

# PLAN DE ACTUACIÓN E ORZAMENTO 2020

**VIGO**  
CONVENTION  
BUREAU



## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1.- INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2.- OBXECTIVOS XERAIS .....</b>  | <b>5</b>  |
| 2.1- MELLORAR O POSICIONAMENTO DA CIDADE MEDIANTE A SÚA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA. . | 5         |
| 2.2.-CONSOLIDAR VIGO COMO DESTINO TURÍSTICO DE NEGOCIOS. ....                     | 6         |
| <b>3.- VISIÓN ESTRATÉXICA VCB 2020 .....</b>                                      | <b>7</b>  |
| 3.1.- VIGO CIDADE INNOVADORA .....  | 8         |
| 3.2.- VIGO UNHA CIDADE SOSTIBLE .....   | 8         |
| 3.3.- VIGO CIDADE-ESPAZO DE OPORTUNIDADE .....                                    | 8         |
| <b>4.- LIÑAS DE ACTUACIÓN 2020 .....</b>  | <b>10</b> |
| 4.1.- FEIRAS E XORNADAS PROFESIONAIS.....   | 10        |
| 4.1.2.- ASISTENCIA A XORNADAS E/OU WORKSHOPS. ....                                | 10        |
| 4.1.3.- ASISTENCIA A ASEMBLEAS, CONGRESOS E OUTROS ACTOS DO SECTOR. ....          | 10        |
| 4.2.- ACCIÓNS PROPIAS .....   | 10        |
| 4.2.1.- REUNIÓNS. ....  | 10        |
| 4.2.2.- PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS. ....  | 10        |
| 4.3.- OUTRAS LIÑAS DE ACTUACIÓN .....   | 10        |
| 4.3.1.- MEMBRESÍA DO SECTOR MICE. ....  | 10        |
| 4.3.2.- INSTRUMENTOS DE MARKETING.....  | 10        |
| 4.3.3.- PROMOCIÓN AEROPORTUARIA .....   | 11        |
| 4.3.4.-TRABALLOS INTERDEPARTAMENTAIS .....  | 11        |
| 4.3.5.- OBXECTIVO ILLAS CÍES PATRIMONIO DA HUMANIDADE .....                       | 11        |
| <b>5.- PATRÓNS DA FUNDACIÓN VCB 2020 .....</b>                                    | <b>13</b> |
| <b>6.- SOCIOS DA FUNDACIÓN VCB 2020.....</b>                                      | <b>14</b> |
| <b>7.- COTAS PATRÓNS 2020 .....</b>   | <b>15</b> |



8.- COTAS SOCIOS 2020.....16

9.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN INGRESOS EJERCICIO 2020.....17

10.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN DE GASTOS EJERCICIO 2020 .....18

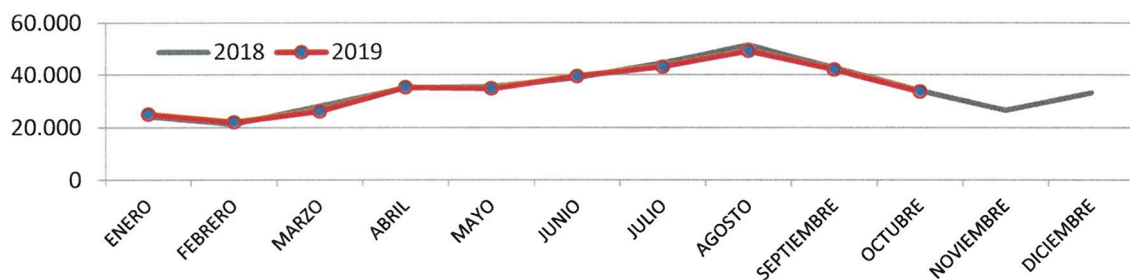
## 1.- INTRODUCCIÓN

Os obxectivos e estratexias programadas no seguinte Plan de Actuación para o ano 2020, buscan consolidar e continuar coa senda de crecemento do 2019 onde Vigo tivo un incremento do **15%** nos seus eventos MICE sobre os bos datos de 2018. Este incremento fixo de 2019 un bo ano, e as previsións auguran un 2020 con mellores perspectivas para o sector MICE, o último informe publicado por **American Express Meetings & Events** revela que espérase un crecemento para España do **2,4%** en reunións internas e entre un **1,9%** e **2,6%** en incentivos e eventos. Analizando outras fontes como a **CWT Meetings & Events (M&E)** as previsións de crecemento para España no 2020 poden acadar o **10%**.



O turismo MICE é clave para o sector turístico da cidade de Vigo, polo que a súa consolidación é importante cara a mellora da estacionalidade no turismo. Non debemos esquecer que Vigo posúe un elemento diferenciado do resto de cidades da súa contorna ao contar con sectores con gran capacidade de dinamizar a actividade congresual (automoción, industria pesqueira, conserveira e naval ou a propia universidade), nunha cidade, na que ao mesmo tempo compre destacar a profesionalidade do seu sector turístico e hostaleiro, os cales contan con distintas escolas e institucións orientadas á formación e mellora da competencia dos actuais e futuros profesionais do sector.

Para rematar debe terse en conta outros dous aspectos que axudan na mellora de expectativas do sector como son, as infraestruturas que posúe a cidade na área de reunións das que forman parte o Palacio de Congresos, o IFEVI, os Auditorios, as salas de reunións, e a capacidade hoteleira principalmente, sen esquecer os espazos existentes grazas a súa capacidade hoteleira, e por outra banda as boas cifras na área de Turismo da cidade, que en 2018 superou os **415.000 visitantes** e as **828.000 pernoctacións**.



Evolución turistas Vigo 2018-2019

## 2.- OBXECTIVOS XERAIS

Os obxectivos para 2020, seguen unha liña continuista sobre o establecido en 2019, pero tendo en conta de maneira transversal as tendencias destacadas para o próximo ano, como a dixitalización, e a busca de experiencias auténticas.



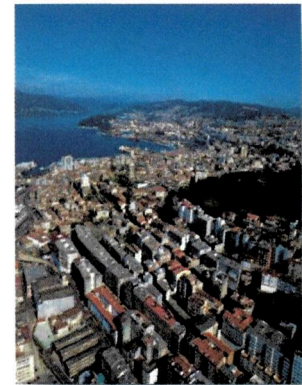
### 2.1- MELLORAR O POSICIONAMENTO DA CIDADE MEDIANTE A SÚA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA.

Este obxectivo parte da concepción do turismo MICE, entre outras cousas, como actividade capaz de contribuír a aumentar a notoriedade da cidade e a mellorar a súa imaxe, tanto interna como externamente (como ferramenta de citymarketing).

Vigo é unha cidade cada vez máis recoñecida a nivel nacional e internacional. Que a cidade teña unha notoriedade e transmita unha imaxe atractiva, tanto interna como externamente, é algo positivo desde o punto de vista económico, social e cultural.

A imaxe da cidade constitúe unha das categorías dos intanxibles - xunto a valores, aspectos sociais da cidade, coñecemento e información,..., que son os elementos que máis contribúen a aportar valor á cidade e, por conseguinte, máis poden impulsar o seu desenvolvemento. Neste contexto, tanto polos tradicionais esforzos de promoción que realizan as organizacións locais responsables de xestionar os destinos, como pola oportunidade que supón que persoas que nos visitan procedentes de distintos lugares convértanse en "embaixadores" da cidade, a contribución do Turismo á proxección exterior de Vigo (área metropolitana) e a mellora da súa imaxe é sumamente importante. Vigo como cidade necesita un Plan de Marketing e Comunicación orientado a incrementar a súa notoriedade e mellorar a seu posicionamento e imaxe en ámbitos ou mercados estratéxicos para a cidade.

As accións de marketing e comunicación que se desenvolvan para xerar atracción cara a Vigo como destino turístico nos mercados, serán coherentes co marco e imaxe de marca global unha vez definido, e contribuirán de forma clara e proactiva a reforzar a notoriedade e a imaxe da cidade nos distintos mercados obxectivo.



## 2.2.-CONSOLIDAR VIGO COMO DESTINO TURÍSTICO DE NEGOCIOS.

Para lograr mellorar o posicionamento de Vigo como destino, debe traballarse na diferenciación, é dicir, na maximización dos aspectos que a fan distinta e única para tela en conta na elección final, sen deixar de lado os eixes verticais de sustentabilidade e calidade.

O recoñecemento da situación de partida, e as fontes de vantaxes competitivas a identificar, conducíronnos á detección dunha serie de nichos de mercado, e a súa selección como segmentos estratéxicos sobre os que de forma prioritaria se focalizarán os esforzos para situar a Vigo como destino turístico nos mercados nacionais e internacionais.



Indubidablemente, a cidade conta cun abanico bastante máis amplo de recursos e atractivos, fundamentalmente no denominado turismo urbano e cultural (eventos deportivos, festivais, etc) que deberán seguir desenvolvéndose co respaldo do conxunto do sistema local. Con todo, dado o carácter estratéxico deste Plan seleccionáronse como segmentos de interese estratéxico basicamente aqueles segmentos non masivos e de calidade, con tendencia de crecemento e nos que o destino pode desenvolver algunha vantaxe competitiva sostible, mediante:

- Aproveitamento dos seus propios recursos e atractivos.
- A complementariedade cos recursos do territorio e a diferenciación do seu produto respecto da oferta existente.
- A consolidación de liñas de traballo entre o sector público e o privado.
- Afianzamento do destino "Vigo" no mercado nacional e internacional.
- Optimización das actividades de promoción.
- Creación de valor para o sector.

Os segmentos estratéxicos son:

- O Turismo de Congresos e reunións.
- O Turismo de Patrimonio histórico-cultural e industrial.
- O Turismo deportivo (ligando deporte e contorna urbana e natural).
- O Turismo enogastronómico. (Gastronomía Atlántica).

Segmentos de mercado do Turismo profesional de Vigo, cuxa principal demanda turística no momento actual é a vinculada con motivacións profesionais, debe manter o turismo de negocios convencional, ofrecendo unha boa calidade de servizos ao obxecto de poder

fidelizar ao visitante co destino e conseguir que actúe como prescriptor e visite a cidade noutra ocasión tamén por motivos de lecer.

Desde unha perspectiva de desenvolvemento futuro, os esforzos a curto-medio prazo, deben dirixirse cara ao **Turismo de Congresos e Reunións**, un mercado atractivo polo seu impacto económico e, do mesmo xeito que o turismo de negocios pola súa desestacionalización respecto ao turismo de tipo vacacional que xa goza de boa saúde.



O turismo de Congresos e Reunións é ademais un segmento en crecemento e con interesantes contribucións e externalidades para un proxecto de cidade de futuro, de cidade do coñecemento.

### 3.- VISION ESTRATÉXICA VCB 2020

Este Plan de Actuación representa:

- O Marco-Base para o desenvolvemento da cidade.
- Unha guía para as estratexias sectoriais, os plans e iniciativas do goberno municipal.

Todo isto, co dobre obxectivo de:

- Responder ás necesidades, demandas e expectativas das persoas, consolidando e mellorando a calidade de vida e o benestar de quen viven e traballan na cidade, facendo efectivos os dereitos da cidadanía.
- Mellorar o atractivo da cidade cara as actividades económicas, sedes institucionais e infraestruturas do coñecemento, especialmente cara ás persoas con talento e capacidade de innovación, desde a súa condición de cidade referente en Galicia.



### 3.1.- VIGO CIDADE INNOVADORA

Na actual economía globalizada, na que as cidades son as protagonistas, Vigo necesita manter un nivel de competitividade elevado e exercer un liderado activo para ser capaz de atraer actividades relacionadas co coñecemento, ademais, de crear oportunidades de emprego e desenvolvemento para profesionais con talento e creatividade.

#### **Obxectivo estratéxico:**

Crear na cidade as condicións adecuadas para que o tecido produtivo avance en clave de innovación empresarial e xérense novas actividades en torno a sectores emerxentes capaces de ser motores de cambio.

### 3.2.- VIGO UNHA CIDADE SOSTIBLE

Vigo é unha cidade no que o concepto de sostenibilidade asúmese con naturalidade porque o medio ambiente foi e é un factor clave do modelo de cidade.

#### **Obxectivo estratéxico:**

Seguir sendo pioneira e referente de sostenibilidade, asumindo a responsabilidade social de liderar e executar políticas que contribúan a un futuro sostible, con especial énfase na loita contra o cambio climático, a cohesión social e a conformación dunha cidade compacta desde o exercicio dun urbanismo de segunda xeración.

### 3.3.- VIGO CIDADE-ESPAZO DE OPORTUNIDADE

Na nova economía global, organizada en rede, as cidades dinámicas, ligadas a áreas metropolitanas, atraen dous elementos claves do sistema de innovación: a capacidade de innovación (talento, persoas con coñecemento e ideas) e o capital, sobre todo, capital de risco que permite a innovación.

#### **Obxectivo estratéxico:**

Dinamizar a cidade a través de espazos de oportunidade capaces de integrar tecnoloxía, sociedade e calidade de vida propiciando a innovación, as relacións locais e a atracción e retención de persoas emprendedoras, creativas e con talento.



# LIÑAS DE ACTUACIÓN

## 2020

## 4.- LIÑAS DE ACTUACIÓN 2020

### 4.1.- FEIRAS E XORNADAS PROFESIONAIS

#### 4.1.1.- ASISTENCIA A FEIRAS DO SECTOR.

- FITUR.
- IBTM BARCELONA.



#### 4.1.2.- ASISTENCIA A XORNADAS E/OU WORKSHOPS.

- XORNADAS FORMATIVAS TURISMO MICE.
- XORNADAS FEMP.



#### 4.1.3.- ASISTENCIA A ASEMBLEAS, CONGRESOS E OUTROS ACTOS DO SECTOR.

- GRUPO DE TRABAJO E ASAMBLEA ANUAL SPAIN CONVENTION BUREAU.

### 4.2.- ACCIÓNS PROPIAS

#### 4.2.1.- REUNIÓNS.

- ALMORZOS E MESAS DE TRABAJO PERIÓDICAS COS SOCIOS DA VCB

#### 4.2.2.- PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS.

### 4.3.- OUTRAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

#### 4.3.1.- MEMBRESÍA DO SECTOR MICE.

- SCB ( Spain Convention Bureau)



#### 4.3.2.- INSTRUMENTOS DE MARKETING.

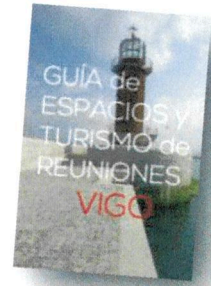
##### ONLINE

- RRSS E XESTIÓN DE CONTIDOS VCB E VFO.
- CREACIÓN DUNHA NOVA WEB DA VCB E DA VFO.

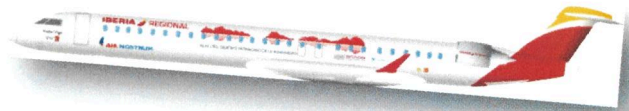


**OFFLINE**

- ACTUALIZACIÓN GUÍAS.
- RENOVACIÓN MATERIAL PROMOCIONAL.

**4.3.3.- PROMOCIÓN AEROPORTUARIA**

- ELABORACIÓN DE INFORMES ESTADÍSTICOS MENSUAIS E ANUAIS.
- COLABORACIÓN CON COMPAÑÍAS AÉREAS QUE TEÑAN CONECTIVIDADE CO AEROPORTO DE VIGO.
- PROMOCIÓN FLY TO VIGO.

**4.3.4.- TRABALLOS INTERDEPARTAMENTAIS**

- ELABORACIÓN DOSSIERES DE CANDIDATURAS.
- ELABORACIÓN INFORMES ESTADÍSTICOS SOBRE A ACTIVIDADE TURÍSTICA MENSUAIS E ANUAIS.
- SEGUIMIENTO DA ACTIVIDADE MICE DA CIDADE.
- TRAMITACIÓN PERMISOS DE RODAXES.

**4.3.5.- OBXECTIVO ILLAS CÍES PATRIMONIO DA HUMANIDADE**

- EXECUCIÓN CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE A CONCELLERÍA DE TURISMO DO CONCELLO DE VIGO E A FUNDACIÓN VCB PARA DAR CONTINUIDADE Á DIFUSIÓN DAS ACCIÓNS DE PROMOCIÓN DA CANDIDATURA "ILLAS CIES PATRIMONIO DA HUMANIDADE" DURANTE O ANO 2020.





# COTAS PATRÓNS E SOCIOS

## 2020

A handwritten signature in blue ink, located to the left of the main title.

A handwritten signature in blue ink, located below the first signature.

## 5.- PATRÓNS DA FUNDACIÓN VCB 2020

CONCELLO DE VIGO

UNIVERSIDADE DE VIGO

CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO

CEP (CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE PONTEVEDRA )

ABANCA

IFEVI (INSTITUTO FEIRAL DE VIGO)

AHOSVI (ASOCIACIÓN DE HOTELES DE VIGO)

FEPROHOS (FEDERACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DE PONTEVEDRA)

PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO

VIAXES ABRAMAR (REPRESENTACIÓN ENTIDADES COLABORADORAS)



Universidade de Vigo



//ABANCA



**6.- SOCIOS DA FUNDACIÓN VCB 2020**

---

**EL CORTE INGLÉS**

---

**MARVA****GRUPO RADIO VIGO****ORZÁN CONGRES****B THE TRAVEL BRAND****AUTOS GONZÁLEZ****CdeC****SPICA****CATERING MONTSERRAT****DIESSEMM****VERDE, IMPRESIONES CON SENTIDO****HOTEL NAGARI****VIAJES BIVES TOUR****NAVIERA NABIA****EVENTOS Y SERVICIOS NORTE****HOTEL BAHIA DE VIGO****ECOVIGO****PAZO DE CEA****ALMA MATER****PEPE VIEIRA****RECTORAL DE COBRES****PAZO DA TOUZA****NURIA CERVERA CHEFS****HOTEL PAZO LOS ESCUDOS****CASONA DA TORRE****CATERING EL MOLINO****BODEGAS MARQUÉS DE VIZHOJA****ULTRAMARINOS****HOTEL AMÉRICA****GALICA.WINE**

---

---

**HOTEL TALASO ATLÁNTICO****WALKIN & EATIN GALICIA****AT SERVICIOS****BREATHINGALICIA****AUTOCARES RÍAS BAIXAS****APIT (ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE GUÍAS DE TURISMO DE GALICIA)****AGP TRADUCCIONES****GLOBAL EVENTOS****LINKIA****OCEAN SECRETS**

---

**7.- COTAS PATRÓNS 2020**

---

| <b>PATRÓNS</b>                            | <b>COTAS</b>          |
|---|-----------------------|
| <i>TURISMO DE VIGO (CONCELLO DE VIGO)</i> | 200.000 €             |
| <i>ABANCA</i>                             | 3.000 €               |
| <i>UNIVERSIDADE DE VIGO</i>               | 3.000 €               |
| <i>IFEVI</i>                              | 3.000 €               |
| <i>CÁMARA COMERCIO</i>                    | 3.000 €               |
| <i>CEP</i>                                | <i>Baixa Temporal</i> |
| <i>PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO</i>      | 2.000 €               |
| <i>AHOSVI</i>                             | 2.000 €               |
| <i>FEPROHOS</i>                           | 2.000 €               |

---

## 8.- COTAS SOCIOS 2020

| SOCIOS   | COTAS   |
|--|---------|
| <b>ESTABLECEMENTOS HOSTALEIROS</b>               |         |
| PAZOS  | 300 €   |
| CASAS RURAIS                                     | 300 €   |
| HOTEL 5*   | 500 €   |
| HOTEL 4*   | 400 €   |
| HOTEL 3*   | 300 €   |
| HOTEL 2* E HOSTEL                                | 200 €   |
| <b>EMPRESAS E TERMINAIS DE TRANSPORTE</b>        |         |
| TERRESTRE  | 600 €   |
| MARÍTIMO   | 500 €   |
| <b>ESTABLECEMENTOS GASTRONÓMICOS</b>             |         |
| ESTABLECEMENTOS GASTRONÓMICOS                    | 300 €   |
| CATERING   | 400 €   |
| <b>CENTROS DE CONVENCIONS E RECINTOS FEIRAIS</b> |         |
| CENTROS DE CONVENCIONS E REUNIONS                | 700 €   |
| <b>ORGANISMOS OFICIAIS</b>                       |         |
| ORGANISMOS OFICIAIS                              | 1.000 € |
| <b>EMPRESAS DE SERVIZOS COMPLEMENTARIOS</b>      |         |
| AXENCIAS DE VIAXE E OPC's                        | 600 €   |
| ORGANIZADORES DE EVENTOS                         | 600 €   |
| EMPRESAS DE PUBLICIDADE E COMUNICACIÓN           | 500 €   |
| AZAFATAS   | 300 €   |
| EMPRESAS AUDIOVISUAIS E EQUIPOS TRADUCCIÓN       | 300 €   |
| EMPRESAS DE MONTAXE                              | 500 €   |
| GUÍAS TURÍSTICOS                                 | 300 €   |
| TRADUTORES E INTÉRPRETES                         | 300 €   |
| INFORMÁTICA E CONTROL DE ACCESOS                 | 300 €   |
| FOTOGRAFÍA E VÍDEO                               | 200 €   |
| IMPRENTAS  | 200 €   |
| SEGURIDADE                                       | 300 €   |
| CENTROS COMERCIAIS                               | 900 €   |
| AGASALLO E MERCHANDISING                         | 500 €   |
| <b>OUTROS</b>                                    |         |
| ESPECTÁCULOS E ANIMACIÓN                         | 200 €   |
| BODEGAS  | 200 €   |
| APP  | 200 €   |
| ACTIVIDADES DE LECER                             | 200 €   |
| FREELANCE  | 200 €   |

## 9.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN INGRESOS EJERCICIO 2020

| INGRESOS                                | COTA           | 2020                |
|---|----------------|---------------------|
| <b>PATRÓNS</b>                          |                |                     |
| CONCELLO DE VIGO (TURISMO DE VIGO)      | 200.000 €      | 200.000 €           |
| ABANCA                                  | 3.000 €        | 3.000 €             |
| UNIVERSIDADE DE VIGO                    | 3.000 €        | 3.000 €             |
| IFEVI                                   | 3.000 €        | 3.000 €             |
| CÁMARA DE COMERCIO                      | 3.000 €        | 3.000 €             |
| CEP                                     | BAIXA TEMPORAL |                     |
| PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO           | 2.000 €        | 2.000 €             |
| AHOSVI                                  | 2.000 €        | 2.000 €             |
| FEPROHOS                                | 2.000 €        | 2.000 €             |
| <b>TOTAL INGRESOS PATRÓNS</b>           |                | <b>218.000 €</b>    |
| <b>SOCIOS COLABORADORES</b>             |                |                     |
| AXENCIAS DE VIAXES ESPECIALIZADAS       | 600 € 1        | 600 €               |
| ORGANIZADORES PROFESIONAIS DE CONGRESOS | 600 € 1        | 600 €               |
| EMPRESAS DE PUBLICIDADE E COMUNICACIÓN  | 500 € 1        | 500 €               |
| EMPRESAS MONTADORAS DE STANDS           | 500 € 1        | 500 €               |
| IMPRENTAS                               | 200 € 1        | 200 €               |
| CENTROS COMERCIAIS                      | 900 € 1        | 900 €               |
| EMPRESAS DE CATERING                    | 400 € 1        | 400 €               |
| EMPRESAS DE AUTOCARES                   | 600 € 1        | 600 €               |
| NAVIEIRAS / TRANSPORTE MARÍTIMO         | 500 € 1        | 500 €               |
| EMPRESAS DE AGASALLO                    | 500 € 1        | 500 €               |
| EMPRESA AUDIOVISUAIS                    | 300 € 1        | 300 €               |
| GUÍAS TURÍSTICOS / AZAFATAS             | 300 € 1        | 300 €               |
| INFORMÁTICA E CONTROL DE ACCESOS        | 300 € 1        | 300 €               |
| PAZOS                                   | 300 € 2        | 600 €               |
| HOTEIS 4*                               | 400 € 3        | 1.200 €             |
| HOTEIS 5*                               | 500 € 2        | 1.000 €             |
| <b>TOTAL SOCIOS COLABORADORES</b>       |                | <b>9.000 €</b>      |
| <b>OUTROS INGRESOS</b>                  |                |                     |
| CONVENIO CÍES 2020                      |                | 250.000 €           |
| <b>TOTAL OUTROS INGRESOS</b>            |                | <b>250.000,00 €</b> |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>                   |                | <b>477.000,00 €</b> |

## 10.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN DE GASTOS EJERCICIO 2020<sup>1</sup>

### ESTRUCTURA DE PERSOAL

|                                    |                     |
|------------------------------------|---------------------|
| CUSTOS SALARIAIS BRUTOS            | 137.553,53 €        |
| CUSTOS SEGURIDADE SOCIAL FUNDACIÓN | 43.829,60 €         |
| <b>TOTAL ESTRUCTURA DE PERSOAL</b> | <b>181.383,13 €</b> |

### CONSUMO DE EXPLOTACIÓN E GASTOS DE XESTIÓN

|   |                    |
|---|--------------------|
| MATERIAL DE OFICINA                                       | 1.050,00 €         |
| EQUIPAMENTO INFORMÁTICO E AUDIOVISUAL                     | 3.000,00 €         |
| CONSUMOS (Mensaxería)                                     | 250,00 €           |
| TELEFONÍA E CONSUMOS                                      | 1.400,00 €         |
| ASESORÍA LABORAL, FISCAL E XURÍDICA. OUTROS GASTOS LEGAIS | 4.000,00 €         |
| MUTUA ACCIDENTES  | 400,00 €           |
| <b>TOTAL CONSUMOS</b>                                     | <b>10.100,00 €</b> |

### PUBLICIDADE E MATERIAL DE PROMOCIÓN

|  |                    |
|--|--------------------|
| MERCHANDISING E MATERIAL PROMOCIONAL             | 5.000,00 €         |
| MATERIAL FOTOGRÁFICO                             | 3.101,87 €         |
| DESEÑO E IMAXE                                   | 4.000,00 €         |
| <b>TOTAL PUBLICIDADE E MATERIAL DE PROMOCIÓN</b> | <b>12.101,87 €</b> |




### ACCIÓN DE PROMOCIÓN

|   |                     |
|---|---------------------|
| PRODUCCIÓN, DESENVOLVEMENTO E APOIO EVENTOS | 3.400,00 €          |
| ASISTENCIA A FEIRAS, EVENTOS E CONGRESOS... | 4.000,00 €          |
| REALIZACIÓN DE FAMTRIP / PRESSTRIP          | 10.000,00 €         |
| CONVENIO CÍES 2020                          | 250.000,00 €        |
| PROMOCIÓN AEROPORTUARIA                     | 2.500,00 €          |
| <b>TOTAL ACCIÓN DE PROMOCIÓN</b>            | <b>269.900,00 €</b> |

### PARTICIPACIÓN EN OUTROS ENTES

|   |                   |
|---|-------------------|
| COTA SPAIN CONVENTION BUREAU 2020       | 3.515,00 €        |
| <b>TOTAL PARTICIPACIÓN OUTROS ENTES</b> | <b>3.515,00 €</b> |

|                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| <b>TOTAL GASTOS</b> | <b>477.000,00 €</b> |
|---------------------|---------------------|




 Dna. María del Carmen Lago Barreiro  
 Presidenta Comité Executivo VCB

Tel. +34 986.487.118  
 C.I.F: G27722883


 D. Cesar Ballesteros  
 Tesoureiro VCB

<sup>1</sup> Calquera modificación na distribución das partidas de gasto o longo do ano, deberá ser aprobada polo Comité Executivo da Fundación VCB.