

# PLAN DE ACTUACIÓN

**FUNDACIÓN:** FUNDACIÓN TURISMO DE BENIDORM DE LA COMUNITAT VALENCIANA

**Nº REGISTRO:** 195A

**EJERCICIO:** 2013

## 1.- ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN

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

## A) Identificación.

Denominación de la actividad	<b>Viajes de familiarización de medios de comunicación (PRESS trip) y contratación de empresas de RRPP para dar apoyo con los medios de comunicación</b>
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.

Están previstos 7 viajes de familiarización de prensa, un total de 45 Medios de comunicación visitarán Benidorm el próximo año.

Procedente Reino Unido 3 grupos con un total de 11 medios  
Procedente de Bélgica 1 grupo con 6 medios de comunicación.  
Procedente de Holanda 1 grupo con 3 medios de comunicación.  
Procedente de Dinamarca, 1 medio de comunicación.  
Procedente de Rusia, 1 grupo de 24 medios de comunicación.

Procedente de Polonia, una productora de TV "Swiatowiec".  
Procedente de Bielorusia medio de Televisión Nacional  
Procedente de Rusia, producto de Televisión sobre gastronomía

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 y Holanda.

## B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	302 horas acompañando a los grupos. 110 horas de preparación de las actividades 220 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 85% 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.**

<p>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.</p> <p>Se han previsto 4 Viajes de familiarización.</p> <p>Procedente de Irlanda, 1 grupo  Procedente de Polonia, 1 grupo  Procedente de Rusia, 2 grupos</p>
---

**B) Recursos humanos empleados en la actividad.**

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	200 horas anuales acompañando a los grupos. 60 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.**

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 ferias turísticas programadas siendo:

PU= Publico PR= Profesionales PP= publico/profesional

FITUR, Madrid (España) 29/01 – 03/02 (PP)

Salon de Vacances, Bruselas (Bélgica) 31 Enero – 4 Febrero (PU)

Intour Market, Moscú (Rusia) 15-19 Marzo (PP)

MITT, Moscú (Rusia) 20 – 23 mar (PP)

Mundo Abreu, Lisboa (Portugal) 6 – 7 Abril (PU)

Aratur, Zaragoza (España) 31/5 – 2/6 (PU)

50 Plus, Utrecht (Holanda) 17-21 Septiembre (PU)

Inwetex CIS Travel market, San Petersburgo (Rusia) 10 – 12 octubre (PP)

Tour Salon, Poznan (Polonia) 17 – 19 oct (PP)

World Travel Market, Londres (Reino Unido) 4 – 7 noviembre (PR)

#### B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	2	550 horas de asistencia y 65 horas preparación
Personal con contrato de servicios	5	200 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 70 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.

<p>Participación en actuaciones con el sector profesional turístico, Jornadas, workshops y congresos para promocionar Benidorm y para estar informado sobre tendencias turísticas.</p> <p>Previsión de asistencia a eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Asistencia a jornadas profesionales sobre cruceros en Alicante Febrero</li> <li>- Desayuno y presentación a 70 agentes de Natalie Tours en Moscú</li> <li>-Organización Jornadas de Booking.com en Benidorm ,abril</li> <li>- Workshop en Glasgow (Reino Unido), mayo</li> <li>- Participación en congreso consorcio Co-op Travel agencias de viaje de Reino Unido (en Benidorm), septiembre.</li> <li>-Workshop con prensa en Ámsterdam, Octubre.</li> <li>-Jornadas en Amberes, Bruselas Noviembre.</li> <li>-Jornadas de Turismo Medico, Antor en Moscú, Noviembre.</li> <li>-Asistencia a congreso "Think Tank" Barcelona, encuentro de organismos turísticos europeos para compartir ideas sobre la promoción digital, noviembre</li> <li>-Asistencia y participación en las jornadas profesionales y workshop del TTOO ABS en Minsk (Bielorrusia)</li> <li>-Participación 2 workshops en Rusia en Kazán y Samara, Marzo</li> <li>-Participación 2 workshops en Azerbaiyán y Kazakstán en Bakú y Almaty en abril</li> </ul>
---

#### B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	4	300 asistencia 40 horas de preparación
Personal con contrato de servicios	1	60 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 prevista.

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.

- 2 Campañas en Reino Unido con el TTOO Jet2 holidays en autobuses, mailing y envíos a domicilio, así como newsletters digitales.
- Publicidad digital a través de banners en los medios de TUI (Reino Unido) e inclusión en newsletters digitales enviadas a los suscriptores del TTOO.
- Campaña digital con banners y mailing directo con la empresa de británica, Hotels4u.
- Campaña promocional basada en un mailing exclusivo dirigido a los suscriptores de Travel Republic, campaña en RRSS (Facebook, blog y Twitter) y publicidad mediante banners publicitarias digitales.
- Campaña de un mailing postal a domicilio con el TTOO, David Urquhart sky travel (Reino Unido).
- Campaña promocional en las diferentes agencias del TTOO Global Travel
- Campaña con GTOC (Consortio de golf)
- Colaboración con Ryanair mediante difusión de material publicitario en un acto de street marketing de Ryanair en Manchester.
- Campaña de publicidad digital con el TTOO Natalie Tours (Rusia).
- Campaña co marketing con Ryanair a través de publicidad en medios externos digitales en Suecia.
- Mini campaña en radio en Polonia con Ryanair.

### B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona dedicada a la	80 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 publrreportajes 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 prevista.**

<p>Desarrollo y negociación para varios soportes de publicidad, con publicidad en papel y digital y también a través de concursos para ganar estancias</p> <p>Publicidad en revista de líneas aéreas:          -Jet2 airlines y Monarch airlines          -Publicidad en cadena de gimnasios DW Fitness Clubs en Reino Unido.          -Promoción durante un mes en la tienda de moda "Bank Fashion" en Reino Unido.          -Campaña digital en el medio de comunicación Daily Mail (Reino Unido) online durante 2 meses.</p>
---

- Campaña digital ubicada en el medio de comunicación "Pink News" durante 6 meses.
- Campaña digital en UK con banners durante 3 meses.
- Doble página de publicidad en el folleto de venta del TTOO Natalie Tours (Rusia)
- Doble página de publicidad en el folleto de venta del TTOO Vremia Tours (Rusia)
- Publicidad a través de noticias en la revista profesional rusa "Tour Business"
- Media página publicidad en la revista Rusa TTG en abril.
- Publireportaje en la revista temática de salud de Tour business.
- Página de publicidad en la página del catálogo de Turismo Medico Medantor de Moscú.
- Publicad en 2 ediciones de la revista rusa "Lisa", revista dirigida a mujeres, de distribución nacional a través de un concurso.
- Publicidad en Metro Madrid.
- Apoyo logístico para el reportaje de modelos de la revista ELLE.
- Promoción en mupis y monopostes con la empresa Impursa en varias ciudades nacionales.
- Publicidad de 2 medias paginas en el periódico de 20 minutos Madrid en la campaña de semana santa.
- Especial guía de Benidorm de 55 páginas que se distribuye en Junio con el periódico 20 minutos.
- Promoción en la cadena nacional Telecinco con publicidad a través de un concurso durante una semana en 3 programas.
- Publicidad anual a través del a confección de una guía de destino digital en "Arrival Guides"
- Campaña de publicidad en Euronews (Reino Unido) durante 10 semanas.

#### 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	1 (en Rusia)	50 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
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 en relación con 2012 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.

-Preparación de un curso de formación digital para colgar en I web de a empresa OTT Travel training en Reino Unido, válido para todo el año y participan minoristas.  
- Visita al call centre en Leeds del TTOO Jet2 Holidays para formar grupos de personal de ventas.  
- Creación de una masterclass sobre Benidorm en Rusia.  
- Formación de profesionales con Tourdom training en Rusia durante 1 mes.

#### B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 coordinando la acción	100 horas
Personal con contrato de servicios	1 (en Rusia)	50 horas
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 a través de OTT. Formar agentes en Rusia a través de empresas turísticas del sector ruso.	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.

<ul style="list-style-type: none"><li>- Contratación de una persona para atender una línea telefónica, un servicio de atención al cliente en ruso y al sector turístico benidormense durante 6 meses.</li><li>- Contratación de un comercial para servicios en Rusia de coordinación, promoción y publicidad y relaciones con el sector profesional.</li><li>- Apoyo a eventos deportivos que tiene difusión en medios de comunicación y televisión, como el Campeonato salto base en Junio y el 1º maratón subacuático de Benidorm.</li></ul>
--

### B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 coordinando la acción	100 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
-Subsanar las dificultades de los visitantes rusos con el idioma en el destino.	- Llamadas recibidas por la línea de atención al cliente ruso.	Incremento en las reservas de visitantes rusos a Benidorm.
-Mejorar la comunicación en origen para promocionar el destino.	-Un mayor acercamiento al mercado ruso, prioritario en 2013.	

### ACTIVIDAD 9

#### A) Identificación.

Denominación de la actividad	Promoción a través de soportes propios pagina web, blog, RRSS y folletos y 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"><li>- Desarrollo de la página web visitbenidorm.es y actualización continúa.</li><li>- Traducción en 3 idiomas adicionales, portugués, holandés y francés</li><li>- Creación de un blog para Benidorm</li><li>- Campañas en RRSS</li><li>- Creación de nuevo folleto turismo sanitario</li><li>- Difusión de documentos a través de USB (Merchandising)</li></ul>
---

#### 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. Apoyo 132 horas.
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**

<b>Gastos/Inversiones</b>	<b>Actividad 1</b>	<b>Actividad 2</b>	<b>Actividad 3</b>	<b>Actividad 4</b>	<b>Actividad 5</b>	<b>Actividad 6</b>	<b>Actividad 7</b>	<b>Actividad 8</b>	<b>Actividad 9</b>	<b>Total Actividades</b>	<b>No imputados a las actividades*</b>	<b>TOTAL</b>
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	7.500€	3500€	8.000€	9.000€	1.000€	3.000€	2.000€	30.000€	30.000€	94.000€	10.000€	98.575€
Otros gastos de explotación *	13.000€	8.000€	20.000€	30.000€	50.500€	130.325€	17.500€	18.000€	35.000€	322.325€	20.000€	342.325€
Amortización del Inmovilizado												
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado												
Gastos financieros											2000€	2000€
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros												
Diferencias de cambio												
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros												
Impuestos sobre beneficios												
<b>Subtotal gastos</b>												
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes Patrimonio)												

Histórico)												
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico												
Cancelación deuda no comercial												
<b>Subtotal inversiones</b>												
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>												<b>442.900€</b>

\* 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.

<b>INGRESOS</b>	<b>Importe total</b>
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio (Ingresos Fundacionales)	200.000€
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias	
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	
Subvenciones del sector público	60.000€
Aportaciones privadas	
Otros tipos de ingresos (Cuotas Patronos)	180.000€
<b>TOTAL INGRESOS PREVISTOS</b>	<b>440.000€</b>

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

<b>OTROS RECURSOS</b>	<b>Importe total</b>
Deudas contraídas	
Otras obligaciones financieras asumidas	
<b>TOTAL OTROS RECURSOS PREVISTOS</b>	