

PLAN DE ACTUACIÓN

FUNDACIÓN: FUNDACIÓN TURISMO DE BENIDORM DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Nº REGISTRO: 195A

EJERCICIO: 2014

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 (PRESS 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 realizado 6 viajes de familiarización de prensa, un total de 30 Medios de comunicación han visitado Benidorm.

Reino Unido, Bélgica, Holanda, Suecia, Dinamarca, Rusia e Islandia han sido los países a los cuales pertenecían los medios de comunicación, consiguiendo un total de 95 artículos de prensa online y offline.

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 y Escandinavia. Enviándose 12 notas de prensa internaciones.

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	300 horas acompañando a los grupos. 150 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.

<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 15 Viajes de familiarización, siendo la procedencia de los agentes de viajes: En Reino Unido, TT.OO. Jet2 holidays Holanada, varios TT.OO. de Turismo deportivo En Rusia, varias acciones realizadas con Coral Tours, el receptivo Terramar Tours, Amigo S, Labirint. En Bielorusia los TT.OO. ABS y Top Tour Israel , Aviation Link Rumania, Paralela 45 Portula, Armater Polonia China</p>

Tipo	Número	Nº horas/año
------	--------	--------------

	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 persona por grupo	240 horas anuales acompañando a los grupos. 80 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 ferias turísticas programadas siendo:

Feria	Fecha	Técnico Asistente a la Feria
Vakantiebeurs (Utrecht, Holanda)	14-19 Enero	Carola Valls
Fitur (Madrid)	22 - 26 Enero	Carola Valls Inmaculada Molina
Salon Festivitas (Mulhouse, Francia)	7 – 9 Febrero	Carola Valls
Salón de Vacances (Bruselas, Bélgica)	6 – 10 Febrero	David Bonet
Mahana, (Toulouse, Francia)	21 – 23 Febrero	Carola Valls
Intour Market (Moscú) (Con Patronato Costa Blanca)	15-18 Marzo	Katerina Filistina
Mitt (Moscú, Rusia)	19 - 22 Marzo	Katerina Filistina
TUR (Gotemburgo, Suecia)	20 – 23 Marzo	Carola Valls
Siaha (Orán, Argelia)	3-5 Abril	Lucho Pérez
Mundo Abreu (Lisboa, Portugal)	5-6 Abril	Inmaculada Molina
Expo vacaciones (Bilbao)	9-11 Mayo	Inmaculada Molina
50 Plus Beurs (Utrecht, Holanda)	16-20 Septiembre	Carola Valls
Stockholm Travel show	23 – 25 Octubre	Carola Valls
Cocentina	31-oct 1-nov	David Bonet
World Travel market (Londres, UK)	3 – 6 Noviembre	Leire Bilbao

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	4	600 horas de asistencia y 150 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 80 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: Jornada Monitor Mercado Británico (CDT Valencia) Workshops Rusia Presentación TT.OO. Amigo S en Moscú Workshop TT.OO. Versa en San Petersburgo Roadshow de Natalie Tours por Rusia Antor International Medial & Spa travel workshop
--

Meeting Planners Rusia
 Digital Toursim Innovation Barcelona
 Jornada de Monitor Mercado Polaco

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	4	300 asistencia 80 horas de preparación
Personal con contrato de servicios	1	100 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.

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.

Reino Unido

-Comarketing OTA Travel Republic

-Comarketing Jet2holidays

-Comarketing Thomas Cook – Hotels 4U
 -Comarketing con Low Cost
 -Comarketing con TT.OO. David Urquhart Sky Travel
 Belgica
 -Cobranding Verkeersbureaus.info
 -Street marketing en Aperos Urbains en Bruselas
 Rusia
 -Publicidad Catalogo TT.OO. Vremia Tours
 -Publicidad Catalogo TT.OO. Natalie Tours
 -Publicidad con Tourbusiness

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	200 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 publisreportajes 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

Publicidad en revista de líneas aéreas:

- Reino Unido

- National Geographic Traveller
- Publicidad Sky Sports, Rugby Super League
- Publicidad TV Holidays & Cruise Channel
- Publicidad Taxis
- Concurso Specsavers
- Concurso Very Co UK
- Publicidad "The Festival Guide"
- Publicidad en Revista "Taste so Good"
- Campaña publicidad digital
- Publicidad en el periódico Daily Mirror y suplemento Holidays & Getaways
- Colaboración Good Morning Britain
- Campaña en el Centro Comercial Gracechurch Centre, Sutton Coldfield
- Concursos revistas dominicales del Daily Mirror
- Campaña promocional con Easyjet

Belgica

- Concurso revista karaat
- Concurso portal Newsmonkey
- Publicidad en TTG Rusia
- Publicidad Revista Voyage
- Publireportaje Revista Descansa

España

- Publicidad periódico 20 minutos
- Guía 20 minutos de Benidorm en Madrid
- Concursos en Tele5 Salvame
- Campaña Video Email Marketing
- Campaña Mupis exterior Impursa
- Campaña Metro Madrid
- Street Marketing en Madrid
- Autocares Madrid
- Publicidad Guía de Ocio Madrid

B) Recursos humanos empleados en la actividad.

Tipo	Número	Nº horas/año
	Previsto	Previsto
Personal asalariado	1 coordinando la acción	300 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 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 una persona para atender una línea telefónica, un servicio de atención al cliente en ruso y al sector turístico benidormense durante 6 meses.
- 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	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"> - Desarrollo de la página web visitbenidorm.es y actualización continúa. - 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. 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

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	7.632€	3500€	8.000€	9.000€	9.000€	20.000€	2.000€	30.000€	30.000€	118.132€	10.000€	128.132€
Otros gastos de explotación *	28.000€	28.000€	25.000€	35.000€	30.500€	2023118€	80.500€	35.000€	35.000€	509.318 €	20.000€	529.318€
Amortización del Inmovilizado												
Deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado												
Gastos financieros											2677€	2677€
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												650127€

* 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)	368.000€
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)	222.127€
TOTAL INGRESOS PREVISTOS	650.127,03€

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	