

SERVICIO	COMPROMISOS	INDICADORES	COD. IND.	RESULTADOS COMPROMISOS	COMENTARIOS
ORGANIZACIÓN Y ASISTENCIA A EVENTOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL	1/ Publicar y comunicar a los ayuntamientos y asociaciones del sector turístico nuestro Plan Operativo de Promoción (POP) durante el primer trimestre del año	Fecha de publicación y de comunicación del Plan Operativo de Promoción	POP.01	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mandado mail 6 de marzo</li> </ul>	Se ha cumplido el objetivo previsto de mandar el plan operativo de promoción en el primer trimestre.
	2/ Alcanzar un promedio de satisfacción, de mínimo 3,8 puntos sobre 5, en el total anual de las encuestas de satisfacción post-feria/fam-trip	Puntuación media anual de satisfacción obtenida en ferias y fam-trips	FERNAC.03 FERINT.03 FAM TRIP.02	<ul style="list-style-type: none"> <li>3,38 puntos ferias nacionales</li> <li>4,22 puntos ferias internacionales</li> <li>4,86 puntos fam trips</li> </ul>	Las ferias internacionales y fam trips han conseguido resultados en las encuestas de satisfacción por encima de los 4 puntos sobre 5. En el caso de los resultados de las encuestas de satisfacción post ferias nacionales, que se encuentran por debajo de 3,8 puntos, esto se justifica por un mal resultado de la feria MEDSEA, que por motivos meteorológicos y organizativos no consiguió los resultados previstos, bajando la media global. El resto de ferias obtuvo puntuación superior. Sin contar esta feria, se habría obtenido una media de 3,97 puntos.

SERVICIO	COMPROMISOS	INDICADORES	COD. IND.	RESULTADOS COMPROMISOS	COMENTARIOS
	3/ Publicar y enviar al menos una memoria anual con los eventos de promoción turística y acciones realizadas	Nº de memorias (eventos de promoción turística y acciones realizadas) publicadas y enviadas anualmente	POP.02	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 de enero (memoria 2018)</li> <li>30 enero (convocatoria ferias alemanas)</li> <li>20 de diciembre resumen infografía del año</li> </ul>	El 2 de enero se mandó la memoria de acciones llevadas a cabo en 2018; el 30 de enero se lanzó la convocatoria a varias ferias que tenían lugar en Alemania; el 20 de diciembre se mandó el resumen anual del 2019 mediante una infografía.
<b>CONCESIÓN DE AYUDAS ECONÓMICAS A AYUNTAMIENTOS Y ASOCIACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO PARA ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE ALICANTE</b>	4/ Resolver el 100% de las subvenciones en un plazo inferior al legalmente establecido: 6 meses desde la publicación de las bases de la convocatoria	% de expedientes de subvención resueltos en menos de 6 meses desde la publicación de las bases de la convocatoria	AYU.03	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se ha convocado el plan de ayudas en 2019</li> </ul>	Las bases del plan de ayudas “Más Promoción” se publicaron el 22 de enero de 2020 con referencia a acciones realizadas en 2019 hasta mayo de 2020.
	5/ Realizar al menos 3 reuniones informativas del Plan de Ayudas al año(*)	Nº de reuniones informativas del Plan de Ayudas al año	AYU.04	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se ha convocado el plan de ayudas en 2019</li> </ul>	Las bases del plan de ayudas “Más Promoción” se publicaron el 22 de enero de 2020 con referencia a acciones realizadas en 2019 hasta mayo de 2020.
<b>REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD</b>	6/ Lanzar al menos 3 campañas de promoción turística al año	Nº de campañas de promoción turística lanzadas al año	CAMCOM.0 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>13</li> </ul>	En 2019 se han llevado a cabo 13 campañas de comunicación, tanto on line como off line, superando las cifras de años anteriores.

SERVICIO	COMPROMISOS	INDICADORES	COD. IND.	RESULTADOS COMPROMISOS	COMENTARIOS
<b>ADMINISTRACIÓN DEL CONTENIDO TURÍSTICO DE LA COSTA BLANCA EN HERRAMIENTAS DIGITALES</b>	<b>7/</b> Responder el 100% de las solicitudes de imágenes en alta calidad recibidas a través de la plataforma <a href="http://www.costablancapro.com">www.costablancapro.com</a> en menos de 2 días hábiles	% de solicitudes de imágenes en alta calidad de <a href="http://www.costablancapro.com">www.costablancapro.com</a> respondidas en menos de 2 días hábiles	WEB.02	100%	Las peticiones de imágenes en alta calidad han sido todas enviadas en el plazo previsto.
	<b>8/</b> Incrementar un 10% el número de ofertas en la página web <a href="http://www.tuplancostablanca.com">www.tuplancostablanca.com</a> con respecto al año anterior (*)	% de incremento anual del nº de ofertas subidas a <a href="http://www.tuplancostablanca.com">www.tuplancostablanca.com</a>	WEB.02	Sin datos	Se ha decidido que la web <a href="http://www.tuplancostablanca.com">www.tuplancostablanca.com</a> deje de estar operativa, por estar programada con un sistema obsoleto, no tener el suficiente número de ofertas a incluir y por absorber este proyecto el de Smart Costa Blanca, más ambicioso y con una tecnología más adecuada.
	<b>9/</b> Mantener actualizados los perfiles de las redes sociales del Patronato Costa Blanca en Facebook, Twitter e Instagram, realizando al menos 30 publicaciones mensuales en cada red social (*)	Nº de publicaciones mensuales en cada red social	RRSS.01	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 126 mensuales en twitter</li> <li>• 54 en facebook</li> <li>• 28 en instagram</li> </ul>	Se han realizado 126 publicaciones de media mensual en twitter, 54 en facebook y 28 en instagram. El caso de instagram, donde se baja de las 30 publicaciones planteadas en el compromiso, se debe a una selección de contenidos en función del alcance en lugar de la cantidad.
<b>PUBLICACIÓN DE MATERIAL TURÍSTICO PROMOCIONAL DE LA COSTA BLANCA</b>	<b>10/</b> Mantener actualizado el catálogo de publicaciones y folletos, realizando al menos 5 publicaciones o actualizaciones nuevas al año	Nº de publicaciones nuevas 5 actualizaciones al año	PUB.01	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 19</li> </ul>	Se han reeditado 17 publicaciones y editado 2 nuevas publicaciones

\* Se revisarán los compromisos de la carta para actualizarlos con nuevos compromisos