



PLA D'ACTUACIÓ EXERCICI 2021

FUNDACIÓ TURISME PALMA 365

C.I.F.: G57744344

NÚMERO REGISTRE ÚNIC DE FUNDACIONS, GOVERN DE LES ILLES BALEARS: 10000000321

INDEX

| | |
|--|----|
| 1.- ACTIVITATS DE L'ENTITAT..... | 2 |
| 2.- PRESSUPOST DE RECURSOS ECONÒMICS A EMPRAR PER L'ENTITAT..... | 3 |
| 3. PLANTILLA DEL PERSONAL I COSTOS PREVISTOS PER L' EXERCICI 2021: | 9 |
| 4.- PREVISIÓ DELS RECURSOS ECONÒMICS A OBTENIR PER L'ENTITAT | 10 |
| 5.- PRESSUPOST DEL COMPTE DE RESULTATS PER L' EXERCICI 2021: | 12 |



1. ACTIVITATS DE L'ENTITAT

ACTIVIDAD 1 PROMOCIÓ DE PALMA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA

A) Identificació.

| | |
|--|---|
| Denominació de l'activitat | Promoció turística de la destinació Palma |
| Tipus d'activitat | Pròpia de la finalitat fundacional |
| Lloc de desenvolupament de l'activitat | Local i internacional |

Descripció detallada de l'activitat prevista.

Donades les excepcionals circumstàncies de la situació actual, les accions promocionals previstes pel 2021 s'han articulades seguint 6 grans eixos:

- Eix Palma:** L'objectiu és la promoció i el posicionament de la ciutat de Palma com a destinació urbana, mitjançant acords editorials amb els diferents mercats emissors (nacional, alemany, britànic i francès). A més, està prevista l'organització a Palma de la trobada internacional TRAVERSE, en la qual participen destacats i influents generadors de contingut a nivell mundial.

Finalment, s'enmarca també dins aquest eix la realització d'accions promocionals conjuntes amb les OET's.
- Eix Platja de Palma:** L'objectiu es promocionar la Platja de Palma mitjançant campanyes promocionals amb els principals TTOO de la destinació. Aquesta promoció es concreta en la realització de campanyes utilitzant el seu material promocional, les seves pàgines web, organitzant accions amb la seva xarxa de venedors, etc.

Per altra banda, està prevista la creació d'un vídeo per a promocionar específicament el turisme familiar a la Platja de Palma, enfocada al mercat nacional. La creació de l'esmentat vídeo anirà associada a una campanya promocional que es durà a terme mitjançant les agències de mitjans de l'FTP365, les xarxes socials i el web.
- Eix connectivitat:** És cabdal incentivar la connectivitat aèria i marítima a la nostra destinació, motiu pel qual s'arribarà a acords comercials o de paquetització amb les principals aerolínies (nacionals i internacionals) i companyies de transport marítim (nacionals) amb l'objectiu d'incentivar la demanda. Aquest tipus d'accions o acords es poden concretar en campanyes de comàrqueting, capacitació dels call centers, patrocinis d'esdeveniments organitzats per les aerolínies o per les empreses de transport marítim i la promoció de la destinació dins les aeronaus o dins els vaixells.
- Eix imatge corporativa:** Es convocarà un concurs per a contractar una agència de branding que desenvolupi el projecte. Aquesta acció contempla el redisseny de la marca.
- Eix Promoció en origen:** Assistència a fires virtuals destinades a la promoció turística en els mercats nacional i internacional, amb la finalitat de donar a conèixer la ciutat de Palma i d'identificar els diferents agents que puguin resultar.
- Eix innovació en destinació:** Desenvolupar aquesta vessant via:
 - o Càtedra Fundació Turisme/UIB – Pensada per a estudiar i desenvolupar plans que fomentin el que Palma avanci cap a una destinació turística intel·ligent.
 - o Posada en marxa del Pla Impuls Palma (Destinació Turística Sostenible i Intel·ligent) en col·laboració amb la Secretaria d'Estat de Turisme i l'AETIB.



B) Recursos humans empleats en l'activitat.

| Tipus | Número | Núm hores / any | Dones | Homes |
|-------------------|---------|-----------------|-------|-------|
| | Previst | Previst | | |
| Personal asalarat | 8 | 13.920 | 5 | 3 |

C) Beneficiaris o usuaris de l'activitat.

| Tipus | Número: indeterminat |
|---------------------|-----------------------------|
| Personas físiques | Població de Mallorca |
| Personas jurídiques | Sector turístic de Mallorca |

D) Objectius e indicadors de realització de l'activitat.

| Ítem | Objectiu | Indicador | Quantificació |
|------|---|--|---------------|
| 1 | Increment de la despesa en la destinació vs any anterior | Font: INE, lbestat | 2% |
| 2 | Posada en marxa de 4 projectes inclosos en el Pla Impuls Palma | Font: Comissió Executiva de la Fundació | 100% |
| 3 | Increment de la difusió de la destinació en mitjans de comunicació nacionals i internacionals vs any anterior | Font: empreses externes de clipping de mitjans | 10% |
| 4 | Col·laboració i recolzament a altres àrees de l'Ajuntament en 6 esdeveniments de dinamització local, perquè aquests comencin a ser esdeveniments de interès turístic. | Font: Comissió Executiva de la Fundació | 100% |
| 5 | Increment dels ingressos de la FTP365 (via OITs, patrocinis, web, subvencions) vs any anterior | Font: dades internes | 5% |

2. PRESSUPOST DE RECURSOS ECONÒMICS A EMPRAR PER L'ENTITAT

| Ppt 2021 | Promoció destinació Palma | Costos salarials | Despeses generals | Amortització | Total 2020 |
|--------------------------------|---------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|-----------------------|
| Compte Resultats | | | | | |
| Aprovisionaments | 582.000,00 € | | | | 582.000,00 € |
| Despeses del personal | | 462.918,05 € | | | 462.918,05 € |
| Altres despeses de l'activitat | | | 31.967,15 € | | 31.449,50 € |
| Amortització de l'immobilitzat | | | | 13.417,20 € | 13.417,20 € |
| Total despeses | 582.000,00 € | 462.918,05 € | 31.967,15 € | 13.417,20 € | 1.090.302,40 € |



2.1 Detall de les accions de promoció, incloses en la partida de “promoció destinació Palma”:

| | Acció | Despesa | Àrea de treball | Descripció | Import desglossat, si cal |
|---|---|---------------------|-----------------------------|--|---------------------------|
| 1 | Redisseny marca | 20.000,00 € | Imatge corporativa | Convocatòria de concurs per a la contractació d'una agència de branding que desenvolupi el treball. L'acció contempla el redisseny de la marca. | |
| 2 | Fires / Workshops / Jornades directes | 10.000,00 € | Promoció en origen | Assistir a fires virtuals. La partida es reserva inicialment per a fires virtuals que poden tenir un cost no cobert per l'AETIB o la FMT. A meitat de l'exercici 2021 es farà un balanç de la despesa efectivament realitzada, en el cas d'excedent, aquest es reinvertirà en accions de promoció/màrqueting. | |
| 3 | Accions amb client final i TT.OO. | 60.000,00 € | Eix Palma i Platja de Palma | <p>Acords editorials: arribar a un acord editorial per mercat emissor (nacional, alemany, britànic i francès)..</p> <p>Accions conjuntes amb les Oficines Espanyoles de Turisme (OETs). Gener- febrer 2021: mantenir reunions amb les OETs per a comunicar-los que hem reservat una partida per a dur a terme accions amb el client final. En el cas de no poder executar determinades accions, el romanent es destinarà a acords editorials.</p> <p>Campanyes promocionals amb els turoperadors principals de la destinació Platja de Palma. Poden ser campanyes utilitzant els seus fulletons, les seves planes web, organitzant accions amb la seva xarxa de venedors.</p> <p>Creació d'un vídeo per a promocionar el turisme familiar en el mercat nacional + campanya promocional associada (agència de mitjans + xarxes socials + web)</p> | |
| 4 | Accions amb aerolínies | 50.000,00 € | Eix connectivitat. Aèria | Arribar a acords comercials o de paquetització amb les aerolínies principals de nostres mercats emissors -nacional i internacional-, amb l'objectiu d'incentivar la demanda. Aquest tipus d'accions/acords poden ser del tipus campanyes de comàrqueting, capacitació dels call centers, patrocinis d'esdeveniments, promoció de la destinació en les aeronaus. | |
| 5 | Accions amb navilieres | 10.000,00 € | Eix connectivitat. Marítima | Arribar a acords comercials o de paquetització amb les companyies de transport marítim del mercat nacional amb l'objectiu d'incentivar la demanda. Aquest tipus d'accions/acords poden ser del tipus campanyes de comàrqueting, capacitació dels call centers, patrocinis d'esdeveniments, promoció de la destinació en les naus. | |
| | Despesa activitats promocionals: | 175.000,00 € | | | |



| Acció | Despesa | Àrea de treball | Descripció | Import desglossat, si cal |
|--|---------------------|-----------------|------------|---------------------------|
| Contractes de relacions públiques per Espanya, Regne Unit i alemanya: | 106.500,00 € | | | |
| Gestió oficines d'informació turística: | 300.500,00 € | | | |
| Total promoció destinació Palma: | 582.000,00 € | | | |

2.2 Detall de accions promocionals, per dur a terme amb el Patrons via aportacion no dinerària:

| | Accions con patrons | Aportació (*) | Àrea de treball | Descripció |
|---|--|----------------|-----------------|--|
| 1 | Dinamització de la destinació mitjançant esdeveniments | Per determinar | Eix transversal | Aportació de productes i serveis per a facilitar la execució d'activitats de interès turístic per a la destinació Palma. Esdeveniments vinculats a temàtica esportiva, gastronòmica, cultural, MICE... |
| 2 | Fam trip i press trips | er determinar | Eix transversal | Aportació de productes i serveis per a facilitar la realització de viatges de familiarització i coneixement que siguin d'interès turístic per a la destinació Palma. |
| 3 | Altres | Per determinar | Eix transversal | Per a consensuar amb els patrons. Novembre- desembre 2020: es mantindran reunions amb els patrons de la Fundació Turisme Palma 365 per a posar en comú aquelles idees i propostes concretes de línies estratègiques, i les accions, que es considerin les més idònies per a destinar les seves aportacions. L'objectiu es definir conjuntament les actuacions que en 2021 s'executaran gracies als seus productes i serveis. |

(*) L'aportació no dinerària estipulada per 2021 és de 50.000,00 € per patró.

2.3 Altres accions que es duran a terme per part de la Fundació, finançades per altres ens/organismes.

A) Pla Impuls Palma (Destinació Turística Sostenible i Intel·ligent)

Introducció

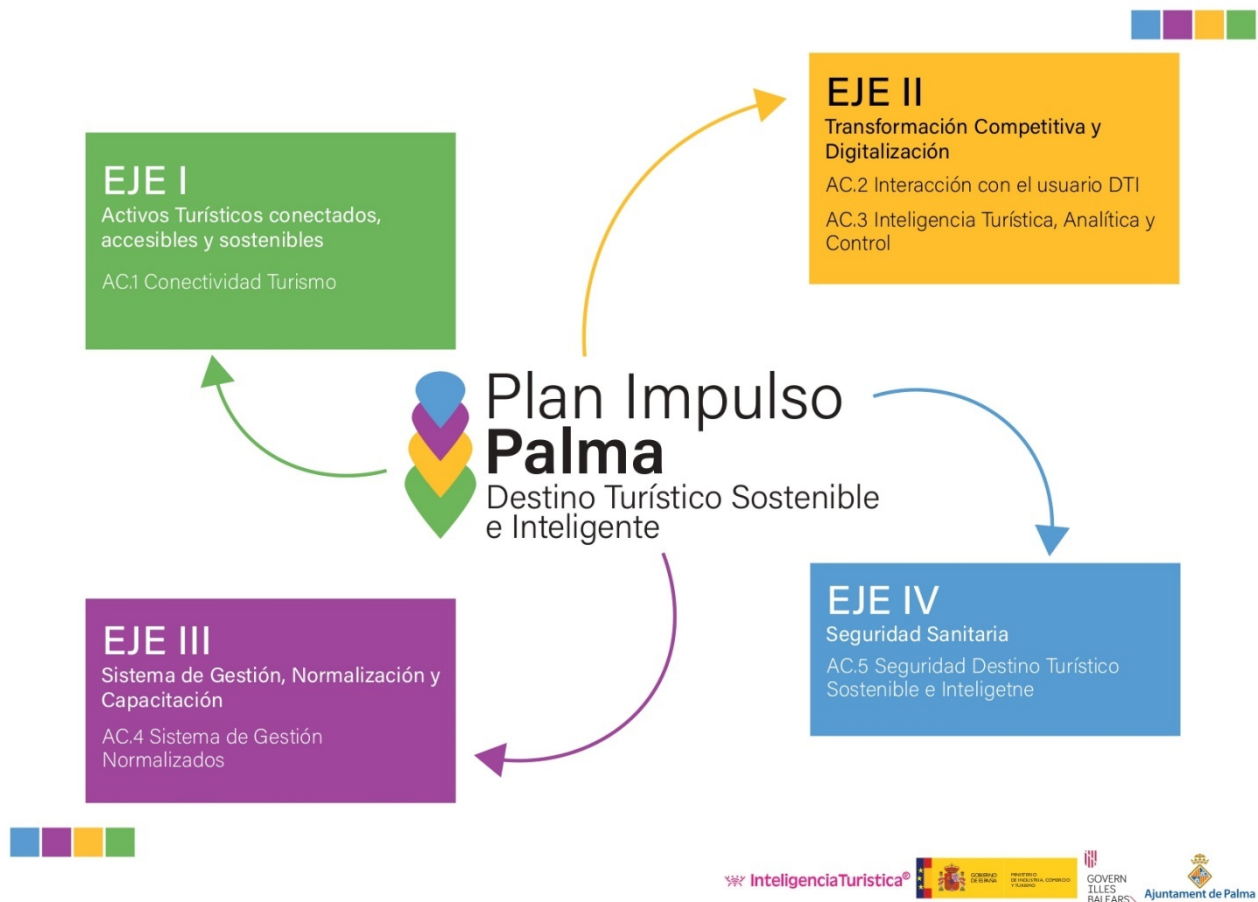
- El Programa Plan de Sostenibilitat Turística en Destinacions està inclòs en el Pla Impuls del Sector turístic (Reial decret-Ilei 25/2020, de 3 de juliol de mesures urgents per a recolzar la reactivació econòmica).
- El Programa de Plan de Sostenibilitat Turística en Destinacions s'inscriu en l'eix estratègic de governança col·laborativa, contribuint a reactivar els mecanismes de col·laboració entre les comunitats autònomes, les entitats locals i la Secretària d'Estat de Turisme (SETUR).
- La col·laboració de les tres administracions és l'element crucial per a incrementar la seguretat, sostenibilitat i millorar la capacitat operativa dels ens locals i dels gestors de les destinacions. El programa pot i ha de contribuir de manera eficaç en la sostenibilitat i la recuperació del sector turístic després de la crisi provocada per la pandèmia de COVID-19.

Durant el mes d'agost, un equip de la Fundació, la SmartOffice de Palma i la Regidoria de Turisme, van preparar el pla de treball per a enviar-ho a la Secretaria d'Estat, i aquest va ser aprovat en la seva integritat.

El pla presentat està dotat amb una inversió de 974.535,00 € i es finança a parts iguals pe l'Ajuntament de Palma, l'AETIB i la Secretària d'Estat de Turisme.

Objectius estratègics del plan

- Construir un model de ciutat i destinació turística sostenible, segur i intel·ligent, mitjançant la transformació del seu sector econòmic i el desplegament de la tecnologia i les TIC.
- Reforçar aquesta transformació mitjançant la participació ciutadana i la col·laboració públic-privada.
- Avançar cap a un ecosistema que permeti resistir i sortir reforçat de conjuntures de crisi que posin en perill la prosperitat econòmica i l'hàbitat urbà i ambiental de la ciutat.





Objectius específics

- Implantar solucions tecnològiques per informar i interactuar amb el turista.
- Impulsar la transformació competitiva i digital del municipi.
- Desenvolupar certificacions de sostenibilitat i qualitat en la destinació.
- Reforçar els organismes existents (FTP365 + SmartOffice) per avançar cap a una un destinació turística sostenible i intel·ligent.
- Posar en marxa programes i protocols de seguretat i higiene en la destinació.
- Avaluar de manera efectiva els resultat de l'execució del pla i de les seves repercussions soci econòmiques i mediambientals.



Anexo: Actuaciones

| Ejes | Nº Actuación | Actuaciones Propuestas | Nº Acción | Acciones propuestas | Presup. Económico | |
|--|--------------|---|-----------|--|-------------------|------------------------------|
| Eje I. Activos Turísticos conectados, accesibles y sostenibles | AC.1 | Conectividad Turismo | 1.1 | Consolidación Puntos Smart Wifi turísticos | 108.500,01€ | Total EJE I 108.500,01€ |
| Eje II. Transformación Competitiva y Digitalización | AC.2 | Interacción con el usuario DTI | 2.1 | Mejora de la app Welcome Palma | 144.000,00€ | Total EJE II 499.000,01€ |
| | | | 2.2 | Comercialización directa y promoción producto turístico en web destino | 160.000,01€ | |
| | AC.3 | Inteligencia Turística, Analítica y control | 3.1 | Herramientas Big Data, Cuadros de Mando e Inteligencia Turística | 195.000,00€ | |
| Eje III. Sistema de Gestión, Normalización y Capacitación | AC.4 | Sistemas de Gestión normalizados | 4.1 | Autodiagnóstico Red DTI | 44.285,68€ | Total EJE III 326.535,67€ |
| | | | 4.2 | Sistema de Gestión de DTI UNE 178501 e Implementación Sistema Inteligencia Turística | 137050,00€ | |
| | | | 4.3 | Funcionamiento del Ente Gestor DTI para seguimiento de las actuaciones del plan de sostenibilidad turística en destino | 127050,00€ | |
| | | | 4.4 | Evaluación Resultados del Plan | 18.149,99€ | |
| Eje IV. Seguridad Sanitaria | AC.5 | Palma Segura | 5.1 | Control de aforos en Activos Turísticos | 26.499,99€ | Total EJE IV 41.499,99€ |
| | | | 5.2 | Programas de Formación sobre seguridad e higiene para gestores del destino y empresas | 15.000,00€ | |



InteligenciaTurística®



GOVERN ILLES BALEARS
Ajuntament de Palma

B) Campaña d'imatge i comunicació de Palma

Per altra banda, la Fundació en la temporada 2020 i 2021, desenvoluparà una campanya de compra d'espais de publicitat i venda, per dur a terme una campanya d'imatge i comunicació de Palma, per un total de 223.850,00 €. Aquest import està finançat per una subvenció de l'Ajuntament de Palma.

S'ha proposat com adjudicatari de la campanya a Mindshare Spain, S.A. Unipersonal, i en breu es tancarà la planificació de la mateixa.



LA AUDIENCIA

4 DIFERENTES PERFILES DE VIAJEROS POST-PANDEMIA

Ante esta situación, alemanes y británicos se han visto obligados a evolucionar en cuanto a sus motivaciones en el momento de enfrentarse a una planificación de un viaje al extranjero.

Necesitamos ser eficientes y relevantes a la hora de comunicar Palma dentro de este nuevo contexto, por lo que es crítico conocer como han evolucionado sus motivaciones, así como entender cómo están reaccionando los diferentes tipos de viajeros en cada uno de los mercados ante la pandemia.

A continuación analizamos y definimos cuatro perfiles de viajeros ante su respuesta por la situación del COVID-19:

- EL OPTIMISTA
- EL AISLADO
- EL NEUTRAL
- EL PENSADOR



PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MEDIOS

PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MEDIOS

Nuestra propuesta de medios se centra en la planificación de la actividad en medios a lo largo del ciclo de decisión y reserva de unas vacaciones. Las fases que conforman el ciclo de decisión y proceso de reserva de las vacaciones se dividen en:

PROCESO DE RESERVA

- Inspiración
- Planificación
- Reserva

PRE-ESTANCIA

- Preparación del viajes

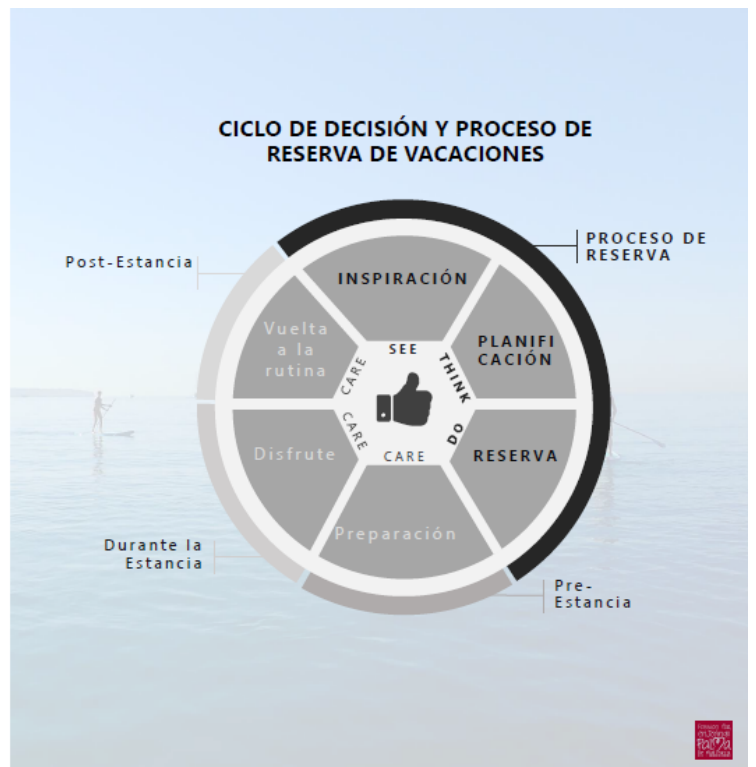
ESTANCIA

- Disfrute

POST-ESTANCIA

- Vuelta a la rutina

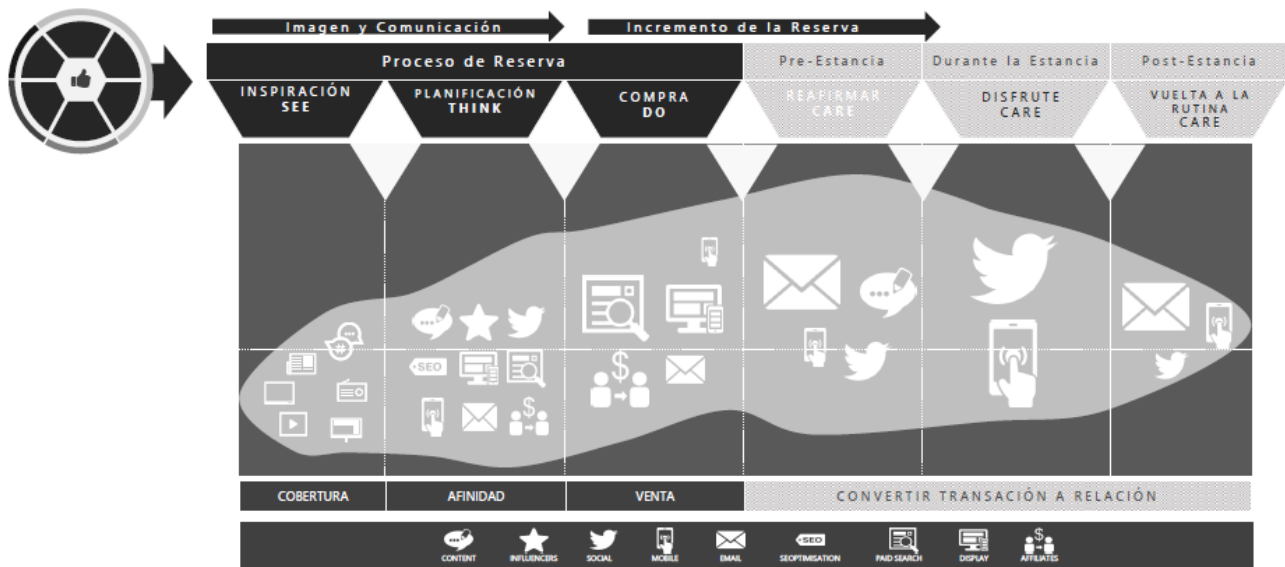
Debido al objetivo estratégico de imagen y respuesta directa para el destino Palma, centraremos la planificación estratégica en la **FASE DE PROCESO DE RESERVA** (inspiración, planificación de las vacaciones y reserva).



PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MEDIOS

3- CANALES Y FORMATOS A LO LARGO DEL PROCESO DE RESERVA

Fundamentaremos la actividad de medios a lo largo del proceso de reserva utilizando y adaptando los formatos, acciones y canales por cada uno de los mercados, de forma que seremos capaces de sacar el máximo partido del presupuesto.



MINDSHARE



C) Càtedra UIB

Amb la finalitat d'avançar cap a una destinació turística intel·ligent, des de la Fundació i l'Ajuntament de Palma es preveu la creació d'una càtedra. El cost de la mateixa serien 60.000,00 € anuals (impostos inclosos). En aquests moments la Fundació no disposa dels fons per a escometre aquest projecte, però en el cas que pugui obtenir-los via subvencions i ajudes, o fent us del seu superavit, es posarà en marxa aquesta càtedra. Els objectius de la mateixa són:

- Promoure l'estudi, la recerca i la disseminació del concepte Destinació Turística Innovadora i Intel·ligent, centrat en territoris insulars mitjançant la organització d'activitats de recerca, transferència de tecnologia, debat i difusió.
- Aprofundir en les capacitats de monitorització de la xarxa SmartWifi per aportar coneixement i informació de qualitat de la destinació ajudant al posicionament de Palma com a Living-Lab Turístic internacional.
- Donar suport a la futura infraestructura de dades espacials de l'Ajuntament de Palma per millorar la informació turística de la ciutat, i potenciar un entorn digital d'experimentació i avaluació de proves de concepte innovadores.
- Donar suport en la formació, la recerca, el desenvolupament i la transferència de coneixement mitjançant la posada en marxa d'iniciatives pilot d'interacció directa amb residents i visitants que duguin associades l'aplicació de tecnologies disruptives.
- Investigació, desenvolupament i formació en tecnologies de tractament de dades que ajudin a l'exploració de nous quadres de comandaments que ajudin a fer referents nacional i internacionalment la destinació turística intel·ligent de la ciutat de Palma.
- Promoure la iniciativa privada i la dinamització de la innovació local potenciant un ecosistema d'innovació que permeti tant la compartició de dades com la realització d'activitats de discussió i generació d'idees.



3. PLANTILLA DEL PERSONAL I COSTOS PREVISTOS PER L' EXERCICI 2021:

| Núm. treballadors | Llocs de feina | Salari | Seguretat Social | Despesa total | Homes | Dones |
|--|---|---------------------|--------------------|---------------------|----------|----------|
| 1 | PERSONAL DIRECTIU | 90.000,00 € | 15.336,12 € | 105.336,12 € | 1 | 0 |
| | Retribució fixa | 60.000,00 € | | | | |
| | Retribució variable | 30.000,00 € | | | | |
| 7 | PERSONAL LABORAL (*) tècnics mitjans i informador turístic | 271.862,57 € | 84.519,36 € | 356.381,93 € | 2 | 5 |
| 8 | TOTALS: | 361.862,57 € | 99.855,48 € | 461.718,05 € | 3 | 5 |
| Altres despeses socials, servei de prevenció aliè | | | | 1.200,00 € | | |
| Total despeses del personal 2021 | | 361.862,57 € | 99.855,48 € | 462.918,05 € | | |

(*) Estimació de l'augment del 1% del personal laboral

4. PREVISIÓ DELS RECURSOS ECONÒMICS A OBTENIR PER L'ENTITAT

Els ingressos previstos per la Fundació són:

| FONS PREVISTOS 2021 | |
|---|-----------------------|
| Aportació dinerària de l'Ajuntament de Palma | 935.000,00 € |
| Aportacions dineràries de la resta de patrons (3.000,00 € x 15) | 45.000,00 € |
| Subvenció Fundació Mallorca Turisme | 30.000,00 € |
| Subvencions CBAT | 80.302,40 € |
| Total fons previstos: | 1.090.302,40 € |

Aportacions dels patrons 2021:

Les aportacions previstes per al 2021 compleixen amb les següents premises:

- Participació pública majoritària:
 - Aportació del sector públic: 55% del total d'ingressos.
 - Aportació del sector privat: 45% del total d'ingressos.
- L'aportació dinerària compromesa per l'Ajuntament de Palma és de 935.000,00 €, per a despesa corrent.
- L'aportació dinerària per cada un dels patrons (excepte l'Ajuntament de Palma) és de: 3.000,00 €, i la no dinerària de 50.000,00 €.
- En 2017 la Fundació Turisme sol·licità al Consorci Borsa d'Allotjament Turístic (CBAT) del Govern Balear una subvenció a l'Ajuntament de Palma per al finançament d'un projecte de redisseny de l'imatge promocional de Palma, i per altra banda en 2018 sol·licità una altre subvenció per a la passada en valor i revisió de l'oferta turística especialitzada, ambdues seran executades per la Fundació, a continuació es detalla l'estimació d'aquestes subvencions en el compte de resultats 2021:

| Projectes amb subvenció | Previsió Compte Resultats 2021 | |
|---|---|---|
| | Traspàs a ingressos en funció de l'amortització | Adjudicació i finalització del projecte |
| Redisseny imatge de Palma, WEB (CBAT 2017) | 10.236,36 € | |
| Revisió oferta turística especialitzada (CBAT 2018) | | 70.066,40 € |
| | 80.302,76 € | |



El pressupost total dels ingressos a emprar per a les finalitats fundacionals de 2021 és el següent:

| Patrons | Núm. Patrons | Aportacions dineràries | Aportacions no dineràries estimades | Total aportacions 2021 | % s/total ppt 2021 |
|---|--------------|------------------------|-------------------------------------|------------------------|--------------------|
| Ajuntament de Palma | 1 | 935.000,00 € | | 935.000,00 € | |
| Subvencions CBAT | | 80.302,40 € | | 80.302,40 € | |
| Subvenció Fundació Mallorca Turisme | | 30.000,00 € | | 30.000,00 € | |
| Ports de Balears | 1 | 3.000,00 € | 50.000,00 € | 53.000,00 € | |
| Total patrons públics | 2 | 1.048.302,40 € | 50.000,00 € | 1.098.302,40 € | 55% |
| Aportacions privades | 14 | 42.000,00 € | 850.000,00 € | 892.000,00 € | 45% |
| Aportacions totals previstes | | 1.090.302,40 € | 900.000,00 € | 1.990.302,40 € | |
| | | | | | |
| <i>Aportació individual per patró privat:</i> | | 3.000,00 € | 50.000,00 € | | |
| TOTAL PRESSUPOST D'INGRESSOS : | | 1.090.302,40 € | 900.000,00 € | 1.990.302,40 € | |



5. PRESSUPOST DEL COMPTE DE RESULTATS PER L' EXERCICI 2021:

| COMPTE DE RESULTATS | PRESSUPOST 2021 |
|---|-----------------------|
| A) EXCEDENT DE L'EXERCICI | |
| 1. Ingressos de l'activitat pròpia | 1.090.302,40 € |
| a) Quotes d'associats i afiliats | 0,00 € |
| b) Aportacions d'usuaris | 0,00 € |
| c) Ingressos de promocions, patrocinadors i col·laboracions | 980.000,00 € |
| d) Subvencions, donacions i llegats imputats a l'excedent de l'exercici | 110.302,40 € |
| e) Reintegrament d'ajuts i assignacions | 0,00 € |
| 2. Vendes i altres ingressos de l'activitat mercantil | 0,00 € |
| 3. Despeses per ajuts i altres | -1.000,00 € |
| a) Ajuts monetaris | 0,00 € |
| b) Ajuts no monetaris | 0,00 € |
| c) Despeses per col·laboracions i de l'òrgan de govern | -1.000,00 € |
| d) Reintegrament de subvencions, donacions i llegats | 0,00 € |
| 4. Variació d'existències de productes terminats i en curs de fabricació | 0,00 € |
| 5. Treballs realitzats per l'entitat per al seu actiu | 0,00 € |
| 6. Aprovisionaments | -582.000,00 € |
| 7. Altres ingressos de l'activitat | 0,00 € |
| 8. Despeses de personal | -462.918,05 € |
| 9. Altres despeses de l'activitat | -31.967,15 € |
| 10. Amortització de l'immobilitzat | -13.417,20 € |
| 11. Subvencions, donacions i llegats de capital traspassats a l'excedent de l'exercici | 0,00 € |
| 12. Excessos de provisions | 0,00 € |
| 13. Deteriorament i resultats per alienacions de l'immobilitzat | 0,00 € |
| 14. Altres resultats | 0,00 € |
| A.1) EXCEDENT DE L'ACTIVITAT (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13+14) | 0,00 € |

Palma, 16 de novembre de 2020

LA VICEPRESIDENTA DE LA FUNDACIÓ TURISME PALMA 365

Joana Maria Adrover Moyano