

PLAN DE ACTUACIÓN

FUNDACIÓN: FUNDACIÓN TURISMO DE BENIDORM DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Nº REGISTRO: 195A

EJERCICIO: 2016

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 30 viajes de familiarización de prensa, un total de 100 Medios de comunicación visitarán Benidorm.

ACCION	NOMBRE	PRODUCTO	PAIS	MES
Press Trip	TVE 2 - Para todos la 2	General	España	MARZO
Press Trip CEI	Televisión	General	Bielorrusia	MARZO
Blog Trip	Blog trip Viajar con Hijos (Zoom)	Familias	España	ABRIL
Press Trip	Prensa	General	Rusia	ABRIL
Blog Trip	Con los Niños en la Mochila	Familias	España	MAYO
Blog Trip	Youtubers	Gneral	España	MAYO
Press Trip	TV Radio Gaga	General	Belgica	MAYO
Press Trip	Seguridad Vital	Todos	España	MAYO
Press Trip	Descubre el otro Benidorm	General	España	MAYO
Press Trip	Tele 5 AR Turismo Ruso	General	España	MAYO
Press Trip	ABC	Chic	España	MAYO
Press Trip	A ver si no llueve	General	España	MAYO
Press Trip	Serie Youtube Aviation Links	LUJO	Israel	MAYO
Press trip	Discover Benidorm	Ocio	Polonia	MAYO
Press Trip Individual	Benidorm Chic	Chic	Suecia	MAYO

ACCION	NOMBRE	PRODUCTO	PAÍS	MES
Blog Trip	Ir con Niños - Benidorm4families	Familias	España	JUNIO
Blog Trip	Benidorm4families	Familias	UK	JUNIO
Blog Trip	Benidorm4families	Familias	Francia	JUNIO
Blog Trip	Benidorm4families	Familias	Italia	JUNIO
Press Trip	Benidorm Chic & Tasty	Chic	Belgica	JUNIO
Press Trip	Ciclismo	Deportes	Belgica	JUNIO
Press Trip	Benidorm Young	Ocio	Dinamarca	JUNIO
Press Trip	Puur & Kuur Wellness	Wellness	Holanda	JUNIO
Press Trip	Benidorm Chic & Tasty	Deportes	Holanda	JUNIO
Press trip	Ciclismo	Ciclismo	Holanda	JUNIO
Press Trip	Benidorm Young	Ocio	Suecia	JUNIO
Press Trip	TV Alemana	General	Alemania	JUNIO
Press Trip	Chanel 5 - Secret Spain -	General	Reino Unido	JUNIO
Press Trip	BBC Gales	General	Reino Unido	JUNIO
Press Trip	Press Trip Volotea	General	Francia	JUNIO

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	450 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

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 30 Viajes de familiarización, siendo la procedencia de los agentes de viajes:

NOMBRE	PRODUCTO	SEGMENTO	PAÍS	MES
Travel House Manages Confere	General	Todos	Reino Unido	MARZO
Jet 2 Call Centre Agents	General	Todos	Reino Unido	MARZO
Barrhead Travel	General	Todos	Reino Unido	MARZO
Alumnos Alemanes de Intercamb	General	Jovenes	Alemania	ABRIL
Tour&Kids	Familias	Familias	España	ABRIL
Viaje TTOO Aviation Links	GENERAL	Todos	Israel	ABRIL
Thomas Cook	General	Todos	Reino Unido	ABRIL
Jet 2 Call Centre Agents	General	Todos	Reino Unido	ABRIL
Viaje TTOO Filips Tours	General	Todos	Bulgaria	MAYO
Locatur - TTOO Franceses	General	Todos	Francia	MAYO
TTOO Hungria Budavar	General	Todos	Hungria	MAYO
Agencias de viajes Irlandesas	General	Todos	Irlanda	MAYO
Viaje de agentes VLC - ALC	General	Todos	Polonia	MAYO
Discover Benidorm	General	Todos	Portugal	MAYO
Turismo médico	Salud	Todos	Rusia	MAYO
Idriska	General	Todos	Ucrania	MAYO
Idriska	General	Todos	Ucrania	MAYO
Mercado islandes en CV y Balea	General	Todos	Islandia	JUNIO
TTOO Itaka	General	Todos	Polonia	JUNIO
Jet 2 Call Centre Agents	General	Todos	Reino Unido	JUNIO
Turismo médico	Salud	Todos	España	SEPTIEMBRE
Rutas ciclistas CV	Ciclismo	Todos	Dinamarca	OCTUBRE
Rutas ciclistas CV	Ciclismo	Todos	Noruega	OCTUBRE
Jet 2 Call Centre Agents	General	Todos	Reino Unido	NOVIEMBRE
Europlayas	General	Todos	España	PTE
Viaje MICE a Valencia agetes d	Deportes	Deportes	Reino Unido	PTE
Viaje TTOO deportes acuaticos	Deportes	Buceo	Reino Unido	PTE
Viaje TTOO especializados en se	Deportes	Senderismo	Reino Unido	PTE
Viaje TTOO especializados en ci	Deportes	Ciclismo	Reino Unido	PTE
TTOO Y AAVV	General	Todos	España	PTE

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	250 horas anuales acompañando a los grupos. 70 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 42 ferias turísticas programadas son:

NOMBRE	TIPO	PRODUCTO	SEGMENTO	LUGAR	PAÍS	MES
Velofollies	PUBLICO	Deportes	Ciclismo	Kortrijk	Belgica	ENERO
FITUR	PROFESIONAL Y PUBLICO	General	Todos	Madrid	España	ENERO
Vakantiebeurs	PROFESIONAL Y PUBLICO	General	Todos	Utrecht	Holanda	ENERO
Holiday World Show Dublin	PUBLICO	General	Todos	Dublin	Irlanda	ENERO
Siaha	PROFESIONAL Y PUBLICO	General	Todos	Orán	Argelia	FEBRERO
Salon des Vacances	PROFESIONAL Y PUBLICO	General	Todos	Bruselas	Belgica	FEBRERO
Fiets en Wandelbeurs	PUBLICO	Senderismo	Todos	Antwerp	Belgica	FEBRERO
Ferie for alle	PROFESIONAL Y PUBLICO	General	Todos	Herning	Dinamarca	FEBRERO
Dive Travel Show	PUBLICO Y PROFESIONAL	Deportes	Buceo	Madrid	España	FEBRERO
Navartur	PUBLICO	General	Todos	Pamplona	España	FEBRERO
Salon Tourisme Nantes	PUBLICO	General	Todos	Nantes	Francia	FEBRERO
Fiets en Wandelbeurs	PUBLICO	Deportes	Senderismo	Utrecht	Holanda	FEBRERO
BALTTOUR	PUBLICO y PROFESIONAL	General	Todos	Riga	Letonia	FEBRERO
Feria ITB	PROFESIONAL	General	Todos	Berlin	Alemania	MARZO
AITF	PUBLICO y PROFESIONAL	General	Todos	Bakú	Azerbaián	MARZO
Sevatur	PUBLICO	General	Todos	San Sebastian	España	MARZO
Map Pro + Destinations Nature	PUBLICO	General	Todos	París	Francia	MARZO
Feria Over 50+ Cork	PUBLICO	General	Senior	Cork	Irlanda	MARZO
Inturmarket	PUBLICO y PROFESIONAL	General	Todos	Moscú	Rusia	MARZO
MITT	PUBLICO y PROFESIONAL	General	Todos	Moscú	Rusia	MARZO
Go expo	PUBLICO	Deportes	Todos	Helsinki	Finlandia	MARZO
CondeNast	PROFESIONAL	lujo y MICE	Todos	Moscú	Rusia	MARZO
LEISURE Minsk	PROFESIONAL	General	Todos	Minsk	Bielorrusia	ABRIL
B Travel	PUBLICO	General	Todos	Barcelona	España	ABRIL
KITF	PUBLICO y PROFESIONAL	General	Todos	Almaty	Kazajstán	ABRIL
Mundo Abreu	PUBLICO	General	Todos	Lisboa	Portugal	ABRIL
EXPOVACACIONES	PUBLICO Y PROFESIONAL	General	Todos	Bilbao	España	MAYO
Aratur	PUBLICO	General	Todos	Zaragoza	España	MAYO
Feria 50+ Londres	PUBLICO	General	Senior	Londres	Reino Unido	JULIO
UNIBIKE 2016	PROFESIONAL Y PUBLICO	Deportes	Ciclismo	Madrid	España	SEPTIEMBRE
IFTM Top Resa	PROFESIONAL	General	Todos	París	Francia	SEPTIEMBRE
Otdykh	PUBLICO y PROFESIONAL	General	Todos	Moscú	Rusia	SEPTIEMBRE
Utrecht 50+	PUBLICO	General	Senior	Utrecht	Holanda	SEPTIEMBRE
Feria Over 50+ Dublin	PUBLICO	General	Senior	Dublin	Irlanda	OCTUBRE

DTS Birmingham	PUBLICO Y PROFESIONAL	Deportes	Todos	Birmingham	Reino Unido	OCTUBRE
TUR Stockholm	PUBLICO	General	Todos	Estocolmo	Suecia	OCTUBRE
Fira Tots els Sants Cocentaina	PUBLICO	General	Todos	Cocentaina	España	NOVIEMBRE
INTUR	PUBLICO	General	Todos	Valladolid	España	NOVIEMBRE
Feria IBTM	PROFESIONAL	MICE	MICE	Barcelona	España	NOVIEMBRE
Feria WTM	PROFESIONAL	General	Todos	Londres	Reino Unido	NOVIEMBRE
Feria 50+ Glasgow	PUBLICO	General	Senior	Glasgow	Reino Unido	NOVIEMBRE
Feria IBTM - LGBT	PROFESIONAL	General	LGBT	Berlin	Alemania	PTE

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	5	750 horas de asistencia y 150 horas preparación
Personal con contrato de servicios	2	80 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 160 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 eventos:

NOMBRE	PRODUCTO	LUGAR	PAÍS	MES
Voyage+ABS Minsk	General	Minsk	Bielorrusia	ENERO
Blog event Sound of C	General	Bruselas	Belgica	FEBRERO
Turismo Medico Forum TURMEI	Salud	Palma Mallorca	España	MARZO
Encuentro con TTOO y agente	General	Amsterdam	Holanda	MARZO
European City Breaks	General	Amsterdam	Holanda	MARZO
Outgoing Poland	General	Varsovia	Polonia	MARZO
Outgoing Poland	General	Poznan	Polonia	MARZO
Luxury Travel Mart	lujo	Moscú	Rusia	MARZO
TO Oblaka	General	Moscú	Rusia	MARZO
Tourbusiness	General	varias ciudades	Rusia	MARZO
Tourbusiness	General	Ereván	Armenia	ABRIL
Tourbusiness	General	Bakú	Azerbaiján	ABRIL
Tourbusiness	General	Minsk	Bielorrusia	ABRIL
Tourbusiness	General	Tbilisi	Georgia	ABRIL
Irish Travel Show	General	Dublin	Irlanda	ABRIL
Encuentro con TTOO y agente	General	Oslo	Noruega	ABRIL
Os especialistas (VT Operador)	General	Lisboa	Portugal	ABRIL
Tourbusiness	General	varias ciudades	Rusia	ABRIL
TTR Baltic	General	Tallin	Estonia	MAYO
TTR Baltic	General	Riga	Letonia	MAYO
TTR Baltic	General	Vilnius	Lituania	MAYO
TBEX - Travel blog exchange	General	Estocolmo	Suecia	JULIO
Encuentro TTOO Dia España e	General	Reikiavik	Islandia	OCTUBRE
Tourbusiness	General	Kaliningrado	Rusia	OCTUBRE
Tourbusiness	General	Tashkent	Uzbekistán	OCTUBRE
Tourbusiness	General	varias ciudades	Rusia	OCTUBRE
MedAntor	Medicina	Moscú	Rusia	NOVIEMBRE
MICE	MICE	París	Francia	PTE
MICE	General		Holanda	PTE
Benidorm en Islandia	General	Reikiavik	Islandia	PTE
Jornadas MICE	MICE	Londres	Reino Unido	PTE

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	5	250 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 la actividad	En países emisores en origen

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

Descripción detallada de la actividad.

<p>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.</p> <p>Reino Unido</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comarketing Jet2holidays -Comarketing Thomas Cook <p>Belgica</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comarketing Jetair <p>Holanda</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comarketing Thomas Cook <p>Ukrania</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comarketing ABS
--

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona dedicada a la	70 horas anuales.

	preparación, coordinación de actividades y aportación información junto con el TTOO	
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 publico 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

NOMBRE	TIPO	PAIS	MES
Girl Talk Magazine	General	UK	ENERO
Colores de España	General	Alemania	MARZO
Monarch Airlines	General	UK	MARZO
Holland & Barret	General	UK	MARZO
Healthy Living Magazine	General	UK	MARZO
Revista RES	General	Suecia	ABRIL
20 minutos	General	España	MAYO
Locatur	General	Francia	JUNIO

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	Programas de formación para profesionales
Tipo de actividad *	Propio
Identificación de la actividad por sectores	
Lugar de desarrollo de la actividad	En países emisores en origen de forma online

Descripción detallada de la actividad prevista.

--Campana Formación OTT para TT.OO. y AAVV

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 coordinando la acción	20 horas
Personal con contrato de servicios		
Personal voluntario		

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

Tipo	Número
	Previsto
Personas físicas	Se prevé formar a más de 2000 agentes.
Personas jurídicas	

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

Objetivo	Indicador	Cuantificación
Formar a agentes británicos través de OTT.	Número de participantes	Alcanzar más de 2000 en 12 meses.

ACTIVIDAD 8

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 9

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. - Creación de un APP, e implantación de la tecnología Beacon - Actualización de un blog para Benidorm - Campañas en RRSS - Difusión de documentos a través 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	Actividad 9	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 de fabricación												
Aprovisionamientos												
Gastos de personal	11000€	12000€	22.000€	21.000€	18.000€	30.000€	4.000€	34.000€	18.000€	170.000€	10.000€	180.000€
Otros gastos de explotación *	70.000€	62.000€	70.000€	45.000€	120.000€	220.000€	18.000€	30.000€	35.000€	670.000€	50.000€	555.997€
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 financieros												
Impuestos sobre beneficios												
Subtotal gastos												
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes Patrimonio)												

Histórico)												
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico												
Cancelación deuda no comercial												
Subtotal inversiones												
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS												900.000€

* 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)	805.000€
TOTAL INGRESOS PREVISTOS	900.000€

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	