

PLAN DE ACTUACIÓN

FUNDACIÓN: FUNDACIÓN TURISMO DE BENIDORM DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Nº REGISTRO: 195A

EJERCICIO: 2017

1.- ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN

ACTIVIDAD 1 (Cumplimentar tantas fichas como actividades tenga la Fundación)

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Viajes de familiarización de medios de comunicación y bloggers (PRESS-BLOG trip) y contratación de empresas de RRPP para dar apoyo con los medios de comunicación
Tipo de actividad *	Propia
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	Benidorm (Alicante)

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad.

Actuaciones promocionales que se basan en traer a medios de comunicación de los distintos países europeos a Benidorm para conocer la oferta turística del destino de primera mano. Los medios seleccionados pueden ser de ámbito nacional, regional o local, prensa especializada o genérica, con interés en viajes o cuyo público objetivo son segmentos relacionados con el Turismo, como por ejemplo: deportes, ocio o gastronomía. Los medios de comunicación seleccionados trabajan tanto en prensa escrita, online y televisión. Dichas actuaciones se consideran importantes para la difusión y promoción de Benidorm con el fin de llegar al público final.

Se han previsto realizar 41 viajes de familiarización de prensa/influencers, un total de 200 periodistas de comunicación/ influencers visitarán Benidorm.

RUN IN BENIDORM	ESPAÑA	RUNNING
IR CON NIÑOS	ESPAÑA	FAMILIAS
DISCOVER BENIDORM RYANA IR	POLONIA	GENERAL
BENIDORM CHIC	NORUEGA	GENERAL
BENIDORM CHIC	SUECIA	GENERAL
BENIDORM CHIC	DINAMARCA	GENERAL
BENIDORM CHIC	HOLANDA	GENERAL
BENIDORM CHIC	BELGICA	GENERAL
MILLENNIALS	NORUEGA	JOVENES
MILLENNIALS	SUECIA	JOVENES
MILLENNIALS	DINAMARCA	JOVENES
MILLENNIALS	HOLANDA	JOVENES
MILLENNIALS	BELGICA	JOVENES
WINTER SUN & SPORTS	NORUEGA	GENERAL
MILLENNIALS	FINLANDIA	JOVENES

WINTER SUN & SPORTS	FINLANDIA	GENERAL
WINTER SUN & SPORTS	SUECIA	GENERAL
WINTER SUN & SPORTS	DINAMARCA	GENERAL
WINTER SUN & SPORTS	HOLANDA	GENERAL
WINTER SUN & SPORTS	POLONIA	GENERAL
WINTER SUN & SPORTS	BELGICA	GENERAL
WINTER SUN & HEALTH	HOLANDA	GENERAL
WINTER SUN & HEALTH	BELGICA	GENERAL
DIVEINBENIDORM	FRANCIA	BUCEO
DIVE IN BENIDORM CON DIVER MAGAZINE	REINO UNIDO	BUCEO
DESCUBRE BENIDORM COSMOPOLITA	FRANCIA	TODOS
BENIDORM SPORTS	FRANCIA	TODOS
MEDIOS IMPRESOS		
TV MI PLANETA		
DESCUBRE BENIDORM	PORTUGAL	TODOS
GASTRONOMIA Y TURISMO URBANO	SUIZA	TODOS
DESCUBRE BENIDORM MILLENIALS	ITALIA	CHIC
BENIDORM PRIDE	ITALIA	LGBT
BENIDORM CHIC	REINO UNIDO	TODOS
BENIDORM CHIC	IRLANDA	TODOS
BENIDORM CHIC	REINO UNIDO	TODOS
BENIDORM CHIC	IRLANDA	TODOS
CAMPAÑA/VIAJE DE INSTAGRAMERS	REINO UNIDO	TODOS
DESCUBRE BENIDORM - PRENSA O TV	ISLANDIA	TODOS
DESCUBRIR CB Y BENIDORM	AUSTRIA	GENERAL
COSTA BLANCA - BENIDORM	ESPAÑA	CICLISMO

Por otro lado, Se llevará a cabo la contratación de empresas de RRPP con el fin de apoyar a la difusión de Benidorm en los medios de comunicación de mercados objetivo como son Reino Unido, Bélgica, Holanda, Francia, España y Escandinavia.

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	550 horas acompañando a los grupos. 200 horas de preparación de las actividades 150 horas al año dedicadas a las empresas de RRPP
Personal con contrato de servicios	No	
Personal voluntario	No	

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	indeterminado
Personas jurídicas	

*El beneficio es para el destino, con escritos en los medios de comunicación, redes sociales y blogs de los influencers.

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Difusión de la marca Benidorm en los medios de comunicación de los distintos países europeos.	Publicaciones posteriores a los viajes de inspección en los distintos medios de comunicación que han acudido.	Se prevé que aproximadamente el 95% de los medios de comunicación que participen en la actividad den difusión al destino.

ACTIVIDAD 2

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Viajes de familiarización de Tour Operadores y Agencias de Viaje (Fam trip)
Tipo de actividad *	Propia
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	Benidorm (Alicante)

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad prevista.

Actuaciones promocionales que consisten en colaborar con Tour Operadores y Agencias de viaje o receptivos en destino y traer conjuntamente personal de sedes, sucursales o minoristas con el objetivo de conocer el destino, y su posterior venta en los países emisores.

Se han previsto 11 Viajes de familiarización, siendo la procedencia de los agentes de viajes:

DESCUBRE BENIDORM	CHIC	PORTUGAL
TURISMO MEDICO	MEDICINA	INTERNACIONAL
TOUR OPERACIÓN PAISES CEI	VACACIONAL	PAISES CEI
Viaje Individual TO Turismo Activo	DEPORTES	REINO UNIDO
Viaje Individual TO CICLOTURISMO	DEPORTES	REINO UNIDO
TURISMO MEDICO-SANITARIO	SALUD	HOLANDA
TURISMO MEDICO-SANITARIO	SALUD	BELGICA
BUDAVAR TOURS	GENERAL	HUNGRIA
TURISMO MEDICO-SANITARIO	SALUD	REINO UNIDO
LOCALIZADORES	FILM OFFICE	ESPAÑA
PRODUCTORES APPA	FILM OFFICE	ESPAÑA

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	100 horas anuales acompañando a los grupos. 30 horas preparación de las actividades.
Personal con contrato de servicios	No	

Personal voluntario	No	
---------------------	----	--

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado Tour Operadores y agencias de viaje
Personas jurídicas	

*El beneficio es para el destino, la difusión y conocimiento del mismo entre los Agentes de viajes y TTOO, para que así vendan Benidorm en los países emisores.

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Formación de Tour operadores y agencias de viaje para poder vender mejor el destino.	Conocimiento directo de destino y mejor calidad en información impartido a cliente final.	Ventas de los agentes y futuros contratos de colaboración.

ACTIVIDAD 3

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Asistencia a ferias Turísticas
Tipo de actividad *	Propia
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	El país en el que se desarrolle la feria de turismo. Se acude tanto a ferias nacionales como internacionales.

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad prevista.

Asistencia a las distintas ferias turísticas con, mostradores propios en stands compartidos con Turespaña o a través de la Agencia Valenciana de Turismo en los diferentes países emisores con el fin de promocionar Benidorm entre el público objetivo y obtener contactos profesionales para el sector turístico profesional de Benidorm.

Las 58 ferias turísticas programadas son:

FERIA	VAKANTIEBEURS	HOLANDA	GENERAL
FERIA	RESELIV	NORUEGA	GENERAL
FERIA	FITUR	ESPAÑA	TODOS
FERIA	VELOFOLLIES	BELGICA	CICLISMO
FERIA	HOLIDAY WORLD DUBLIN	IRLANDA	TODOS
FERIA	SALON DES VACANCES	BELGICA	GENERAL
FERIA	SIT NANTES	FRANCIA	TODOS
FERIA (ENVIO MATERIAL)	FERIA DUIKVAKER	HOLANDA	BUCEO
FERIA (ENVIO MATERIAL)	IMTM TEL AVIV	ISRAEL	GENERAL
FERIA (ENVIO MATERIAL)	SALON TOURISME LYON	FRANCIA	TODOS
FERIA	FIETS EN WANDELBEURS	HOLANDA	CICLISMO//SENDE
FERIA	HOLIDAY & SPA EXPO	BULGARIA	GENERAL
FERIA INSPECCION	LONDON BIKE SHOW	REINO UNIDO	CICLISMO
FERIA	ROMANIAN TOURISM FAIR	RUMANIA	GENERAL
FERIA INSPECCION	TOUR SALON	POLONIA	GENERAL
FERIA	FIETS EN WANDELBEURS	BELGICA	CICLISMO//SENDE
FERIA	NAVARTUR	ESPAÑA	TODOS
FERIA	FERIE FOR ALLE	DINAMARCA	GENERAL
FERIA	DTS (Dive Travel Show)	ESPAÑA	BUCEO
FERIA	ITB	ALEMANIA	TODOS
FERIA	EXPO SPORTS BCN	ESPAÑA	RUNNING
FERIA	SALON MONDIAL TOURISME PARIS (MAP)	FRANCIA	TODOS
FERIA	SEVATUR	ESPAÑA	TODOS
FERIA	MEDSEA IFA	ESPAÑA	BUCEO
FERIA	MUNDO ABREU	PORTUGAL	TODOS
FERIA	BTRAVEL	ESPAÑA	TODOS
FERIA	EXPODEPOR MADRID	ESPAÑA	RUNNING
FERIA	EXPOVACACIONES	ESPAÑA	TODOS
FERIA	FERIA DEL VIAJE	ESPAÑA	TODOS
FERIA	ARATUR	ESPAÑA	TODOS
FERIA INSPECCION	CINE EUROPE	ESPAÑA	GENERAL
FERIA	UNIBIKE	ESPAÑA	CICLISMO
FERIA	COSMOBIKE	ITALIA	CICLISMO

FERIA	OCIOBENE	FRANCIA	GENERAL
FERIA INSPECCION	FERIA CORREDOR VALENCIA	ESPAÑA	RUNNING
FERIA	OVER 50+ DUBLIN	IRLANDA	SENIOR
FERIA	50 PLUS	HOLANDA	SENIOR
FERIA	TOP RESA	FRANCIA	TODOS
FERIA	INTUR	ESPAÑA	TODOS
FERIA	TOTS ELS SANTS	ESPAÑA	TODOS
FERIA	BIRMINGHAM DIVE SHOW	REINO UNIDO	BUCEO
FERIA	INTURMARKET	RUSIA	TODOS
FERIA	MITT	RUSIA	TODOS
FERIA	BALTTOUR	Letonia	TODOS
FERIA	UITT	UCRANIA	TODOS
FERIA	LEISURE	BIELORRUSIA	TODOS
FERIA	OTDYKH	RUSIA	TODOS
FERIA	50+ SHOW	REINO UNIDO	SENIOR
FERIA	WTM	REINO UNIDO	TODOS
FERIA	IBTM	ESPAÑA	MICE
FERIA	SITEV	ARGELIA	GENERAL
FERIA (ENVIO MATERIAL)	MATKA	FINLANDIA	GENERAL
FERIA	ALLTFORHALLSAN	SUECIA	SENIOR
FERIA	THE QUALITY TRAVEL FAIR VAGABOND	DINAMARCA	GENERAL
FERIA	JORNADAS DE CAMPING	HOLANDA	SENIOR
FERIA INSPECCION	WORLD TRAVEL SHOW	POLONIA	GENERAL
FERIA INSPECCION	FOCUS LONDON	REINO UNIDO	GENERAL
FERIA	SOLMAR	HOLANDA	GENERAL
FERIA	UTAZAS	HUNGRIA	GENERAL

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	5	928 horas de asistencia y 200 horas preparación
Personal con contrato de servicios	1	100 horas
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado
Personas jurídicas	

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Encuentros con el sector turístico en ferias dirigidas al sector profesional	Encuentros realizados	Aprox 200 encuentros
Difusión de información del destino al público objetivo final	Número de personas que acude al mostrador	Incalculable

ACTIVIDAD 4

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Jornadas profesionales, Congresos y encuentros con profesionales del sector Turístico
Tipo de actividad *	Propia
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	En Benidorm y países emisores en origen

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad prevista.

Participación en actuaciones con el sector profesional turístico, Jornadas, workshops y congresos para promocionar Benidorm y para estar informado sobre tendencias turísticas.

Asistencia a 35 eventos:

WORKSHOP	TRAVELMATCH	GENERAL	NORUEGA	GENERAL	
WORKSHOP	BLOGGERS UTD	GENERAL	BELGICA	GENERAL	
WORKSHOP	BLOG MEETING	GENERAL	POLONIA	GENERAL	
ROAD SHOW	ROAD SHOW LISBOA - COIMBRA - OPORTO	GENERAL	PORTUGAL	TODOS	
ROAD SHOW (Envío material)	OS ESPECIALISTAS	GENERAL	PORTUGAL	TODOS	
WORKSHOP	GLOBAL MICE DAY	MICE	BELGICA	MICE	
WORKSHOP	IMTJ - MEDICAL TRAVEL JOURNAL	SALUD	CROACIA	GENERAL	
Workshop	TMI	GENERAL	AZERBAYÁN	TODOS	
Workshop	TMI	GENERAL	Kazajstán	TODOS	
Workshop	WEDDING TOURISM MOSCOW	LUJO	RUSIA	TODOS	
WORKSHOP	TOURBUSINESS	GENERAL	Rusia	TODOS	
WORKSHOP	TTR BALTIC	GENERAL	Lituania	TODOS	
WORKSHOP	TTR BALTIC	GENERAL	Letonia	TODOS	
WORKSHOP	TTR BALTIC	GENERAL	Estonia	TODOS	
WORKSHOP	CIUDADES RUSIA POR DETERMINAR	GENERAL	RUSIA	TODOS	
WORKSHOP	MICE	GENERAL	RUSIA	TODOS	
WORKSHOP	MEDANTOR	MEDICINA	RUSIA	TODOS	
ROAD SHOW	SPAGNA 2017	GENERAL	ITALIA	GENERAL	

WORKSHOP	PRESENTACION OFERTA MICE	MICE	FRANCIA	MICE	
WORKSHOP	PURE MICE & EVENTS	MICE	FRANCIA	MICE	
WORKSHOP	MICE	GENERAL	HOLANDA	MICE	
WORKSHOP	CONVENTION BUREAU SUMMIT	MICE	POLONIA	GENERAL	
WORKSHOP	ITB BERLIN PINK CORNER	GENERAL	ALEMANIA	LGBT	
WORKSHOP	ENCUENTRO CON SECTOR ISLANDES	GENERAL	ISLANDIA	TODOS	
ROAD SHOW	DIA DE ESPAÑA	GENERAL	NORUEGA	TODOS	
WORKSHOP	TURISMO MEDICO-SANITARIO	SALUD	MULTIMERCADO	SALUD	
WORKSHOP	EUROPEAN CITY BREAKS	GENERAL	HOLANDA	GENERAL	
WORKSHOP	ENCUENTRO CON SECTOR HOLANDES	GENERAL	HOLANDA	GENERAL	
WORKSHOP	ENCUENTRO PREVIO DIA DE ESPAÑA	GENERAL	HOLANDA	GENERAL	
WORKSHOP	OUTGOING CRA COVIA	GENERAL	POLONIA	GENERAL	
WORKSHOP	OUTGOING KATOWICE	GENERAL	POLONIA	GENERAL	
WORKSHOP	DIA DE ESPAÑA PREVIO FERIA BUDAPEST	GENERAL	HUNGRIA	GENERAL	
WORKSHOP	TURISMO MEDICO-SANITARIO	SALUD	MULTIMERCADO	GENERAL	
WORKSHOP	BG PROMOCION DE TURISMO DE GOLF (ENV)	GOLF	BULGARIA	GOLF	
WORKSHOP	TORNEO DE GOLF CON TTOO Y PRENSA (EN	GOLF	AUSTRIA	GOLF	

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	5	280 asistencia 80 horas de preparación
Personal con contrato de servicios	1	80 horas/anuales (incluyendo asistencia y organización previa y seguimiento)
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado
Personas jurídicas	

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Conocer profesionales de primera mano	Encuentros B2B	Difícil estimación
Difusión de información sobre Benidorm	Entrega material en papel y digital	Difícil Estimación

ACTIVIDAD 5

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Acciones de co marketing (Marketing conjunto) junto con el sector profesional
Tipo de actividad *	Propio
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de	En países emisores en origen

la actividad	
--------------	--

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad.

Desarrollo de actividades promocionales en conjunto con varios entes turísticos con el fin de dar a conocer el destino al público final. Estas actividades se desarrollarán en los países emisores y el mercado nacional.

Se realizará un concurso de las propuestas internacionales en medios ajenos a los tt.oo, y en función de las propuestas se decidirá. Pricipalmente Reino Unido, Benelux, Escandinavia.

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona dedicada a la preparación, coordinación de actividades y aportación información junto con el TTOO	70 horas anuales.
Personal con contrato de servicios		
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado
Personas jurídicas	

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Con las campañas de co-marketing esperamos aumentar la difusión del destino y que esto derive en el aumento de visitantes durante la temporada.	Número de Ventas realizadas durante la campaña y comparativa con el año anterior durante el mismo periodo.	Esperamos aumento de las ventas de aproximadamente el 10% respecto al año anterior.

ACTIVIDAD 6

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Publicidad y publirreportajes dirigido al público final o al público profesional en varios soportes
Tipo de actividad *	Propio
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	En países emisores en origen

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad.

Desarrollo y negociación para varios soportes de publicidad, con publicidad en papel y digital y también a través de concursos para ganar estancias

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 coordinando la acción	200 horas
Personal con contrato de servicios	0	0
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado
Personas jurídicas	

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Publicidad en todo tipo de soportes: digital, escrito y Televisión, para la promoción del destino.	-Impactos televisivos. -Impresiones digitales. -Lectores/número de ejemplares vendidos.	Difícil estimación, pero se busca incrementar los impactos gracias a una mayor inversión en publicidad.

ACTIVIDAD 7

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Acciones de marketing dirigido al público final y atención al cliente
Tipo de actividad *	Propio
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	En países emisores

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad prevista.

- Contratación de un comercial para servicios en Rusia de coordinación, promoción y publicidad y relaciones con el sector profesional.
- Apoyo a eventos deportivos que tiene difusión en medios de comunicación y televisión, como el Campeonato salto base en Junio

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 coordinando la acción	80 horas
Personal con contrato de servicios	1 (en Rusia)	1700 horas anuales de servicios a tiempo completo
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado,
Personas jurídicas	

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
-Mejorar la comunicación en origen para promocionar el destino.	-Un mayor acercamiento al mercado ruso, prioritario en 2016.	Incremento en las reservas de visitantes rusos a Benidorm.

ACTIVIDAD 8

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Promoción a través de soportes propios pagina web, blog, RRSS , APP-Beacons y folletos merchandising.
Tipo de actividad *	Propio
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	En países emisores

* Indicar si se trata de una actividad propia o mercantil.

Descripción detallada de la actividad prevista.

<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de la página web visitbenidorm.es y actualización continúa. - Desarrollo de la APP, e implantación de la tecnología Beacon - Actualización de un blog para Benidorm - Campañas en RRSS - Difusión de documentos a traves de USB (Merchandising)
--

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	Una persona a tiempo completo así como un apoyo a tiempo parcial.	Una persona a tiempo completo 1720 horas anuales.
Personal con contrato de servicios		
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Indeterminado
Personas jurídicas	

D) Objetivos e indicadores de la realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Especial énfasis en la promoción del destino a través de los medios digitales y RRSS. Incremento de la reputación online	Incremento de interacciones en las RRSS y visitas a la página web.	-Incremento de un 30% en las visitas a nuestra página web y seguidores en nuestros perfiles sociales.

2.- PREVISIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS A EMPLEAR POR LA FUNDACIÓN

Gastos/Inversiones	Actividad 1	Actividad 2	Actividad 3	Actividad 4	Actividad 5	Actividad 6	Actividad 7	Actividad 8	Total Actividades	No imputados a las actividades*	TOTAL
Gastos por ayudas y otros											
a) Ayudas monetarias											
b) Ayudas no monetarias											
c) Gastos por colaboraciones y órganos de gobierno											
Variación de existencias de productos terminados y en curso											
Aprovisionamientos											
Gastos de personal	40.000 €	35.000 €	50.000 €	35.000 €	25.000 €	25.000 €	10.000 €	25.000 €	245.000 €	5.000 €	250.000 €
Otros gastos de explotación *	90.000 €	80.000 €	115.000 €	90.000 €	150.000 €	75.000 €	30.000 €	20.000 €	650.000 €	100.000 €	750.000 €
Amortización del Inmovilizado											
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado											
Gastos financieros											
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros											
Diferencias de cambio											
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos											
Impuestos sobre beneficios											
Subtotal gastos	130.000 €	115.000 €	165.000 €	125.000 €	175.000 €	100.000 €	40.000 €	45.000 €	895.000 €	105.000 €	1.000.000 €
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes Patrimonio Histórico)											
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico											
Cancelación deuda no comercial											
Subtotal inversiones											
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS											

* Otros gastos de explotación: Gestoría, suministros oficina, teléfono, mantenimiento sistemas ofimática, gastos de representación

* Gastos surgidos al realizar la actividad de promoción de la ciudad

3.- PREVISIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS A OBTENER POR LA FUNDACIÓN**3.1) Previsión de ingresos a obtener por la fundación.**

INGRESOS	Importe total
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio (Ingresos Fundacionales)	
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias	5.000€
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	
Subvenciones del sector público	90.000€
Aportaciones privadas	
Otros tipos de ingresos (Cuotas Patronos)	905.000€
TOTAL INGRESOS PREVISTOS	1.000.000€

3.2) Previsión de otros recursos económicos a obtener por la fundación.

OTROS RECURSOS	Importe total
Deudas contraídas	
Otras obligaciones financieras asumidas	
TOTAL OTROS RECURSOS PREVISTOS	