



## **PLA D'ACTUACIÓ EXERCICI 2023**

---

**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**..... 3

**2. PRESSUPOST DE RECURSOS** ..... 6

**3. PLANTILLA I COSTOS DEL PERSONAL EXERCICI 2022:**..... 11

**4. PREVISIÓ DELS RECURSOS ECONÒMICS A OBTENIR PER L'ENTITAT**..... 11

**5. COMPTE DE RESULTATS PREVISTA PER L' EXERCICI 2022:** ..... 12



## 1. ACTIVITATS DE L'ENTITAT

### ACTIVIDAD 1 PROMOCIÓ DEL MUNICIPI DE PALMA COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA

#### A) Identificació.

Denominació de l'activitat	Promoció turística de la destinació Palma (Municipi)
Tipus d'activitat	Pròpia de la finalitat fundacional
Lloc de desenvolupament de l'activitat	Local, nacional, i internacional

Descripció detallada de l'activitat prevista.

L'any 2022 ha estat l'any de la recuperació del sector en termes de demanda turística després de dos anys molts difícils provocats per la crisi covid-19. No obstant, factors externs provocats per el conflicte bèl·lic i la conjuntura econòmica, han tingut un impacte negatiu als comptes de resultats de moltes empreses del sector.

Davant d'aquesta situació, per consolidar aquesta recuperació del destí, enfortir la rendibilitat i poder traslladar aquesta millora econòmica a tota la cadena de valor del sector, es clau consolidar-nos com a municipi capdavanter, modern, cosmopolita, obert tot l'any i amb novetats. Així mateix, hem de seguir treballant el mercat nord americà, diversificar i trobar nous nínxols de mercats d'altres països europeus.

Per a 2023 proposem un pla d'actuació organitzat amb 7 eixos.

1. Eix Palma ciutat: L'objectiu és la promoció i el posicionament de la ciutat de Palma com a destinació urbana, accessible, i d'alt nivell qualitatiu per tot l'any. Per desenvolupar aquest eix, la Fundació durà a terme accions promocionals al mercat Alemany, Anglès, Nacional, Francès, Suïss, Europa del nord i estats units. Proposem focalitzar l'esforç darrera els turisme cultural, gastronòmic, de compres i golf.
2. Eix Platja de Palma: L'objectiu és promocionar Platja de Palma també com a una destinació de tot l'any centrada amb turisme actiu i familiar. Volem obrir un nou nínxol de mercat darrera els nòmades digitals i posicionar platja de palma com a destinació per els treballadores remots.
3. 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 per les empreses de transport marítim i la promoció de la destinació a les aeronaus o als vaixells. Per que fa al respecte de la línia amb Nova iork, un dels objectius que se desenvoluparan, serà, amplia els mesos operatius.
4. Eix imatge corporativa: L'actual marca turística és del 2013. El municipi de Palma, com a destinació turística, ha evolucionat en tots aquests anys i cal revisar la identitat de marca perquè reflecteixi millor la imatge actual de la destinació. Els processos de desenvolupament de marques corporatives són clau en la imatge que es vol donar d'una destinació, per això, tot el treball estratègic es durà a terme de manera col·laborativa amb el sector públic (partits polítics, organismes autònoms, associacions, etc.) i el sector privat (patrons i patronals), amb l'objectiu que hi hagi un consens majoritària a l'hora d'abordar aquest redisseny.
5. Eix Mice: El segment MICE ha estat clau en la recuperació. Es continuarà apostant per la consolidació recolzant el sector privat, el Palau de Congressos i el MCB. Vist l'èxit aconseguit amb la creació de producte propi de congressos (Traverse, Parabere), seguirem apostant per aquesta línia.

6. Eix innovació en destinació: El Pla Impuls Palma (Destinació Turística Sostenible i Intel·ligent) en col·laboració amb la Secretària d'Estat de Turisme i l'AETIB, es el projecte clau vinculat a innovació. Aquest any, quedarà, pràcticament implementat la totalitat del pla.
7. Eix sostenibilitat: El turisme sostenible no és un producte turístic, sinó una manera de gestionar que s'ha d'aplicar a qualsevol actuació que duguem a terme a la destinació. L'OMT defineix el turisme sostenible com «El turisme que té plenament en compte les repercussions actuals i futures, econòmiques, socials i mediambientals per satisfer les necessitats dels visitants, de la indústria, de l'entorn i de les comunitats amfitriones.»
- El nostre pla d'acció, i totes aquelles iniciatives que durem a terme, posaran la sostenibilitat com a eix vertebrador, en la mesura que s'integri en la forma de gestionar el destí i de fer un seguiment constant de les incidències del turisme a la triple dimensió mediambiental, socioeconòmica i territorial, i així poder introduir mesures preventives o correctives que siguin necessàries. Des-de un punt de vista de la comunicació, per l'any 2023, es fera un major esforç per insistir amb la importància de que tots els que nos visitin, cuidin el destí.

#### B) Recursos humans empleats en l'activitat.

Tipus	Número	Núm hores / any	Dones	Homes
	Previst	Previst		
Personal assalariat	8	13.920	5	3

#### C) Beneficiaris o usuaris de l'activitat.

Tipus	Número: indeterminat
Persones físiques	Població de Mallorca
Persones 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, Ibestat	3%
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	Captació i posada en marxa de 2 grans esdeveniments de dinamització amb repercussió nacional i internacional.	Font: Comissió Executiva de la Fundació	100%
5	Increment dels ingressos (via OITs, patrocinis, web, nous patrons, subvencions) vs any anterior	Font: dades internes	5%



## 2. PRESSUPOST 2023 DE RECURSOS ECONÒMICS A EMPRAR PER L'ENTITAT

Despeses /Inversions	Aportacions dineràries	Aportacions no dineràries estimades	Total accions promocionals 2023
Promoció	121.862,44 €	800.000,00 €	921.862,44 €
Relacions públiques i comunicació	134.702,00 €	0,00 €	134.702,00 €
Material d'informació turística	10.000,00 €	0,00 €	10.000,00 €
Gestió d'oficines d'informació turística	420.000,00 €	0,00 €	420.000,00 €
Despeses de personal	516.184,16 €	0,00 €	516.184,16 €
Altres despeses d'explotació	10.514,35 €	19.395,00 €	29.909,35 €
Amortització de l'Immobilitzat	12.358,25 €	0,00 €	12.358,25 €
<b>Subtotal despeses</b>	<b>1.225.621,20 €</b>	<b>819.395,00 €</b>	<b>2.045.016,20 €</b>
<b>Subtotal inversions</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEATS</b>	<b>1.225.621,20 €</b>	<b>819.395,00 €</b>	<b>2.045.016,20 €</b>

### 2.1 Accions de promoció finançades amb aportacions dineràries del pressupost 2023:

Accions	Ppt 2023
<b>Campanya turisme responsable a Platja de Palma:</b> Es tracta d'una campanya de conscienciació en els principals mercats emissors, per remarcar la importància de respectar la destinació (entorn, cultura, usos, costums, etc.), els altres turistes i sobretot els residents i les empreses que fan feina a la destinació. Es farà amb col·laboració de AHPdP, ABONE, PALMA BEACH, REASTAURACION CAEB, i AFEDECO.	71.000,00 €
<b>Patrocini per dinamitzar:</b> Acció destinada al patrocini d'esdeveniments amb interès turístic que es desenvolupin a Palma i Platja de Palma, mitjançant aportacions econòmiques amb l'objectiu de contribuir a la dinamització de la destinació. Es donarà prioritat a aquells esdeveniments que es duguin a terme a Platja de Palma, amb l'objectiu d'intensificar les accions de promoció en aquesta zona turística i contribuir a diversificar l'oferta de producte turístic.	25.000,00 €
<b>Borsa per a diversos esdeveniments de promoció:</b> jornades inverses, viatges de premsa, MCB. SCB	25.000,00 €
<b>TOTAL:</b>	<b>121.000,00 €</b>



## 2.2 Accions de promoció vinculades a esdeveniments, finançades amb aportacions no dineràries:

Accions
<p><b>Premis MIM –</b> Els premis MIM són els premis anuals de la música independent. Palma ha estat la seu escollida per al lliurament d'aquests premis el 2023 (abril/maig). Entre artistes (200), socis de la UFI i públic, se n'esperen unes 1.000 persones. El lliurament dels premis es retransmet en directe via streaming, i durant els dos dies dels premis, a nivell d'imatge i de cobertura, Palma serà el centre de la música independent d'aquest país.</p> <p>Tot i que Palma liderarà l'esdeveniment, l'AETIB i el CIM, també s'hi involucran.</p>
<p><b>Assemblea anual Spain Convention Bureau.</b> Palma ha estat escollida com a seu de l'assemblea de l'Spain Convention Bureau. Serà del 15 al 17 de març. Durant aquests tres dies, tots els socis de l'Spain Convention Bureau estaran a Palma i tindrem l'oportunitat de promocionar la destinació com una destinació capdavantera al segment MICE.</p> <p>El CIM també donarà suport a Palma per organitzar l'assemblea.</p>
<p><b>Altres esdeveniments, recurrents.</b> Contrast Mallorca. Festival Paco de Lucia. Majordocs Film Festival. Evolution Mallorca Film festival. Tapalma. Feria Horeca. Mallorca Design Day. Asics Training Camp. Xtant Trama Festival. Aniversari Bar Flexas. Pink festival.</p>

## 2.3 Accions de promoció amb agències de comunicació i relacions públiques, finançades amb aportacions no dineràries:

Accions
<p><b>Programa de viatges de premsa</b> (individuals i grupals) als tres mercats emissors: Nacional, UK i Alemanya. *Un total de 26 viatges de premsa. *Trobades professionals als tres mercats mencionats. *6 presentacions a destinació.</p>
<p><b>Accions de comunicació als tres mercats.</b> Participació a destacats esdeveniments sectorials. Entrevistes mitjans Trade. Reportatges Tv i ràdio. Roadshows. Producció de Podcasts.</p>
<p><b>2023 British Guild of Travel Writers a Palma</b> Col·laborar amb The British Guild of Travel Writers per ser la seu de la seva conferència anual per al 2023. El resultat d'aquesta acció seria articles editorials de destinació de gran qualitat i cobertura a les xarxes socials. Els periodistes que són membres de The British Guild of Travel Writers cobreixen temàtiques alineades amb els pilars clau de Palma com ara city breaks, gastronomia i enologia, cultura, esports, etc.</p>
<p><b>This is Palma, a green capital</b> Crear el mapa The Green Palma Trail i identificar negocis clau per al turista. Després d'haver identificat el nostre target com a "The Urban Explorer", sent aquests viatgers eco-conscients, es considera interessant posicionar Palma com una destinació "green city break".</p>



Ajuntament de Palma

Accions
<p>Es proposa crear un mapa virtual de Palma (amb link a la web de <a href="http://www.visitpalma.com">www.visitpalma.com</a>) identificant diferents propostes per gaudir de Palma de manera més sostenible (rutes de bici, restaurants i hotels amb credencials sostenibles, artesanía, botigues històriques, etc).</p> <p>La sostenibilitat és clau a l'agenda de mitjans de Regne</p> <p>Unit. Llançar el mapa com a part de la campanya de continguts recolzats amb missatges clau de destinació sota els pilars d'innovació, digitalització i transformació (PLAN IMPULSA) podria generar un gran impacte mediàtic.</p> <p><b>This is Platja de Palma, your workation house</b></p> <p>L'acció consisteix en llençar una campanya en col·laboració amb l'associació hotelera per portar "el business to the beach" i augmentar la visibilitat de Platja de Palma al Regne Unit a la temporada baixa.</p>

#### 2.4 Accions de promoció amb altres organismes (AETIB, CIM, MCB), finançades amb aportacions no dineràries:

##### FIRES

	Accions
<b>Fires principals</b>	<p><b>FITUR:</b> Es celebrarà a Madrid del 18 al 22 de gener de 2023. És un escaparat de valor per la destinació i suposa un dels principals punts de trobada a nivell internacional de professionals del turisme, destacant com a punts clau dels seus objectius la tecnologia, el futur i la sostenibilitat.</p>
	<p><b>ITB:</b> Celebrarà a Berlin, del 7 al 9 de març, la seva primera edició presencial post Covid-19, encara que mantindrà el format online en parts del seu programa. Es tracta d'una fira internacional que estarà centrada en els visitants professionals i mitjans de comunicació, amb un programa de 3 dies dedicats a negoci, contingut i networking.</p>
	<p><b>WTM:</b> La major fira turística del món tindrà lloc a Londres del 6 al 8 de novembre de 2023. És un punt de trobada imprescindible entre els professionals del sector a més de ser un escenari clau per a conèixer les perspectives del mercat emissor britànic.</p>
<b>Fires de producte</b>	<p><b>B Travel Barcelona:</b> Es celebrarà del 10 al 12 de març de 2023. Es tracta d'una fira destinada al públic final, per facilitar la seva interacció amb les principals empreses i entitats promocionals del sector turístic.</p>
	<p><b>IMEX Frankfurt:</b> Fira especialitzada en el producte MICE que es celebrarà del 23 al 25 de Maig.</p>
	<p><b>IGTM (International Golf Travel Market):</b> Fira especialitzada en el producte golf que es celebrarà a Lisboa del 16 al 19 d'octubre de 2023.</p>
	<p><b>The Meetings Show:</b> Fira especialitzada en el producte MICE que es celebrarà a Londres els dies 28 i 29 de juny de 2023.</p>
	<p><b>Sant Sebastià Gastronomika:</b> Es tracta del congrés gastronòmic més important a nivell nacional i un dels més reconeguts a nivell mundial. Es celebrarà a Sant Sebastià del 8 a l'11 d'octubre de 2023.</p>





## FAM TRIPS I ALTRES

Accions
<p><b>MICE</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- FORUM AMW / Assotiation Meetings Workshop (Associatiu MICE). 8-9 febrer.</li><li>- Fam trip mercat escandinau, liderat pel Consell de Mallorca. 30 març - 2 abril.</li><li>- FT agencies MICE espanyoles. Liderat per Mallorca Convention Bureau 9 – 10 març</li><li>- FT agencies MICE Alemanya. Liderat per Mallorca Convention Bureau. 20 – 23 març.</li><li>- FT agencies MICE espanyoles. Liderat per Mallorca Convention Bureau. 5 – 8 octubre.</li><li>- FT agencies MICE franceses. Liderat per Mallorca Convention Bureau. 26 – 29 octubre.</li><li>- Fam trip Post IBTM. 30 nov – 03 desembre.</li><li>- Jornades Directes a Suïssa amb MCB</li><li>- Esdeveniment Pure Spain París 19 d'octubre: Leisure &amp; MICE</li><li>- Workshops organitzats per la Spain Convention Bureau. Participació pendent de definir.</li></ul> <p>+ Assemblea anual de Spain Convention Bureau</p>
<p><b>PREMIUM</b></p> <p><b>Jornades agents americans amb Turopaña (abril):</b> amb aquesta acció es pretén reforçar i donar continuïtat a les accions ja dutes a terme en 2022 al mercat americà (presentació i campanya a Nova Iork).</p> <p><b>Fullet nàutic:</b> Palma necessita una eina actualitzada d'informació i promoció del producte nàutic a la destinació.</p> <p><b>Fam trip germànic parlant (OET Alemanya, Viena, Suïssa):</b> viatge de familiarització que dona prioritat a aquests mercats emissors clàssics, a on la marca Platja de Palma i productes com el familiar són molt rellevants.</p>
<p><b>GASTRONOMIA</b></p> <p><b>Acció amb l'OET de Munic slow food, km 0:</b> la gastronomia és un producte estrella per Palma. Després de l'èxit de Parabere, la Fundació vol seguir apostant pel moviment "foodie" a un mercat emissor tradicional com l'alemany.</p>
<p><b>NATURA I CULTURA</b></p> <p><b>Edició guia "Petit futé" específica de Mallorca:</b> participació a una guia que inclourà informació sobre els recursos més rellevants i que donarà visibilitat a la marca Palma al mercat francès.</p>
<p><b>ESPORT</b></p> <p><b>Carpa a Marató (París o Londres):</b> amb aquesta acció Palma reprendrà la promoció del producte running al municipi i, en general, del turisme esportiu, donat que Palma és una ciutat que activa, que motiva a moure-se, a fer esport.</p>





## 2.5 Accions de promoció, finançades amb possible romanent de tresoreria (juny 2023) o subvencions:

Accions	Pressupost
Redissenyi Imatge Corporativa	75.000€
Patrocini torneig PGA Europe a Son Muntaner	200.000€
Campanya USA	150.000€
Trobada Nòmades Digitals/Treballadors en remot, focalitzat a Platja de Palma, i campanya promocional vinculada en aquest producte.	200.000€
Tourism and Society Think Tank (TSTT) focalitzat en el turisme de compres	50.000€
Redissenyi estratègia destinació a xarxes socials i posada en marxa del pla.	100.000€
Co-marketing	75.000€
Altres accions amb repercussió turística, per definir	200.000€
<b>TOTAL</b>	<b>1.050.000€</b>

## 2.6 Altres accions que es duran a terme per part de la Fundació, com a ens tècnic.

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

#### Introducció

- El Programa Pla de Sostenibilitat Turística en Destinacions està inclòs en el Pla Impuls del Sector turístic (Reial decret- llei 25/2020, de 3 de juliol de mesures urgents per a recolzar la reactivació econòmica).
- El Programa de Pla 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.
- El pla presentat està dotat amb una inversió de 974.535,00 € i es finança a parts iguals per l'Ajuntament de Palma, l'AETIB i la Secretària d'Estat de Turisme.

#### Objectius estratègics del pla

- 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.

Eje	Actuación	Acción	Publicación	Adjudicación	Presupuesto
I	AC.1	1.1 Consolidación Puntos Smart WIFI Turístico	feb-23	abr-23	108.000 €
II	AC. 2	2.1 Mejora app Welcome Palma	mar-23	may-23	144.000 €
		2.2 Comercialización directa y promoción de producto turístico en web destino	mar-23	may-23	160.000 €
	AC. 3	3.1 Herramientas Big Data, cuadros de mando e inteligencia turística - TELEMETRÍA	feb-23	abr-23	195.000 €
III	AC.4	4.1 Autodiagnóstico Red DTI	oct-20	oct-20	44.286 €
		4.2 Implementación Sistema Inteligencia Turística - OPEN DATA	en-23	abr-23	137.050 €
		4.3 Funcionamiento ente gestor del DTI - Oficina Técnica	ago-21	nov-21	145.200 €
IV	AC.5	5.1 Control de aforos en activos turísticos	mar-23	may-23	26.500 €
		5.2 Programas de Formación sobre seguridad e higiene para gestores del destino y empresas	ag-22	nov-22	15.000 €
					975.036 €

### 3. PLANTILLA I COSTOS DEL PERSONAL EXERCICI 2023:

Núm de persones	Grup del personal	Salariis	Retribució variable màxima	Seguretat Social	Salariis + SS	Homes	Dones
1	Gerent	60.000,00 €	30.000,00 €	15.597,48 €	105.597,48 €	1	0
7	Personal laboral	315.468,32 €	0,00 €	93.918,36 €	409.386,68 €	2	5
8	Total	375.468,32 €	30.000,00 €	109.515,84 €	514.984,16 €	3	5
	Altres despeses social: servei de prevenció aliè				1.200,00 €		
	<b>Total despeses del personal 2023 (*)</b>				<b>516.184,16 €</b>		

(\*) Inclou l'estimació de l'augment del 2,5% més 1% adicional del personal laboral.

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

Pressupost d'ingressos previstos per la Fundació:

Patrons	Núm. Patrons	Aportacions dineràries	Aportacions no dineràries estimades	Total aportacions 2023	% s/total ppt 2023
Ajuntament de Palma, aportacions	1	935.000,00 €	0,00 €	935.000,00 €	
Palma Activa (Ajuntament de Palma), aportació oficines		0,00 €	19.395,00 €	19.395,00 €	
Subvenció Ajuntament anys anteriors		230.773,96 €	0,00 €	230.773,96 €	
Ports de Balears	1	3.000,00 €	50.000,00 €	53.000,00 €	
<b>Total patrons públics</b>	<b>2</b>	<b>1.168.773,96 €</b>	<b>69.395,00 €</b>	<b>1.238.168,96 €</b>	61%
<b>Aportacions privades</b>	<b>15</b>	<b>45.000,00 €</b>	<b>750.000,00 €</b>	<b>795.000,00 €</b>	39%
<b>Aportacions totals previstes</b>		<b>1.213.773,96 €</b>	<b>819.395,00 €</b>	<b>2.033.168,96 €</b>	
Subvencions Consorci Borsa Allotjament Turístic (CBAT) del GOIB (*)		11.847,24 €	0,00 €	11.847,24 €	1%
<b>TOTAL PRESSUPOST D'INGRESSOS :</b>		<b>1.225.621,20 €</b>	<b>819.395,00 €</b>	<b>2.045.016,20 €</b>	
<i>Aportació individual per patró privat:</i>		3.000,00 €	50.000,00 €		

(\*) En 2017 la Fundació Turisme sol·licità al Consorci Borsa d'Allotjament Turístic (CBAT) del Govern Balear una subvenció per al finançament d'un projecte de redisseny de la imatge promocional de Palma que en l'exercici 2023 es preveu dur a resultats: per una banda la nova web turística (6.446,04 €) i per l'altra, el disseny d'una guia de Palma (5.401,20 €), total 11.847,24 €.

**5. COMPTE DE RESULTATS PREVISTA PER L' EXERCICI 2023:**

COMPTE DE RESULTATS ppt 2023	Aportacions dineràries	Aportacions NO dineràries	PRESSUPOST 2023
<b>A) EXCEDENT DE L'EXERCICI</b>			
<b>1. Ingressos de l'activitat pròpia</b>	<b>1.219.175,16 €</b>	<b>819.395,00 €</b>	<b>2.038.570,16 €</b>
a) Quotes d'associats i afiliats	0,00 €	0,00 €	0,00 €
b) Aportacions d'usuaris	0,00 €	0,00 €	0,00 €
c) Ingressos de promocions, patrocinadors i col·laboracions	983.000,00 €	819.395,00 €	1.802.395,00 €
d) Subvencions, donacions i llegats imputats a l'excedent de l'exercici	236.175,16 €	0,00 €	236.175,16 €
e) Reintegrament d'ajuts i assignacions	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>2. Vendes i altres ingressos de l'activitat mercantil</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>3. Despeses per ajuts i altres</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>4. Variació d'existències de productes terminats i en curs de fabricació</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>5. Treballs realitzats per l'entitat per al seu actiu</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>6. Aprovisionaments</b>	<b>-686.564,44 €</b>	<b>-819.395,00 €</b>	<b>-1.505.959,44 €</b>
<b>7. Altres ingressos de l'activitat</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>8. Despeses de personal</b>	<b>-516.184,16 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>-516.184,16 €</b>
<b>9. Altres despeses de l'activitat</b>	<b>-10.514,35 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>-10.514,35 €</b>
<b>10. Amortització de l'immobilitzat</b>	<b>-12.358,25 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>-12.358,25 €</b>
<b>11. Subvencions, donacions i llegats de capital traspassats a l'excedent de l'exercici</b>	<b>6.446,04 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>6.446,04 €</b>
<b>12. Excessos de provisions</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>13. Deteriorament i resultats per alienacions de l'immobilitzat</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>14. Altres resultats</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>A.1) EXCEDENT DE L'ACTIVITAT (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13+14)</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

Palma, 20 de desembre de 2022

LA VICEPRESIDENTA SEGONA DE LA FUNDACIÓ TURISME PALMA 365

Elena Navarro Duch