



fundacioncalvia.com

es turismo y ...

Deporte



Patrimonio



Cultura



Gastronomía



PLAN ACTIVIDADES 2014

INTRODUCCIÓN

Prepararse para el futuro es crucial. En el mercado altamente competitivo y cambiante de hoy en día, las posibilidades de margen para errores son muy pequeñas, por lo que la planificación del futuro es necesaria para la supervivencia y el éxito.

Sin ningún género de dudas, la política en materia de turismo, va encaminada a paliar los efectos negativos de la tan temida estacionalidad turística..

Aproximadamente, el 90% del PIB de Calvià, procede de la industria turística, directa o indirectamente. Este hecho, por obvio que parezca, hace que el mercado principal sea el turístico, y sobre él hay que volcar todos nuestros esfuerzos para poder ser más competitivos y ocupar puestos de liderazgo frente a otros destinos turísticos.

En el año 2004 se creó la Fundación Calvià 2004, organismo cuyo patronato está constituido por los presidentes de las 5 AAHH de Calvià, Casino de Mallorca y el Ajuntament de Calvià. Las características de los miembros constituyentes hacen que éste sea el mejor foro para marcar las líneas estratégicas en turismo de nuestro municipio, y es por ello que la promoción se gestiona desde este organismo.



Para el año 2014, presentamos un Plan de Actividades que sigue la línea de los últimos años, teniendo presente, que FC2004 es

TURISMO Y....



DEPORTE



PATRIMONIO



CULTURA



GASTRONOMÍA

TURISMO

El objetivo es dar a conocer los productos turísticos en Calvià a consumidores finales y profesionales, tanto en sus países de origen, para no perder mercado con respecto a otros destinos y para dar a conocer allí donde no hay conocimiento de estos productos; como en destino, potenciando la experiencia de los turistas con productos competitivos, “Simply Sensational”, y maximizando el enfoque comercial con profesionales, “Calvià es una oportunidad de negocio para ellos”.

Medir el impacto de las actuaciones es importantísimo para establecer objetivos tangibles y comparables en distintos períodos. Por esto, las actuaciones que llevarán a cabo se valorarán por los siguientes criterios:

- La optimización de los recursos económicos y humanos.
- El impacto que éstas tengan sobre el número de personas potenciales a las que puede llegar el trabajo de promoción.
- La calidad de las actuaciones en cuanto a qué amplificación tienen sobre los mercados.
- El posible impacto económico que puedan suponer para nuestros destinos.

Estos son los objetivos tangibles que se han fijado para el 2014:

- Alcance 16.668.389 personas.
- Impacto económico directo en destino durante los meses de marzo-abril-mayo- octubre – noviembre – diciembre: 3.000.000€ aprox.
- Valor actuaciones en prensa 500.000€.
- Turistas en destino 26.300.

La estrategia de promoción intenta abarcar varias maneras de dar a conocer estos productos, además de potenciar la experiencia de los turistas al visitarnos. Así se han centrado las líneas de actuación en los siguientes grupos:

■ Marketing en exterior:

- Ferias
- Competiciones deportivas
- TTOO
- Prensa
- Nuevas Tecnologías

■ Marketing “in house”:

- Eventos
- Competiciones deportivas
- Jornadas con TTOO en destino
- Prensa Local
- Oficinas municipales de Información Turística
- Nuevas Tecnologías

Actuaciones

B2B

Actuaciones encaminadas a provocar y favorecer las relaciones comerciales entre proveedores y todas aquellas empresas que quieran vender los destinos turísticos de Calviá. Además de comercializar directamente con TTOO las instalaciones municipales susceptibles de uso turístico, como pueden ser las instalaciones deportivas o los centros MICE. Éstas se llevarán a cabo en Ferias para profesionales, workshops, presentaciones, road shows, jornadas inversas y viajes de familiarización.

1. Ferias para profesionales. Asistencia a ferias donde acuden profesionales del sector, con espacio propio, espacio compartido con otras entidades o empresas, mostrador dentro de los espacios que habiliten Tur España o ATB o visitas concertadas.
2. Workshops. Asistencia a jornadas de trabajo donde Tur España o ATB organizan mesas de trabajo directo con AAVV en origen.
3. Presentaciones. Asistencia a presentaciones de producto en países de origen, ya sean en colaboración con otras entidades como directas.
4. Road shows. Visita a AAVV en países de origen para dar a conocer los destinos, más allá de las presentaciones que hacen de sus marcas los empresarios que visitan las AAVV.
5. Jornadas inversas. Participación en jornadas de trabajo que organiza ATB en destino con compradores.
6. Viajes de familiarización. Colaboración mediante organización de visitas en destino para agentes de viaje.

B2C

Actuaciones encaminadas a dar a conocer directamente al consumidor final los destinos turísticos de Calviá y motivar su visita. Éstas se llevarán a cabo en Ferias para público final, competiciones deportivas, eventos con carácter turístico y a través de las cuatro Oficinas Municipales de Información Turística.

1. Ferias para público final. Asistencia a ferias donde acuden profesionales del sector, con espacio propio, espacio compartido con otras entidades o empresas, mostrador dentro de los espacios que habiliten Tur España o ATB.
2. Competiciones deportivas. Asistencia a competiciones deportivas en países de origen con espacio propio, espacio compartido con otras entidades o empresas, mostrador dentro de los espacios que habiliten Tur España o ATB. Y también co-organizar competiciones deportivas en destino para optimizar costes con visitas de turistas.
3. Eventos con carácter turístico. Subvencionar actividades que organizar entidades locales para uso y disfrute de los turistas en destino.
4. Oficinas Municipales de Información Turística. Servicio que se da a los turistas que nos visitan en cuatro destinos, Palmanova, Magaluf, Santa Ponsa y Paguera, donde se les informa de todo aquello que es relevante para sus vacaciones y además se venden los folletos de senderismo y cicloturismo.

La previsión del calendario de ferias y eventos 2014 es la que se detalla a continuación:

1. FERIAS

1	FERIEN (VIENA) - Enero 2014	SENDERISMO
2	CMT (STUTT GART)- Enero 2014	CICLOTURISMO Y SENDERISMO
3	FITUR (MADRID) - Enero 2014	GENÉRICA
4	LONDON BIKE SHOW - Febrero 2014	CICLOTURISMO
5	FREE (MUNICH) - Febrero 2014	SENDERISMO
6	MITT MOSCÚ - Marzo 2014	GENÉRICA
7	FERIA DE GOLF (por determinar)	GOLF
8	ITB (BERLIN) - Marzo 2014	GENÉRICA
9	TUR (GOTEBURGO) - Marzo 2014	SENDERISMO
10	FIO - Extremadura - Abril 2014	BIRD WATCHING
11	BIRDFAIR (LEICESTER) - Mayo 2014	BIRD WATCHING
12	EUROBIKE (FRIEDRICHSHAFEN) - Septiembre 2014	CICLOTURISMO
13	TOURNATUR (DÜSSELDORF) - Septiembre 2014	OUTDOOR
14	Festival Birdfair - France - Septiembre 2014	BIRD WATCHING
15	WTM (LONDRES) - Noviembre 2014	GENÉRICA

2. Ferias / eventos DEPORTIVOS

1	MARATON LONDRES - Abril 2014	EVENTOS DEPORTIVOS
2	GARMIN VELOTHON - Julio 2014	CICLOTURISMO
3	CHALLENGE ROTH - Julio 2014	EVENTOS DEPORTIVOS
4	MARATON BERLIN - Septiembre 2014	EVENTOS DEPORTIVOS

3. ROAD SHOWS

EUROPEAN SENIOR TOURISM	EUROPEAN SENIOR TOURISM
EUROPEAN SENIOR TOURISM	EUROPEAN SENIOR TOURISM
EUROPEAN SENIOR TOURISM	EUROPEAN SENIOR TOURISM

4. JORNADAS INVERSAS

2 JORNADAS INVERSAS

5. FAM TRIPS

4 FAM TRIPS

6. PRESS TRIPS

2 PRESS TRIPS DE ALEMANIA
CONTRATO RRPP KBC
PRESS TRIPS DE UK

* La asistencia a ferias y demás acciones puede sufrir modificaciones a lo largo del año 2014, en función de variables no previsibles a fecha de hoy.



PATEC

Una de las grandes apuestas, ya iniciada el año pasado, es impulso del plan de acción turismo y deporte de Calvià **PATEC**, cogestionado conjuntamente con el ICE (Institut Calvianer d'Esports) con el objetivo de:

- Captar el mayor número de visitantes en temporada baja
- Dar a conocer las mejoras y excelencias de ocio y deporte intrínsecas al municipio de Calvià (instalaciones deportivas, eventos, senderismo, cicloturismo,)
- Conseguir una mayor difusión de la oferta deportiva de invierno del municipio de Calvià
- Organización de eventos- competiciones que consigan reunir un mayor número de visitantes del mundo del deporte en temporada baja.
- Elaborar un producto turístico deportivo de cualidad y diferenciador que de valor añadido a Calvià.
- Impacto económico 2014 de estas pruebas deportivas: 2.745.878,85€

Por ello, para el año 2014, se prevé la organización de 16 pruebas deportivas, entre ellas el Half Triatlón Challenge Paguera 2014, un evento deportivo que se constituye como la gran apuesta para la promoción turístico- deportiva de Calvià, con la finalidad de crear estancias hoteleras a lo largo de todo el año y que pretende que año tras año tenga una mayor rentabilidad llegando, incluso, a autofinanciarse.

Estrategias y acciones

1. Nuevo impulso al producto turístico-deportivo que se quiere comercializar:
2. Desarrollo y seguimiento del plan global de acción turístico - deportivo del municipio de Calvià para que dé un nuevo impulso a este producto que incluirá:

- a. Realización del plan de márketing y comunicación

Posicionar la marca deportiva del municipio de Calvià dentro del mercado turístico español y europeo, como una marca turístico-deportiva que sea reconocida y valorada por sus valores específicos y singulares.

Reforzar la utilización de nuevas tecnologías para llegar y posicionarse en los mercados emisores.

- b. Formación especializada de los agentes que forman parte del plan de acción turismo y deporte..

3. Organización de eventos* turístico-deportivos a realizar durante el año 2013 para ayudar a la desestacionalización:

	EVENTO	FECHA	LUGAR
1	Maratón Internacional de Magaluf	02.03.2014	Magaluf
2	K-42 & K-21 & km vertical	23.03.2014	Galatzó
3	X Rally Isla de Mallorca	Marzo 2014	Portals
4	Intercambio Pedro Poveda	27-30.03.14	Peguera
5	XVIII Calvià Cup	17-19.04.14	Magaluf
6	Mallorca Dance Sport Challenge	25-27.04.14	Galatzó
7	II Campeonato SUP Race	Abril 2014	El Toro
8	I Volta Piragüismo Palmanova	Abril 2014	Palmanova
9	Danone's Cup	01.05.2014	Santa Ponsa
10	Majorca Beach Rugby Tournament	2-4.05.2014	Magaluf
11	Torneo de Fútbol internacional de policías del mundo	8-11.05.2014	Santa Ponsa
12	Torneo Amateur de fútbol	15-18.05.2014	Santa Ponsa
13	Campeonato de Rugby Seven	Mayo 2014	Son Caliu
14	XI Calvià Chess Festival	2-12.10.14	Palmanova
15	Half Triatlón Challenge Paguera	18.10.2014	Peguera
16	Carrera Sant Silvestre 2014	31.12.2014	Calvià

*Algunos de estos eventos pueden variar, así como también puede verse modificada la fecha .

3. Ejecución del plan director de instalaciones deportivas: training camps

Organización de entrenamientos ("training camps") en las instalaciones deportivas del municipio de Calvià para deportistas que se alojen en nuestro municipio.

Se prevé clasificar las ofertas asignando a cada localidad del término municipal una modalidad deportiva, tematizando por zonas el término de Calvià y realizando un especial esfuerzo en que todos los temas relacionados con triatlón estén vinculados a la localidad de Peguera, así como los de atletismo con la localidad de Magaluf, y los relacionados con fútbol en Santa Ponsa.

Además complementamos el PATEC con un nuevo proyecto llamado:

CALVIÀ CENTRO NÁUTICO

Las funciones de este centro náutico serán, crear, dirigir y coordinar las actuaciones necesarias para llevar a CALVIA a ser un lugar de referencia internacional para la práctica de actividades náuticas. Un destino que no sólo será conocido a nivel

mundial por su urbanismo novedoso, por la recuperación de su edificios o por la oferta de servicios que realizará, si no también como un lugar ideal para la práctica de actividades náuticas de todo tipo. Que duda cabe que ello, a nivel promocional, como destino turístico es de un valor incalculable.

El objetivo se centra en tomar la oferta de servicios náuticos que se ofrece en la actualidad en la costa de Calvià y reordenarla, ampliarla, darle una imagen común, promocionarla y comercializarla. Esas serán las funciones del Centro Náutico. Este no actuará como una mera asociación de empresas para un fin común si no que actuará como casa común de las empresas que tengan interés en fomentar CALVIA como destino puntero a nivel mundial en materia de turismo náutico.

Formarán o pueden formar parte del Centro Náutico, las administraciones públicas que forman parte de la localidad de CALVIA, la Asociación hotelera de Calvià, los puertos deportivos del litoral de CALVIA (Puerto Portals, Club náutico Santa Ponsa, Port Adriano, Club náutico Palmanova) y las empresas náuticas y de servicios náuticos que tengan intereses y estén arraigadas en la localidad de CALVIA, empresas que deseen empezar a ofrecer servicios náuticos en CALVIA y organizaciones sociales que puedan tener algún interés en el impulso y dinamización económica que el centro náutico va a ofrecer y sobre todo en las posibilidades destacionalizadoras que el centro también puede ofrecer, especialmente diseñando “stages” para equipos náuticos de competición o la gestión de muestras, ferias y actividades lúdicas relacionadas con el mar.

Funciones que ejercerá el Centro Náutico de Calvià para la consecución de los objetivos serán los siguientes:

1. Promoción de la oferta náutica de Calvià. El CNC determinará las labores de promoción necesarias, seleccionará ferias y eventos a los que asistir de la mano del área de Turismo del Ayuntamiento de Calvià.
2. Se dará a conocer a los habitantes del municipio el mundo de la náutica, al efecto de lograr que se involucren y sean partícipes de las bondades del proyecto puede suponer para la dinamización y el crecimiento económico del municipio en un área en el que puede ser líder.
3. Se propondrá la celebración de la “Semana del Mar de Calvià”, tomando como lugar de celebración los distintos puertos de Calvià.
4. Se incluye la posibilidad de traer a Calvià la celebración de encuentros y eventos de carácter náutico a efecto de que entidades que auspicien eventos colaboren con la difusión del proyecto y de la idea de que Calvià es un municipio líder en el apoyo y desarrollo del turismo náutico.
5. Comercialización de la oferta náutica de Calvià. El CNC desde su posición de coordinador de las actividades náuticas del municipio, actuará como central de reserva de actividades, promocionará las ventas en estrecho contacto con los proveedores y en contacto con toda la planta hotelera del municipio de Calvià, proporcionará clientes y vías de negocio a los proveedores.
6. Implantación de la plataforma tecnológica TechSea de geoposicionamiento de instalaciones, generación de rutas náuticas y comercialización y reservas de oferta.
7. Estandarización de la oferta. El CNC realizará los estudios pertinentes y creará los manuales oportunos para conseguir una identidad de marca.



Co- gestión, junto al departamento de Patrimonio del Ajuntament de Calvià, para la continuación, o bien creación de nuevos productos turísticos como son:

BIRDING, BOTÁNIC & SNORKEL

Antecedentes.

Después de una serie de años desarrollando el producto *birding calvià* y realizando actuaciones en relación a la mejora de infraestructuras de acogida y de visita de los bienes patrimoniales del municipio con el fin de generar un producto turístico específico, se realizaron diferentes visitas a ferias turísticas específicas de turismo de naturaleza.

Fruto de estas visitas y de un análisis general de los productos de turismo de naturaleza y cultura se llegaron a las siguientes conclusiones:

1.- Existen mercados muy específicos de productos de naturaleza. Entre ellos, uno de los más desarrollados es el *birding*. Sin embargo, estos productos tienen un margen de crecimiento limitado.

2.- Está apareciendo una nueva tendencia que consiste en integrar diferentes productos de naturaleza y compaginarlos con ofertas de tipo cultural, con el fin de generar un producto conjunto de naturaleza y cultura. Estos nuevos paquetes de productos integrados están destinados a un público mucho más generalista que los productos específicos, y por tanto permiten dos ventajas a nivel de desarrollo de mercado:

A.- Permite su comercialización a un mayor número de interesados, pues lo que se ofrece es una experiencia de naturaleza y cultura, y no un producto especializado.

B.- Permite generar una oferta complementaria al turismo ya existente de senderismo o incluso el turismo de masas fuera de julio y agosto, pues su diseño amplio se hace atractivo a un mayor número potencial de turistas.

Fruto de este análisis se ha decidido desarrollar una nueva estrategia de generación de productos a partir de la integración en un sólo paquete de una variedad de oferta de cultura y naturaleza coordinada, integrada y armónica.

Diseño del producto y estado actual de desarrollo.

La nueva propuesta consiste en integrar en una misma plataforma y con una misma estrategia de promoción toda una serie de productos específicos de naturaleza y cultura que se desarrollan de manera conjunta y coordinada, aunque también se pueden implementar de manera específica e independiente.

El nombre de esta plataforma digital y de promoción se denominará + **CALVIA**

El desarrollo de esta plataforma se estructura a partir de los siguientes elementos estructurales:

- 1.- Descripción de los elementos integrantes para cada producto
- 2.-Rutas senderistas en las que se pueden ver cada uno de estos productos
- 3.- Sistemas de gestión de información para los turistas de manera integrada para cada producto (buscadores, mapas de localización, guías de visita, etc.).
- 4.- Desarrollo temporal de la oferta a lo largo de todos los meses del año
- 5.- Desarrollo territorial de la oferta a lo largo de todo el municipio y con un buen nivel de conexión a través de estrategias de conectividad entre las zonas más turísticas al resto del municipio.

Productos diseñados:

A día de hoy se está trabajando en el diseño de cuatro productos de cultura y naturaleza:

<i>Biriding Calvia.</i>

Temática: Producto relacionado con el turismo ornitológico
Nivel actual de desarrollo: Finalizado a nivel de plataforma digital,. Se realizan labores de mejora y mantenimiento así como labores de formación, promoción y adhesión a producto

<i>Botánic Calvia.</i>

Temática: Producto relacionado con el turismo botánico
Nivel actual de desarrollo: Finalizado el trabajo de campo de detección de patrimonio botánico de interés turístico. Definidas las rutas. Falta implementación en plataforma digital, desarrollo de estrategias de formación, promoción y adhesión a producto

Historic Calvia.

Temática: Producto relacionado con el turismo cultural
Nivel actual de desarrollo: Finalizado el trabajo de campo de detección de patrimonio histórico-artístico de interés turístico. Definidas las rutas e información complementaria (folletos, guías, etc.). Falta implementación en plataforma digital, desarrollo de estrategias de formación, promoción y adhesión a producto

Snorkel Calvia.

Temática: Producto relacionado con actividades de submarinismo si botellas
Nivel actual de desarrollo: Pendiente de definición de zonas, rutas y elementos de interés. Futura implementación en plataforma.

Desde hace ya varios años, FC2004 ha estado colaborando con el departamento de cultura del Ajuntament de Calvià con el fin de buscar sinergias y proximidades que permitan un desarrollo turístico –cultural interesante.

Algunos de los proyecto importantes en este ámbito a desarrollar y dar continuidad conjuntamente durante el año 2014 son:

OKTOBERFEST

Durante el año 2013 se sacó concurrencia pública para que empresas interesadas presentaran su proyecto de organización de la Oktoberfest en Santa Ponsa. Las bases concretaban una duración de 2 años más dos años más de prórroga en caso de acuerdo de las partes.

Finalmente, el grupo TRUI Mallorca ganó la concurrencia, y en el 2014 será su segunda Oktoberfest en Calvià.

En la edición anterior, cerca de 27.000 personas acudieron a este evento, que se celebrará todos los años a partir del 7 de octubre, atendiendo al hecho que queremos que sea un evento desestacionalizador.

FIESTAS DEL REI EN JAUME

Las Fiestas Rei En Jaume es una actividad que organiza el Ajuntament de Calvià con el objetivo de ofrecer actividades culturales y lúdicas que fomenten la participación de los residentes y turistas en el municipio.

Las Fiestas del Rei En Jaume son el evento cultural más importante que se lleva a cabo en el municipio. Representan la conmemoración de un hecho histórico y sirven como un potente instrumento cohesionado. Dentro de las Fiestas del Rei En Jaume, se incluyen actividades de todo tipo: tradicionales, deportivas, musicales, teatrales, de arte, etc.

Estas fiestas crecen año a año y en las últimas ediciones ha destacado el aumento de turistas que eligen visitar el municipio coincidiendo con esta celebración.

Por ello seguimos trabajando en ofrecer un programa de actividades variado que pueda ser de interés tanto de nuestros residentes como de nuestros turistas.

BETART

Durante los meses de septiembre y octubre de 2012, se llevaron a cabo las primeras obras que formaron parte del proyecto de intervenciones urbanas en Calvià: "BETART" y el año 2013 se ha incrementado el número de obras con un total de.....

BetArt, es un proyecto de artes plásticas que nació con 5 objetivos principales:

- Realizar intervenciones artísticas sacando el arte a la calle para encontrar la interacción y el diálogo con el ciudadano y el visitante.
- Garantizar la participación en el mismo de creadores del municipio
- Crear sinergias entre creadores, entidades públicas y privadas
- Impulsar un nuevo espacio de reunión y contacto entre artistas, interesados en artes, etc.
- Poner en valor el municipio de Calvià creando nuevos alicientes turísticos y embelleciendo espacios públicos y privados, situados estratégicamente o aprovechando espacios degradados

El resultado de las dos primeras ediciones de BetArt Calvià, ha sido la realización de 17 obras de arte urbano que pasan a ser patrimonio del municipio. En su creación intervinieron artistas locales y artistas invitados con proyección nacional e internacional.

Durante el 2013 las intervenciones se realizaron en diferentes infraestructuras y espacios que se pusieron a disposición de BetArt en: Magaluf, Palmanova, y Son Caliu. Estos espacios cedidos tienen, en algunos casos, titularidad pública ya que pertenecen a edificios o espacios públicos propiedad del propio Ajuntament y en otros casos son de titularidad privada como es el caso de las Centrales Endesa o paredes de apartamentos e infraestructuras hoteleras conseguidas, en buena parte, gracias a la colaboración de la Asociación de Hoteleros de Palmanova-Magaluf.

Además en el año 2013 se contrataron 3 comisarios que además de proponer dos proyectos artísticos cada uno, formaron parte del comité de selección de los proyectos presentados a la convocatoria pública.

Con todo ello se pretende que las propuestas de intervención vengan avaladas por profesionales que aporten valor y criterio artístico y que el proyecto BetArt, en general, tenga un asesoramiento en el desarrollo de las actividades complementarias relacionadas con el arte: conferencias, talleres, mesas redondas, etc.

Así mismo, la intención es que se creen contenidos de calidad en diferentes estilos y tonos, según el comisario seleccionado y en base al bagaje intelectual y artístico de cada uno de ellos. Escribiendo artículos, presentaciones de los artistas y sus proyectos, textos, entrevistas, posts, etc., que aporten una mayor visibilidad y comprensión del proyecto y las obras.

La finalidad última del proyecto BetArt es la realización de un Museo al Aire libre de Arte Urbano con obras contextualizadas en el espacio público. Un museo de uso y disfrute para los residentes y visitantes del municipio, que haga de Calvià un lugar donde pasear por las calles y las plazas sea mucho más atractivo y en el que las obras realizadas acerquen el arte al ciudadano en un entorno mucho más cotidiano al tradicional, sin puertas ni horarios.

CONCIERTOS

Promover la celebración de conciertos varios:

- Concierto de San Juan en Santa Ponsa

DIA DEL TURISTA PEGUERA

Con el objetivo de homenajear a los turistas que visitan el municipio de Calvià, la Asociación Hotelera de Peguera y Cala Fornells celebra anualmente el **Día del Turista**.

Atendiendo a los objetivos principales de la Fundación Calvià 2004 de organizar, promocionar y realizar actividades y eventos que ayuden a promocionar Calvià como destino turístico, sobre todo en la temporada media y baja y, atendiendo a la petición de colaboración de uno de sus patronos, la A.H de Peguera – Cala Fornell, se aúnan esfuerzos entre ambas entidades para organizar una fiesta para nuestro turistas.

Por tanto, se prevé llevar a cabo un amplio programa de actividades para la celebración del Día del Turista en Peguera 2014, entre las que encontramos pasacalles con baile flamenco, correfocs, samba, entre otros; cuatro escenarios con espectáculos musicales y un espectáculo pirotécnico como cierre del día festivo.

FIESTA DE LA PRIMAVERA EN PALMANOVA-MAGALUF

Todos los años, la asociación hotelera de Palmanova-Magaluf, en colaboración con el Ayuntamiento de Calvià y la FC2004, organiza el Festival de Primavera Magaluf.

A lo largo de la jornada se realizan diferentes actividades como pasacalles de 'dimonis', 'correfoc', etc.

Es como el pistoletazo de salida a la temporada turística.



DIA DEL TURISTA EN PALMANOVA-MAGALUF

Con el objetivo de homenajear a los turistas que visitan cada año nuestro municipio se pretende celebrar en 2014 el Día del Turista en Palmanova- Magaluf.

Se trata de una fiesta, dirigida principalmente a los turistas alojados en el área de Palmanova - Magaluf con un gran programa de actividades y de actuaciones musicales que terminan con un espectáculo de fuegos artificiales. La idea es tratar de dar un nuevo enfoque a esta fiesta para que pueda llegar a ser, en caso de que haya continuidad y buen hacer, un evento clave para aumentar la ocupación turística a final de temporada.

GESTIÓN DE TALLERES Y CURSOS CULTURALES

En el año 2010, el Ajuntament de Calvià solicitó a FC2004 su colaboración para la gestión de talleres y cursos culturales del municipio de Calvià; y teniendo presente que entre los objetivos de la FC2004 se encuentra el, promover, promocionar y gestionar proyectos de interés general para los ciudadanos del municipio, desde entonces co-gestionamos estas actividades.

Comentar, que una novedad para el año 2014 es la creación de una batucada de Calvià, cuya formación será gratuita pero que deberá actuar en 6 eventos mínimo cada semestre.



Conocemos que de la gastronomía de un destino, de una u otra forma, disfrutan todos aquellos que nos visitan, aunque algunos estudios apuntan que hay varios segmentos de turismo específico en los que el sector gastronómico tiene especial incidencia. Entre ellos destacan:

- Turismo rural y de naturaleza: se trata de un segmento de mercado que busca sumergirse en el entorno rural y en su estilo de vida, y conocer los recursos más relevantes del destino al que acuden.
Este turista busca comer en establecimientos en los que se pueda disfrutar de comida tradicional con materia prima local.
- Turismo cultural: Los turistas culturales, tienen muy presente la gastronomía del lugar en la decisión de elegir el destino.
Este segmento aparte de acercarse a los restaurantes para degustar la cocina local, desde la tradicional a la más innovadora: también está interesado en conocer otras manifestaciones gastronómicas, ferias, bodegas, etc.

Ambos son sectores de meses de temporada media abril – mayo / octubre – noviembre, meses en los que desde FC2004 organizamos nuestros ya tradicionales proyectos proyectos:

1. MOSTRA DE CUINES D'ABRIL

2. MOSTRA DE CUINES DE TARDOR

3. GINTAPA CALVIÀ

La Fundación Calvià 2004, en su objetivo de ofrecer y promocionar la oferta gastronómica del municipio, promueve la II Edición de Gintapa Calvià.

Gintapa Calvià 2014 tiene como objetivo:

- Mejorar y diversificar la imagen internacional de nuestro municipio aprovechando la gastronomía para incrementar su competitividad en el mercado turístico.
- Desarrollo de experiencias alrededor de la cultura gastronómica durante los meses de menor número de estancias, con el objetivo de incrementarlas, esto es a inicio y final de temporada turística de sol y playa.
- Promocionar la oferta complementaria de Calvià incentivando el consumo entre residentes y visitantes.
- Dar a conocer las empresas del municipio mediante la creación de varias rutas de tapas y gin tonics por las distintas zonas del municipio durante el mes de noviembre.

Aprovechar las sinergias que puedan surgir con el resto de sectores, como pueda ser el comercio (noche abierta del comercio), y realizar acciones de dinamización en las zonas con actuaciones de grupos de jóvenes, exposiciones de artistas... en las calles donde haya más concentración de establecimientos participantes logrando de esta manera atraer a más público ofreciendo, en definitiva, un programa amplio de actividades complementarias.

GINTAPA CALVIÀ 2014 va dirigido a residentes de Calvià y a visitantes ocasionales que en el mes de noviembre quieran degustar al rica y variada oferta gastronómica de Calvià.



PRESUPUESTO