

---

***Pla d'Actuació Fundació Mallorca Turisme  
2018***

---

- 1. Introducció**
- 2. Situació actual**
- 3. Línies estratègiques, objectius i accions per a la promoció sostenible de Mallorca 2018**
- 4. Pressupost 2018**
- 5. Medició i seguiment**

## 1. Introducció i accions del 2017

La Fundació Mallorca Turisme (FMT) és una entitat sense ànim de lucre, que forma part del sector públic insular, el patrimoni de la qual es troba afectat a finalitats d'interès general.

La FMT es regeix per la Llei 50/2002, de 26 de desembre, de fundacions; pel Reial decret 1337/2005, d'11 de novembre, pel qual s'aprova el Reglament de fundacions de competència estatal; per les altres disposicions legals vigents; per la voluntat de les persones fundadores manifestada en els Estatuts, i per les normes i les disposicions que el Patronat estableixi per interpretar-los i desplegar-los.

La FMT se subjecta a l'ordenament civil, mercantil, laboral, fiscal i administratiu que, per raó de la matèria i l'especialitat, li és aplicable en cada situació o relació jurídica.

D'acord amb els seus estatuts, la finalitat de la Fundació és fomentar la promoció turística de Mallorca en el mercats nacional i internacional, juntament amb la creació de producte turístic, la gestió dels serveis turístics en general, i qualsevol altra activitat amb l'objectiu de promoure el turisme de l'illa.

Per desenvolupar l'objecte fundacional, la Fundació du a terme, entre d'altres, les activitats següents:

- Organitzar activitats promocionals en l'àmbit de l'illa, de la comunitat autònoma de les Illes Balears, de l'Estat o internacional.
- Coordinar les actuacions de promoció turística amb els altres organismes públics de promoció turística.
- Facilitar els mitjans necessaris per possibilitar la competitivitat en els mercats exteriors als professionals del sector turístic mallorquí.
- Donar suport i promoure la comunicació i la col·laboració entre tots els agents del sector turístic de Mallorca
- Facilitar al sector turístic que pugui ser present en fires i mercats internacionals.
- Gestionar els serveis turístics de Mallorca.

- Promoure i promocionar productes turístics, amb especial atenció al producte cultural i dins d'aquest el cinema amb la Mallorca Film Commission.

La Fundació va ser creada a finals de l'any 2008 i la seva activitat real no va començar fins al setembre de 2009. Des de la incorporació d'una directora, les tasques principals varen ser posar en marxa la Fundació i el dia a dia de la mateixa, i preparar i consensuar amb la Junta Directiva el pressupost i pla d'acció.

El 18 de setembre de 2012, el Patronat de la FMT va aprovar, per unanimitat, iniciar les actuacions per extingir-la i liquidar-la. Els darrers anys, el Patronat es va reunir únicament per liquidar el deute de la FMT. I, en data de 13 de novembre de 2015, va decidir reactivar la FMT, contractar personal i recuperar el projecte de la Mallorca Film Commission, amb l'objectiu de posicionar Mallorca als mercats internacionals mitjançant una Fundació eficient, activa i protagonista.

Finalment, el 2017 es marca com a objectiu augmentar les vendes en temporada mitjana i baixa i promoure productes i experiències que ens diferenciïn, creant valor i millorant la rendibilitat de la indústria, fent de Mallorca un destí turístic per a tot l'any.

Per això, durant el 2017 s'han dut a terme les accions de promoció següents:

Nom Acció	Producte	Tipus Acció
Atlantida Film Festival	CU	PA
Mallorca Golf Island	ES	PA
Evolution Film Fest	CU	PA
Think up Culture	CU	PA
Festival de Cannes	CU	FE
Fundació Calvià 2004	ES	CC
Musical Cenicienta	CU	PA
Artà Beer Fest	IDENT	PA
Mallorca 312	ES	PA
Challenge Ciclista	ES	PA
Rally Alberto Segui	ES	PA
Documental I Love Wine	IDENT	PA
Festival de Jazz Sa pobla	CU	CC
Fide grand prix escacs	ES	PA
Esdeveniment cultural Betlems	CU	PA
Long Course Weekend	ES	PA
Eric Pommer	CU	PA
Festival curmetratges, el dia més curt	CU	PA
Mallorca Classic Week	ES	PA
Fundació Palma 365	GRAL	CC
Mallorca fashion Week	LUX	PA
Comic Nostrum	CU	FE
World Travel Market	GRAL	FE
FITUR	GRAL	FE
Berlinale	CU	FE
Focus London	CU	FE
ITB	GRAL	FE
FAMTRIP CINE	CU	FA
Insercions Publicitàries	GRAL	CO
Membres Associacions Film Commission	SEC	SEC
Mallorca In Winter	GRAL	PA
Presentació Video 360 serra Tramuntana	NAT	CO
Homenatge Guy Hamilton	CU	AF
Jornades green shooting	CU	AF
Película Tramuntana	CU	PA
Med Stone congress	NAT	PA
Federació Hotelera	CU	AF
Finestreta unificada Gestió de rodatges	CU	AF
Adquisició imatges	CU	AF
Ciclo de Cine itinerante Gas Natural Fenosa (pregoya)	CU	CC

## 2.Situació actual

D'acord amb la disposició addicional cinquena de l'Estatut d'Autonomia de les Illes Balears, per traspasar les funcions i els serveis inherents a les competències atribuïdes com a pròpies als consells insulars, s'ha de crear una comissió mixta de transferències Govern-consells insulars.

Mitjançant el Decret 45/2015, de 22 de maig, es varen traspasar al Consell Insular d'Eivissa les funcions i els serveis inherents a les competències pròpies d'aquesta institució insular en matèria de promoció turística.

Per l'establert anteriorment, el Govern de les Illes Balears, conjuntament amb el Consell de Mallorca i la resta de consells, va considerar que és el moment de fer efectiu el traspàs de les funcions i els serveis en matèria de promoció turística, per homogeneïtzar les competències abans esmentades entre les institucions insulars.

El Consell de Govern de les Illes Balears de dia 20 d'octubre de 2017, va aprovar, entre d'altres, el traspàs als consells de Mallorca, Menorca i Formentera els serveis inherents a les competències pròpies dels consells que actualment exerceix l'Administració de la comunitat en matèria de promoció turística.

La quantia aprovada per a Mallorca és de 2.770.971 € en concepte de quota variable i 675.000 € en concepte de quota fixa. A més, de manera addicional, s'ha previst una aportació de 1.018.464 € per a l'any 2018. Per tant, el finançament de la promoció turística de Mallorca per a l'any vivent ascendeix a un total de 3.445.971 €.

El Consell de Mallorca va crear la Fundació Mallorca Turisme, entitat que forma part del sector públic insular, per fomentar la promoció turística de Mallorca en els mercats nacionals i internacional, juntament amb la creació de producte turístic, la gestió dels serveis turístics en general i qualsevol altra activitat amb l'objectiu de promoure el turisme a Mallorca.

Havent arribat a aquest punt és el moment de reflexionar i pensar si la Fundació és l'instrument jurídic adequat per assumir les funcions i els serveis en matèria de promoció turística. És, per tant, l'any 2018, el moment de pensar l'estructura i

l'organització més adient per gestionar la promoció turística de Mallorca al llarg del anys. Hem d'aprofundir amb una estructura i organització que compti amb tots els sectors involucrats amb el turisme i l'eina que ha de treballar a favor de la societat mallorquina per posicionar la nostra illa en un turisme sostenible de qualitat, competitiu i capaç de generar benestar social.

Ens trobam davant un repte molt ambiciós i necessari per al futur model turístic de Mallorca. És el moment de plantejar-nos on anam i com volem arribar a la meta d'aquest repte que se'ns presenta i quina serà l'eina jurídica més adequada per aconseguir les finalitats que ens proposam.

La FMT té el repte d'assumir aquesta responsabilitat delegada pel Consell de Mallorca, en la mesura de les seves possibilitats, en el marc dels seus estatuts, i segons les directrius del Patronat i del Departament competent del Consell de Mallorca.

### 3. Línies estratègiques, objectius i accions per a la promoció sostenible de Mallorca 2018

El repte de la FMT és doble per al 2018. Per una part, aconseguir una institució legítima i rotunda de promoció turística i, per l'altra, posicionar el destí turístic a nivell nacional i internacional amb una oferta de qualitat dirigida a un turisme que asseguri la rendibilitat empresarial del sector i el benestar social local.

Emmarcat en tres línies estratègiques, l'actual Pla d'Actuació estableix una sèrie d'objectius basats en diferents mesures i accions que serviran per garantir l'adequat **posicionament de Mallorca com a destinació turística de qualitat al mercat internacional.**



## Línia estratègica 1

### Consolidar la FMT com a òrgan independent i legítim de la promoció turística de Mallorca

OBJECTIU	<b>1.1. Dotar la FMT dels recursos necessaris per desenvolupar les competències de promoció turística</b>
ACCIONS	Canvi de seu de la FMT Implementar la forma jurídica i institucional adequada per a la FMT
CALENDARI	Gener-abril 2018

Per poder assumir l'encàrrec que el Consell de Govern de dia 20 d'octubre, encarregà al Consell de Mallorca, cal dotar la FMT, òrgan al qual el Consell encomana la promoció turística de Mallorca, d'una estructura logística adequada que en faciliti el funcionament correcte.

Per una banda, durant el 2018 es preveu traslladar la FMT a una nova seu que disposi de les instal·lacions adequades per assumir també el personal que en el moment efectiu del trasllat de competències caldrà contractar.

D'acord amb els objectius del Departament competent en matèria de Turisme, s'encarregarà als tècnics jurídics de la FMT i en col·laboració amb el Consell, que estudiïn la forma jurídica més adequada per gestionar la competència de promoció turística i d'aquesta manera, garantir la continuïtat de la gestió de la promoció turística de Mallorca, proposant les modificacions de l'estructura que es consideri adient i amb una dotació de pressupost sistematitzat dins del pressupost del Consell.

<b>OBJECTIU</b>	<b>1.2. Col·laboració pública i privada</b>
<b>ACCIONS</b>	Establir i consolidar línies de col·laboració públiques i privades
<b>CALENDARI</b>	2018

Actualment, el sector privat forma part del patronat de la FMT amb poder de decisió sobre les actuacions de la Fundació.

Per garantir la participació del sector privat i comptar amb les necessitats i el seu saber fer, en la nova forma institucional de la FMT es mantindrà el paper de l'empresa privada mitjançant un òrgan consultiu que col·labori amb l'elaboració estratègica de la promoció turística de Mallorca.

<b>OBJECTIU</b>	<b>1.3. Col·laboració pública i pública</b>
<b>ACCIONS</b>	Establir i consolidar línies de col·laboració amb organismes públics
<b>CALENDARI</b>	2018

Per anticipar i preparar el traspàs efectiu de competències i garantir una adequada gestió de les accions promocionals de l'illa, s'establirà un acord de col·laboració amb l'ATB per coordinar fires, viatges de familiarització, viatges de premsa...

A més, la FMT i el Consell de Mallorca han d'estar representats en totes les institucions relacionades en temes turístics de l'illa que interessi, per aprofitar sinèrgies per promoure una participació adequada en la promoció de Mallorca sense duplicar esforços. (ex. la mesa aeroportuària, la mesa de turisme, la comissió insular de patrimoni, el Consorci Serra de Tramuntana, el Consell d'Administració de la Autoritat portuària...). La FMT participarà en aquelles que el Consell li delegui.

<b>OBJECTIU</b>	<b>1.4. Establir una estratègia de la FMT a llarg termini</b>
<b>ACCIONS</b>	Formular el Pla Estratègic de la FMT (2018-2023)
<b>CALENDARI</b>	Gener-abril 2018

El 2018, la FMT formularà l'estratègia de funcionament a llarg termini, amb l'elaboració del Pla Estratègic 2018-2023 que garanteixi la sostenibilitat de la institució per gestionar la promoció turística de l'illa adequadament. Aquesta estratègia serà el full de ruta per seguir durant els pròxims 5 anys i que garantirà la solidesa de la institució.

## Línia estratègica 2

### Potenciació de l'estratègia de desenvolupament turístic de Mallorca

<b>OBJECTIU</b>	<b>2.1. Anàlisi de l'entorn competitiu del sector turístic de Mallorca</b>
<b>ACCIONS</b>	Desenvolupament de l'àrea d'intel·ligència de mercat en col·laboració amb la Fundació Impulsa i l'Ibestat Facilitar l'accés del sector a informació que els ajudi a prendre decisions Elaborar un pla de desenvolupament turístic de Mallorca
<b>CALENDARI</b>	Gener-abril 2018

El sector turístic té necessitat d'informació per poder fer front a la demanda turística. Per cobrir aquestes necessitats i construir una oferta turística de qualitat, cal facilitar als empresaris la informació necessària per prendre decisions.

Així, en la web de la FMT, en l'apartat de professionals, es facilitarà tota la informació que es consideri necessària per al sector.

Paral·lelament amb l'objectiu de mantenir una homogeneïtzació en l'estratègia de desenvolupament del turisme sostenible en tot el territori de Mallorca, s'encarregarà l'elaboració del pla de desenvolupament turístic de Mallorca a partir del compliment del que estableix l'article 70.2 de la Llei 8/2012, en referència als objectius i continguts següents:

1. Definir el model i l'estratègia de desenvolupament turístic de cada una de les illes o municipis.
2. Determinar les principals necessitats, objectius, prioritats i programes d'acció.
3. Impulsar els recursos turístics de cada illa o municipi.
4. Adoptar totes les mesures que siguin necessàries per diversificar l'oferta turística i reduir l'estacionalitat al màxim.

5. Establir les mesures que impulsin la competitivitat del sector turístic i permetin un desenvolupament turístic sostenible i compatible amb la protecció de l'entorn, el medi ambient i els recursos turístics.
6. Establir les mesures que siguin necessàries per aconseguir un increment de la qualitat turística.

A més dels objectius mínims que determina l'article 70 esmentat, en aplicació de l'article 27 del Decret 20/2015, de 17 d'abril, els plans de desenvolupament turístic han de seguir els sis eixos principals que integren el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears, que són:

- a. Promoció
- b. Producte
- c. Qualitat
- d. Territori
- e. Intel·ligència de mercats
- f. Formació

Igualment, cadascun d'aquests eixos principals han de tenir un contingut format per tres punts clau:

1. Estratègia: el que es pretén aconseguir a curt o a mitjà terme.
2. Tàctica: l'anàlisi de la realitat del seu entorn.
3. Acció: totes les accions que s'hagin de desenvolupar per respondre a la tàctica.

<b>OBJECTIU</b>	<b>2.2. Millora de la qualitat de l'oferta turística</b>
<b>ACCIONS</b>	Facilitar la internacionalització a les empreses del sector turístic mallorquí. Organitzar i donar suport a les accions d'internacionalització de les empreses de Mallorca. Formació adequada per millorar la qualitat del producte. Coneixement del producte del sector privat i dels informadors d'OIT.

Fer accions d'internacionalització d'empreses mallorquines per facilitar-los el contacte amb empreses turístiques d'altres països perquè pugin establir una relació empresarial que fomenti el desenvolupament turístic de Mallorca.

Aquestes accions es duran a terme mitjançant tallers, viatges de familiarització i jornades inverses en els mercats prioritaris per a les empreses turístiques mallorquines.

<b>OBJECTIU</b>	<b>2.3. Millora de la qualificació del personal que treballa en el sector i millora de les condicions del mercat de treball</b>
<b>ACCIONS</b>	Formació específica del sector per adaptar-se a les noves tecnologies i per oferir un producte de qualitat.

Garantir la qualitat del sector implica la implementació d'estàndards de formació, innovació i qualitat en la contractació dins el sector turístics. La FMT ha de contribuir en la mesura de les seves competències.

Per tant, es faran jornades de formació pel sector privat i pels gestors turístics dels ajuntaments en les matèries generals que es considerin prioritàries per millorar la qualitat del servei que s'ofereix, així com es promouran iniciatives d'especialització en productes turístics estratègics.

A més, la FMT col·laborarà amb la UIB per crear la Càtedra Fundació Mallorca Turisme, Cinema i Mitjans de Comunicació de la UIB. Es vol estructurar i realitzar

mitjançant un conveni un programa d'activitats per potenciar la docència en l'entorn de les titulacions més properes a la temàtica de turisme, cinema i mitjans de comunicació en els aspectes següents: activitats de formació, activitats de recerca i innovació.

## Línia estratègica 3

### **Desplegament i execució d'un pla de promoció que consolidi el destí de Mallorca com a destí sostenible en els mercats nacional i internacionals**

El 2018 serà l'any europeu del **Patrimoni Cultural** i des de la FMT les accions de promoció per posicionar Mallorca com una destinació de qualitat i el mercat internacional es basaran, principalment, en potenciar el patrimoni cultural material i immaterial de l'illa, difonent la idiosincràsia local i potenciant la identitat autènticament local. Tot basat en l'objectiu d'atreure un objectiu d'alt nivell adquisitiu que incrementi el benestar social amb pràctiques sostenibles i respectuoses amb la natura, el patrimoni i els habitants de Mallorca.

A més, per a les accions en línia s'utilitzarà l'etiqueta #mallorcainspires per a la comunicació en general, afegint el nom del producte segons el que es comuniqui (etiqueta #mallorcainspiresculture, etiqueta #mallorcainspirescycling, etiqueta #mallorcainspiresmice ...).

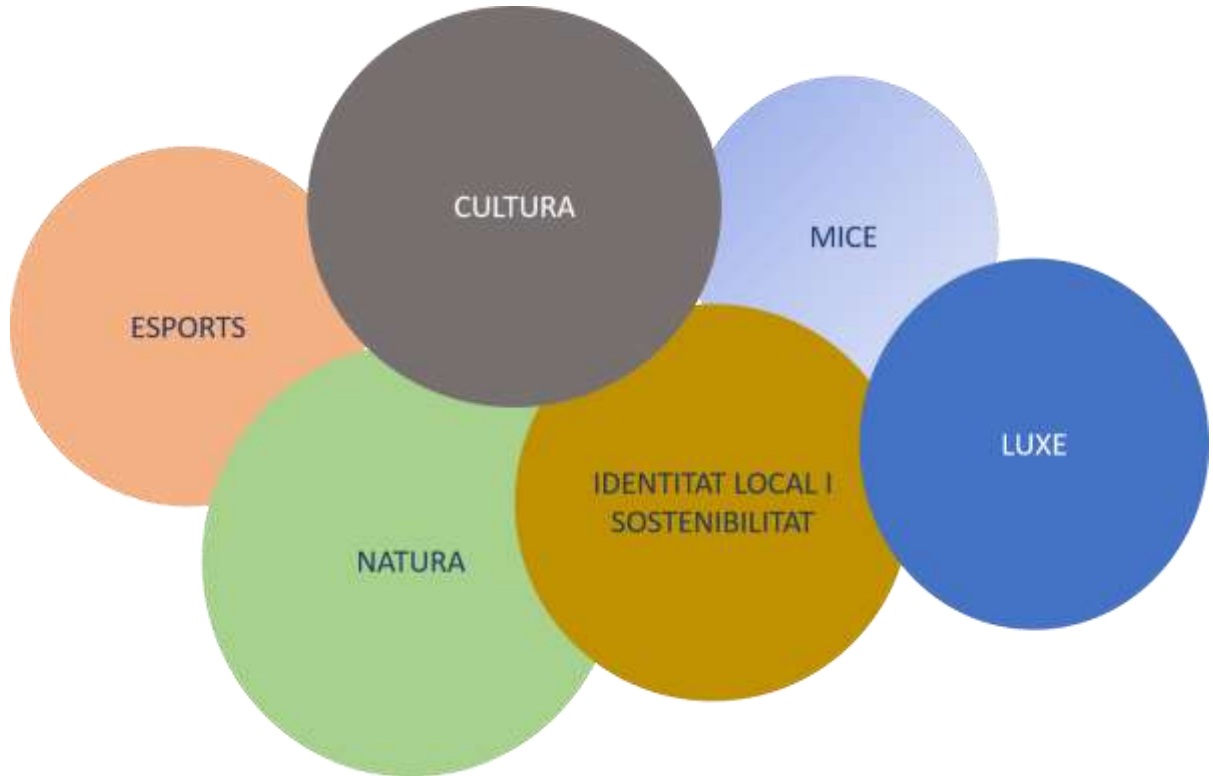
A més d'aquestes accions promocionals pròpies, el Consell de Mallorca mitjançant la FMT presidirà, juntament amb l'ATB, tots els clubs de producte que es desenvolupen i col·laborarà amb l'estratègia promocional. La FMT col·laborarà amb l'ATB en totes les accions de promoció dels clubs de productes que es desenvolupen (gastronomia, luxe, cultura, salut, esports, turisme actiu i ecoturisme), sense produir una duplictat i amb ànim de sumar esforços i aprofitar sinergies col·laboratives.

Durant el període de transició, s'instaurarà un conveni entre FMT i ATB per poder gestionar adequadament el traspàs en les condicions que la Comissió Mixta estableixi i poder evitar duplicitats entre ambdues entitats.

Els mercats als que es destinaran les accions seran els tradicionals (alemany, anglès i espanyol) i els mercats emergent (nord Amèrica, països nòrdics, França...)



## Productes promocionals 2018



## Instruments promocionals 2018



### **Fires generalistes**

La FMT assistirà a les principals fires nacionals i internacionals amb la col·laboració de l'Agència de Turisme de les Illes Balears, per aconseguir informació de qualitat i una promoció de la destinació turística de Mallorca.

### **Fires de productes**

La FMT participarà en fires especialitzades en productes diversos com: naturalesa, ciclisme, mice, gastronomia, etc., per promocionar i ajudar a comercialitzar l'oferta que hi ha. I per incentivar, també, la demanda de turisme d'experiències, que és essencial per aconseguir perllongar la temporada turística.

### **Patrocinis a esdeveniments nacionals i internacionals**

La FMT farà una licitació perquè qualsevol entitat privada que vulgui ser patrocinada per la Fundació pugui presentar la seva proposta. L'adjudicació del patrocini anirà directament relacionat amb el retorn publicitari del mateix.

### **Taller directe - jornades directes o jornades de promoció i comercialització**

L'objectiu és donar a conèixer l'oferta turística de Mallorca en el països emissors i establir contactes professionals entre el sector turístic mallorquí i els agents turístics locals d'aquets països. L'elecció de les destinacions es fa valorant les oportunitats que representa un país com a mercat emissor cap a Mallorca, així com els interessos dels diferents agents del sector local.

### **Viatges de familiarització / Jornada inversa**

Els viatges de familiarització (*fam trips*) són viatges de coneixement/d'experiència/vivència i la seva funció és donar a conèixer el producte als venedors i caps de venda dels operadors turístics i agències de viatge. Esdevenen trobades empresarials en la destinació (tallers, xarxes de contactes –*networking*–, etc.) a les quals es conviden els directors, *Chief Executive Officers* (CEO) o directors de producte de les principals agències de viatge, operadors turístics i/o empreses d'incentius d'una destinació a visitar Mallorca en un viatge de treball on, a més de visites organitzades sobre la

base del producte que representen, tenen trobades empresarials (tallers o xarxes de contactes) amb empreses i organismes turístics de la destinació.

### **Viatges de premsa**

Els viatges de premsa especialitzada (*press trips*) de diferents mitjans de comunicació, tant tradicionals com en línia amb els quals es convida un periodista a visitar el territori amb la contraprestació d'un reportatge sobre les experiències que ha viscut a l'illa.

### **Jornades i formació**

Són accions de formació al sector privat i al sector públic en temes d'actualitat que milloren el coneixement del sector.

La majoria d'accions abans esmentades es fan mitjançant les tres licitacions que es volen fer per a l'any 2018: publicitat, agències de viatges i patrocinis.

Llegenda taula 1:

#### **Productes:**

CU: cultura

IDENT: identitat local i sostenibilitat

NAT: natura

LUX: luxe

ES: esport

MIC: mice

GRAL: tots els productes

SECTOR: accions específiques de promoció per al sector

#### **Tipus acció:**

FI: fires

FA: famtrip

FO: formació

PA: patrociniis

Jl: jornada inversa

PR: premsa-presstrip

CO: comunicació

IM: intel·ligència de mercat

SE: accions específiques de promoció per al sector

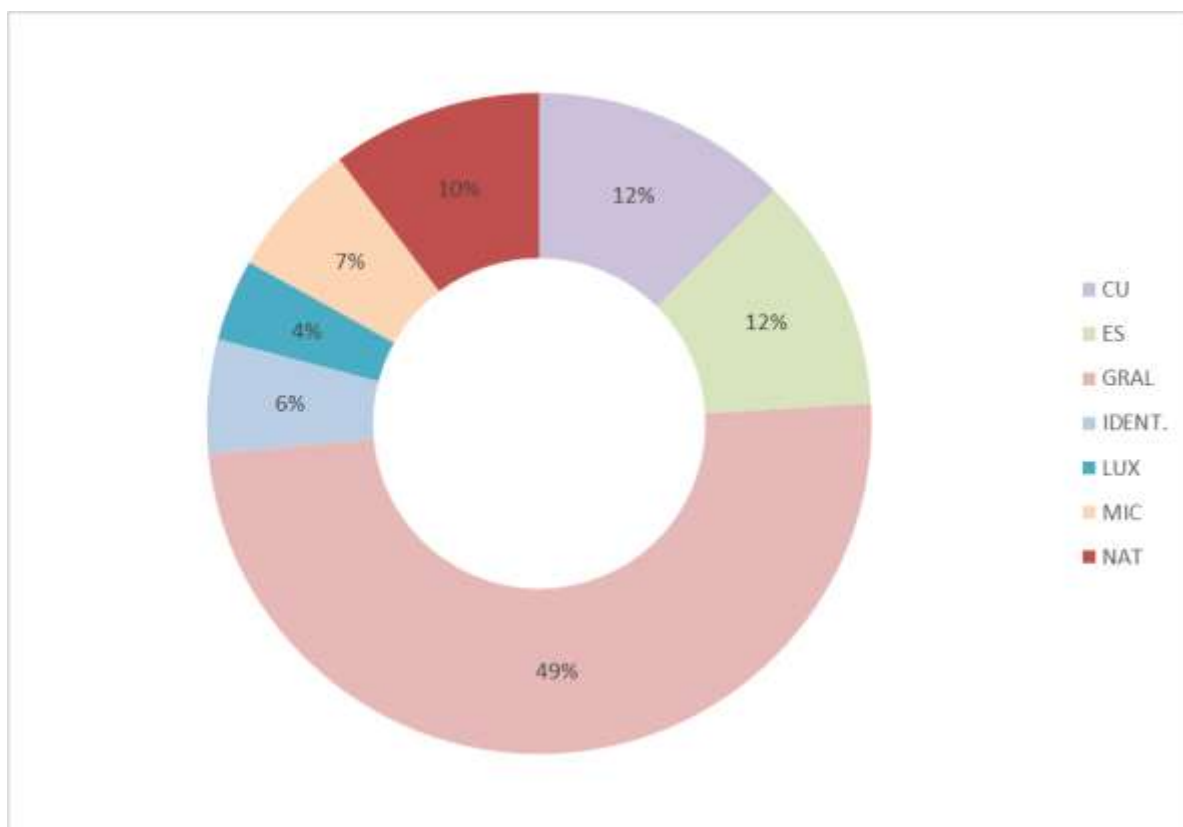
CC: conveni col·laboració

## Accions de promoció que es duran a terme el 2018:

---

- 1 VAKANTIEBEURS(ME,EI,FO)
- 2 FERIE (ME,EI,FO)
- 3 CMT FAHRRAD&ERLEBNISREISEN(ME)
- 4 FITUR (M,ME,FO)
- 5 REISEN(M,ME,EI)
- 6 LONDON BIKE SHOW
- 7 FREE(ME,EI,FO)
- 8 FERIE FOR ALLE(M)
- 9 ITB (M,ME,FO)
- 10 SALON DESTINATIONS NATURE (ME,EI,FO)
- 11 B-TRAVEL (Antes SITC) (ME,EI,FO)
- 12 SALON DE GOURMETS (M)
- 13 EXPOVACACIONES(ME,EI,FO)
- 14 IMEX(M,EI)
- 15 BIRDFAIR (M,ME)
- 16 TOURNATUR (M,ME,FO)
- 17 IFTM TOP RESA (ME,EI,FO)
- 18 WTM (M,ME,FO)
- 19 IBTM WORLD (Antes EIBTM) (M,ME)
- 20 ILTM (M,EI)
- 21 TRAVELLER MADE
- 22 BERLINALE
- 23 FCUS LONDON CINE
- 24 IGTM
- 25 CINE CANNES
- 26 ROAD SHOW GOLF ALEMANIA, SUIZA, AUSTRIA
- 27 PATROCINI EVENTS
- 28 PROGRAMA AMBAIXADORS DE LA CUINA MALLORQUINA - FITUR
- 29 PROGRAMA AMBAIXADORS DE LA CUINA MALLORQUINA - GOURMET
- 30 PROGRAMA AMBAIXADORS DE LA CUINA MALLORQUINA
- 31 AMBAIXADOR IMATGE MALLORCA
- 32 PRESENTACIO VIDEO 360 SERRA TRAMUNTANA
- 33 PRESSTRIP WTM
- 34 RODA PREMSA MOVIE MAPS
- 35 MALLORCA INSPIRES... NEW YORK
- 36 FAMTRIP CINE
- 38 OET-WS "PURE LUXURY TRAVEL"
- 39 OET-CONCURSO EN FACEBOOK PARA LA PROMOCION DE BALEARES
- 40 OET-CONCURSO EN FACEBOOK PARA LA PROMOCION DE PARQUES NACIONALES + ST
- 41 OET-Campaña bloggers
- 42 OET-Campaña/Viaje con Instagramers
- 43 OET-Campaña Gastronomía y ciudad
- 44 OET-ROAD SHOW MICE ESCANDINAVIA

46 INSERCIONS PUBLICITARIES - PATRIMONI CULTURAL



### Cronograma d'accions per a l'any 2018:

ACCIONS 2018 FMT		2018																											
		GEN	FEB	MAR	ABR	MAG	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DEC																
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
OBJECTIU 1.1	Linia Estratègica 1. Consolidar la FMT com a òrgan independent i legítim de la promoció turística de Mallorca																												
	Dotar la FMT dels recursos necessaris per al desenvolupament de les competències de promoció turística																												
OBJECTIU 1.2	Canvi de sede de la FMT Implementar l'adequada forma jurídica i institucional per a la FMT																												
	Col·laboració públic-privada																												
OBJECTIU 1.3	Establir i consolidar línies de col·laboració públic-privada																												
	Colaboració públic-públic																												
OBJECTIU 1.4	Establir i consolidar línies de col·laboració amb organismes públics																												
	Establir una estratègia de la FMT a llarg termini																												
OBJECTIU 2.1	Formular el Pla Estratègic de la FMT (2018-2023)																												
	Linia Estratègica 2. Potenciació de l'estratègia de desenvolupament turístic de Mallorca																												
OBJECTIU 2.2	Anàlisi de l'entorn competitiu del sector turístic de Mallorca																												
	Desenvolupament de l'àrea d'intel·ligència de mercat en col·laboració amb la Fundació Impulsa i l'Ibestat. Facilitar l'accés del sector a la informació que ajudi a la presa de decisions. Elaboració d'un pla de desenvolupament turístic de Mallorca																												
OBJECTIU 2.3	Millora de la qualitat de l'oferta turística																												
	Facilitar la internacionalització a les empreses del sector turístic mallorquí. Organització i suport a les accions de internacionalització de les empreses de Mallorca. Formació adequada a la millora de qualitat del producte. Coneixement de producte del sector privat i dels informadors de OIT.																												
OBJECTIU 3.1	Millora de la qualificació dels treballadors de sector i millora de les condicions del mercat de treball																												
	Formació específica del sector per adaptar-se a les noves tecnologies i per oferir un producte de qualitat																												
OBJECTIU 3.1	Linia Estratègica 3. Desenvolupament i execució d'un Pla de Promoció que consolidi el destí de Mallorca com un destí sostenible en els mercats nacionals i internacionals																												
	Accions de promoció																												
	1	VAKANTEBEURS(IE,EL,FO)																											
	2	FERIEN (IE,EL,FO)																											
	3	CMT FAHRRAD&ERLEBNISREISEN(IE)																											
	4	FTUR (M,ME,FO)		P																									
	5	REISEN(M,ME,EI)																											
	6	LONDON BIKE SHOW																											
	7	FREE(IE,EL,FO)																											
	8	FERIE FOR ALLE(IE)																											
	9	TR (M,ME,FO)																											
	10	SALON DESTINATIONS NATURE (IE,EL,FO)																											
	11	B-TRAVEL (Antes SITC) (ME,EL,FO)																											
	12	SALON DE GOURMETS (M)																											
	13	EXPOVACACIONES(IE,EL,FO)																											
	14	IME(X,M,EI)																											
	15	BIRDFAIR (M,ME)																											
	16	TOURNATUR (M,ME,FO)																											
	17	IFTM TOP RESA (IE,EL,FO)																											
	18	WFM (M,ME,FO)																											
	19	IBTM WORLD (Antes EBTM) (M,ME)																											
	20	ITM (M,EI)																											
	21	TRAVELLER MADE																											
	22	BERLINALE																											
	23	FOCUS LONDON CINE																											
	24	IGTM																											
	25	CINE CANNES																											
	26	ROAD SHOW GOLF ALEMANIA, SUIZA, AUSTRIA																											
	27	PATROCINI EVENTS																											
	28	PROGRAMA AMBAIXADORS DE LA CUINA MALLORQUINA - FTUR																											
	29	PROGRAMA AMBAIXADORS DE LA CUINA MALLORQUINA - GOURMET																											
	30	PROGRAMA AMBAIXADORS DE LA CUINA MALLORQUINA																											
	31	AMBAIXADOR IMATGE MALLORCA																											
	32	PRESENTACIO VIDEO 360 SERRA TRAMUNTANA																											
	33	PRESSTRIP WFM																											
	34	RODA PREMSA MOVIE MAPS																											
	35	MALLORCA INSPRES... NEW YORK																											
	36	FAMTRIP CINE																											
	38	OET-WS "PURE LUXURY TRAVEL"																											
	39	OET-CONCURSO EN FACEBOOK PARA LA PROMOCION DE BALEARES																											
	40	OET-CONCURSO EN FACEBOOK PARA LA PROMOCION DE PARQUES NACIONALES + ST																											
	41	OET-Campanya bloggers																											
	42	OET-Campanya/Viaje con Instagramers																											
	43	OET-Campanya Gastronomía y ciudad																											
	44	OET-ROAD SHOW MICE ESCANDINAVIA																											
	46	INSECCIONS PUBLICITARIES - PATRIMONI CULTURAL																											

## 4. Pressupost 2018

### 4.1. Despesa

#### Capítol I. Despeses de personal

Les despeses de personal representaran per a l'any 2018 un total de 391.564,04 €. Aquesta quantitat correspon a les nòmines del personal laboral, les càrregues socials, la despesa social a què tenen accés per conveni i el complement per raó del servei, així com altres despeses que corresponen per conveni. Es preveu la contractació d'una persona més per a tasques administratives. Quedant la plantilla de personal distribuïda de la manera següent:

- 1 Director/a de la Fundació Mallorca Turisme.
- 1 Responsable de la Mallorca Film Commission.
- 1 Tècnic/a de projectes.
- 1 Tècnic/a en comunicació, màrqueting i audiovisuals.
- 1 Tècnic jurídic / tècnica jurídica.
- 1 Tècnic/a economista.
- 1 Administratiu/iva.

#### Capítol II. Despeses de béns corrents i serveis

El pressupost total de l'any 2018 per aquest capítol puja a 127.854,29 €.

Aquesta quantitat correspon a la compra de material d'oficina, els subministraments, l'assessorament laboral i fiscal, la prevenció de riscos laborals, la protecció de dades, l'empresa de contractació de personal, els transports, el manteniment de la web i del software, les quotes anuals adhesions a altres organismes, així com les despeses corrents producte del canvi a una nova seu per a la Fundació Mallorca Turisme. Aquestes despeses quedaran com s'especifica a continuació:

- Despeses nova seu FMT: 40.437,38 € per 9 mesos



- Manteniment de software necessari per al desenvolupament de l'activitat: 1926 €
- Material d'oficina: 12.500 €
- Despeses de comunicacions: 3.198,91 €
- Despeses diverses, com acreditacions, quotes anuals, etc. : 36.000 €
- Despeses d'assessorament (laboral, fiscal, prevenció riscos, etc.): 22.792 €
- Despeses en dietes de personal directiu i no directiu: 11.000 €

### **Capítol III. Despeses financeres**

Aquest capítol té un pressupost de 1.000 euros per a les comissions de les transferències bancàries que es fan. En aquest moment la FMT no té deutes ni préstecs emesos.

### **Capítol IV. Transferències corrents**

Aquest capítol té un pressupost estimat de 60.480,12 €.

S'hi inclouen les transferències, les subvencions i els ajuts que la FMT utilitzarà per finançar les seves operacions corrents.

Aquestes transferències inclouen la devolució de l'aportació feta per la Cambra de Comerç l'any 2011 valorada en 54.480,12 € i l'aportació de 6.000 € com a patrons de la Fundació Impulsa.

### **Capítol VI. Inversions reals**

En aquest capítol s'inclouen totes les despeses fetes directament per la FMT, les seves activitats autònomes i altres, destinades a crear o adquirir béns o de naturalesa material o immaterial de capital, així com les destinades a adquirir béns de naturalesa inventariable necessaris per al funcionament operatiu dels serveis. També s'hi inclouen les campanyes de promoció turística.

Per això, en aquest capítol es pressuposta un total de 554.101,55 € per desenvolupar els programes d'actuació abans comentats i que es detallen a continuació:

Mobiliari, es preveu adquirir mobiliari divers i equips informàtics per equipar la nova seu de la FMT per un valor total estimat de 11.979,50 €.

Equips informàtics, per poder desenvolupar les tasques de la Fundació a la nova seu, es pressuposten 6.172,05 € en concepte de material informàtic divers.

Els patrocinis i convenis que es desenvolupin durant el 2018 amb altres empreses o associacions amb activitats destinades a promocionar la marca Mallorca com a destinació turística amb un total de 170.000 € que quedaran repartits de la manera següent:

- Obert per valor de 100.000 € per a patrocinis.
- Convenis de col·laboració per valor de 70.000 €.

Contractar un expedient de publicitat que inclogui també la compra de material de promoció temàtic de Mallorca per productes i destí, per un import total de 180.000 €.

Contractar una agència de viatges i altres serveis semblants per un import total de 161.000 €, dels quals 90.000 € es dedicaran a l'expedient de contractació de l'agència de viatges.

Per una altra banda, es faran despeses en concepte d'aplicacions informàtiques necessàries per desenvolupar les tasques diàries de la Fundació, amb un total de 9.950 €.

Es preveu redactar un document per desplegar un pla estratègic específic per a Mallorca, per un valor de 15.000 €.

## **4.2. Ingressos**

### **Capítol IV. Transferències corrents**

La FMT ha de rebre per a l'any 2018 1.000.000,00 € de transferència corrent procedent del Consell i que serveixen per a les despeses del capítols I, II, III, IV, VI, VII i IX de despeses.

### Capítol VIII. Actius financers

Aquest capítol recull les aplicacions de pressupost del romanent de tresoreria.

S'estima que seran uns 120.000 €. Els quals es repartiran per capítols de la manera següent:

Capítols I,II,III i IV: 65.898,40 €

Capítols VI, VII i IX: 54.101,55 €

### 4.3. Pressupost administratiu exercici 2018

Capitol	Import
I. Despesa de personal	€ 391.564,04
II. Despesa Bens i Serveis	€ 112.854,29
III. Despesa Financera	€ 1.000,00
IV. Transferències Corrents	€ 60.480,12
VI. Inversions Reals	€ 554.101,55
<b>Total</b>	<b>€ 1.120.000,00</b>

Capitol	Import
IV. Transferències corrents	€ 1.000.000,00
VIII. Actius Financers	€ 120.000,00
<b>Total</b>	<b>€ 1.120.000,00</b>

## 5. Mesurament i seguiment

La Comissió de Mesurament i Seguiment (CMS) és l'òrgan encarregat d'estudiar i mesurar l'impacte sobre les accions que ha aprovat el Patronat i que es duguin a terme des de la Fundació Mallorca Turisme (FMT). També és la responsable del seguiment d'aquestes accions mitjançant la recaptació de dades quantitatives i qualitatives a través dels indicadors desenvolupats per aquest objectiu.

La CMS formada pels tècnics responsables de les accions promocional i la direcció de la FMT, redactarà quadrimestralment un breu resum de les accions promocionals que ha dut a terme en el qual constaran les dades sobre diferents indicadors:

Tipus d'acció / esdeveniment	Nre. d'assistents / nre. de lectors	Nre. de nacionalitats / idiomes (quins?)	Producte	Mercat	Impacte mediàtic (clipping en €)
<b>Fira (FI)</b> CC (Conveni de col·laboració) AF (Acció Fundació) PA (Patrocinis)	Nre. assistents prevists Nre. assistents reals	Nre. nacionalitats (especificar) i idiomes (especificar)	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX) Natura (NAT)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:	
<b>Presstrip (PR)</b> CC (Conveni de col·laboració) AF (Acció Fundació) PA (Patrocinis)	Nre. assistents prevists Nre. assistents reals	Nre. nacionalitats (especificar) i idiomes (especificar)	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX) Natura (NAT)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:	
<b>Famtrip (FA)</b> CC (Conveni de col·laboració) AF (Acció fundació) PA (Patrocinis)	Nre. assistents prevists Nre. assistents reals	Nre. nacionalitats (especificar) i idiomes (especificar)	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:	

			Natura (NAT)																								
<b>Jornada inversa / Tallers (JI)</b> <table border="1"> <tr> <td>CC (Conveni de col·laboració)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>AF (Acció fundació)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PA (Patrocinis)</td> <td></td> </tr> </table>	CC (Conveni de col·laboració)		AF (Acció fundació)		PA (Patrocinis)		Nre. assistents prevists  Nre. assistents reals	Nre. nacionalitats (especificar) i idiomes (especificar)	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX) Natura (NAT)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:																	
	CC (Conveni de col·laboració)																										
	AF (Acció fundació)																										
	PA (Patrocinis)																										
<b>Comunicació (CO)</b> <table border="1"> <tr> <td>CC (Conveni de col·laboració)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>AF (Acció Fundació)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PA (Patrocinis)</td> <td></td> </tr> </table>	CC (Conveni de col·laboració)		AF (Acció Fundació)		PA (Patrocinis)		<i>Off line:</i> <table border="1"> <tr> <td>Fulletons</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Publicació</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Carpa, stand</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Altres</td> <td></td> </tr> </table> <i>On line:</i> <table border="1"> <tr> <td>Pàgina web</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mitjà digital</td> <td></td> </tr> <tr> <td>XXSS</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Altres</td> <td></td> </tr> </table>	Fulletons		Publicació		Carpa, stand		Altres		Pàgina web		Mitjà digital		XXSS		Altres		Tirada, nre. de lectors, impressions, seguidors, clicks, etc.	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX) Natura (NAT)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:	
CC (Conveni de col·laboració)																											
AF (Acció Fundació)																											
PA (Patrocinis)																											
Fulletons																											
Publicació																											
Carpa, stand																											
Altres																											
Pàgina web																											
Mitjà digital																											
XXSS																											
Altres																											
<b>Formació (FO)</b> <table border="1"> <tr> <td>CC (Conveni de col·laboració)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>AF (Acció Fundació)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PA (Patrocinis)</td> <td></td> </tr> </table>	CC (Conveni de col·laboració)		AF (Acció Fundació)		PA (Patrocinis)		Nre. assistents prevists  Nre. assistents reals	Nre. nacionalitats (especificar) i idiomes (especificar)	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX) Natura (NAT)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:																	
CC (Conveni de col·laboració)																											
AF (Acció Fundació)																											
PA (Patrocinis)																											
<b>Accions promoció sector (SE)</b> <table border="1"> <tr> <td>CC (Conveni de col·laboració)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>AF (Acció Fundació)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PA (Patrocinis)</td> <td></td> </tr> </table>	CC (Conveni de col·laboració)		AF (Acció Fundació)		PA (Patrocinis)		Nre. assistents reals  Nre. assistents reals	Nre. nacionalitats (especificar) i idiomes (especificar)	Cultura (CU) Mice (MIC) Esports (ES) Identitat Local (IDENT) Luxe (LUX) Natura (NAT)	Nacional Alemany Escandinau Regne Unit EEUU Altres:																	
CC (Conveni de col·laboració)																											
AF (Acció Fundació)																											
PA (Patrocinis)																											

<b>Altres accions (AA)</b> CC (Conveni de col·laboració) AF (Acció Fundació) PA (Patrocinis)	*Definir indicadors per a cada AA	Cultura (CU)		Nacional	
		Mice (MIC)		Alemanya	
		Esports (ES)		Escandinau	
		Identitat Local (IDENT)		Regne Unit	
Luxe (LUX)	EEUU				
Natura (NAT)	Altres:				

Mitjançant aquest seguiment i mesurament, la CMS valorarà positivament o negativament les accions i esdeveniments, i en redactarà un breu informe en el qual s'incloguin punts fort, febles i recomanacions de cara a accions futures.

A final d'any es presentarà un informe complet amb la recopilació de totes les dades, comentaris i recomanacions, al Patronat per retre compte de la feina que s'ha fet.