

**PRESUPUESTO APLICACIÓN DE FONDOS FTP365 2020**

<b>Cta Resultados</b>	<b>Concepto</b>	<b>Ppto gastos 2020</b>
Aprovisionamiento	<i>Promoción destino Palma (1)</i>	168.986,39 €
Aprovisionamiento	<i>Material Info turistica</i>	17.557,35 €
Aprovisionamiento	<i>Gastos ferias y eventos</i>	34.490,00 €
Aprovisionamiento	<i>RR PP Alemania</i>	48.400,00 €
Aprovisionamiento	<i>RR PP Reino Unido</i>	48.400,00 €
Aprovisionamiento	<i>RR PP España</i>	48.400,00 €
Aprovisionamiento	<i>OITs</i>	266.076,04 €
Gastos de personal	<i>Salarios</i>	357.927,15 €
Gastos de personal	<i>SS</i>	99.358,92 €
Gastos de personal	<i>Serv Prev Ajeno</i>	1.500,00 €
Otros gastos de la actividad	<i>Gastos generales</i>	36.006,96 €
Amoritzación	<i>Amortización</i>	36.472,91 €
<b>Total gastos</b>		<b>1.163.575,72 €</b>

**PRESUPUESTO RECURSOS FTPM365 2020**

	<b>Ppto 2020</b>
Aportación dineraria Ayto Palma	935.000,00 €
Aportación dineraria resto patronos (19 x 3.000,00 €)	57.000,00 €
Subvenciones explotacion (CBAT 2017 canal offline)	34.015,23 €
Subvenciones explotacion (CBAT 2018 mejora oferta ptos turisticos)	70.066,40 €
Subvenciones capital (CBAT 2017 web)	8.494,09 €
Ingresos mercantiles, vtas OIT	59.000,00 €
Fundación Mallorca (Consell de Mallorca)	0,00 €
<b>Total ingresos</b>	<b>1.163.575,72 €</b>

<b>Total gastos</b>	<b>1.163.575,72 €</b>
<b>Total ingresos</b>	<b>1.163.575,72 €</b>
<b>Resultado</b>	<b>0,00 €</b>

(1) La partida de gasto incluye

Visitas guiadas:	7.400,00 €
CBAT 2017 canal offline:	53.148,80 €
CBAT 2018 Mejora oferta ptos turisticos:	87.582,00 €
Promoción turística:	20.654,59 €

## FTP365 – PLAN 2020 – ÁREAS DE TRABAJO

### 1. **INNOVACIÓN, APLICADA A LA GESTIÓN DEL ÉXITO TURÍSTICO – PALMA UN DESTINO SOSTENIBLE**

- a. PORTAL TURÍSTICO VISITPALMA.COM: Impulso definitivo e implantación del portal de promoción turística que aúne nuevas formas de promoción, comercialización y comunicación del destino.
- b. APP WELCOME PALMA: La consolidación del proyecto iniciado con la Autoridad Portuaria en el marco de la Red Smat Wifi Palma es muy importante en el desarrollo de nuevos canales de comunicación tales como "Chatbots" de destino y asistentes virtuales que mejoren la experiencia del usuario en el destino.
- c. CÁTEDRA UIB: El desarrollo de una Cátedra de innovación conjunta entre el Ayuntamiento de Palma a través de la Fundación 365 y la Universidad de Las Islas Baleares es una de las apuestas por la innovación y la transferencia del conocimiento. Los objetivos principales de esta Cátedra pasarían por:
  - i. **Informes Business Inteligente "BI" y pilotos Big Data del destino:** Las capacidades de monitorización de la red Smart Wifi Palma y Playa de Palma pueden proporcionar una cantidad ingente de datos que adecuadamente explotado, contribuirán significativamente a la inteligencia del destino y del territorio, es decir, a que el destino tenga una información de calidad sobre sus visitantes, sobre su movilidad en el destino, sobre sus necesidades y sobre cómo satisfacerlas. Hacer análisis de datos y predicciones según los datos almacenados. Configuración de sistemas predictivos y políticas proactivas. Permitir encontrar patrones de comportamiento de los acontecimientos y movilidad del destino.
  - ii. **Innovar en la publicación de mapas turísticos:** En el Marco de la futura Infraestructura de Datos Espaciales (IDE) del Ayuntamiento de Palma, que se iniciará a principios de 2020 se plantea ofrecer un entorno de explotación de la información geo-referenciada de la ciudad para la mejora de la información turística.
  - iii. **Desarrollo de la Inteligencia Artificial** de destino a través de Chatbots y nuevas herramientas para la interacción directa con ciudadanos y turistas
  - iv. **Investigación en Nuevos Cuadros de Mandos DTI:** Aumentar la información estratégica. Desarrollo de nuevos Cuadros de Mandos del Destino Turístico Inteligente. Recopilación de indicadores clave del destino y de gestión y explotación con información turística de diferente naturaleza y origen y en tiempo real.
  - v. **Promover el desarrollo de emprendedores y desarrolladores locales:** Dinamización del tejido empresarial y apoyo a los emprendedores locales mediante la creación de ecosistemas de innovación. Jornadas, Hackatones, etc... Exponer datos y capacidades a desarrolladores para facilitar la creación de un ecosistema del Destino Turístico Inteligente (DTI) que cree un valor adicional para el ciudadano, empresas y turistas.
- d. SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA: La señalización turística con nuevos diseños y formatos forma parte de las estrategias de innovación de los destinos. Asegurar la adaptación de la señalización turística de la ciudad a nuevas formas de moverse y consumir la información es sin duda garantizar el éxito del conocimiento y la movilidad del turista en el destino.
- e. OBSERVATORIO TURÍSTICO: Dentro del marco de la OMT, poner en marcha un observatorio turístico y unirnos a la red de Observatorios Mundiales del Turismo Sostenible (**International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO)**). En España, solo Navarra forma parte de esta red. Muchos de los proyectos enumerados más arriba, encajan con los objetivos que se persiguen desde la OMT para desarrollar estos observatorios.
- f. EVENTO INTERNACIONAL ASOCIADO A INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD: Ejemplos,

- i. World Travel and Tourism Council, Regional Meeting 2020
- ii. UNWTO Global Summit on Urban Tourism 2020
- iii. UNWTO World Tourism Conference 2020
- iv. Otros: Hablar con Smartoffice, Segittur, Tutistec, etc.

## **2. DESTINO PALMA**

- a. Promoción
  - i. Mercados emisores principales: Alemania, UK, España
  - ii. Mercados emisores con potencial: Francia, Suiza, Dinamarca, Noruega y Suecia
  - iii. Mercados largo radio: EE. UU. (costa este)
- b. Dinamización
  - i. Apoyo con la difusión y promoción de eventos privados de interés turístico
  - ii. Apoyo logístico a eventos de otras áreas del ayuntamiento con potencial de ser eventos de interés turístico.

## **3. DESTINO PLAYA DE PALMA**

- a. Promoción
  - i. Mercados emisores principales: Alemania y España
  - ii. Mercados emisores con potencial: UK y Holanda
- b. Dinamización
  - i. Apoyo con la difusión y promoción de eventos privados de Palma Beach u otras empresas, P.ej. HM Beach Games, Challenge de Ciclismo, etc.
  - ii. Organización y puesta en marcha de un evento propio asociado a playa en invierno. Posibilidad de recuperar el Mallorca Surf Action, moviéndolo a temporada media/baja.
- c. Mejoras en destino
  - i. En coordinación con sector público y privado, campañas de comunicación para dar a conocerlas.

## **4. MICE**

- a. Puesta en marcha CB mixto (MCB+CIM+AETIB+FTP365)
- b. Potenciar relación con SCB: optar a organizar más jornadas asociativas, Fam Trips, asistir a reuniones periódicas como destino.
- c. Coordinar con Meliá la posibilidad/necesidad de formar parte de ICCA, MPI, otros.
- d. Actividad promocional recurrente tanto en mercado emisor como en destino, apoyando a los congresos que se organizan en Palma.