y que tiene una duración inferior a un año”

RECORTES DE PRENSA 2020

Delegación de Promoción Turística de la Ciudad