

## FICHA DE ACTUACIÓN 24

<b>DESCRIPCIÓN DE CADA ACTUACIÓN</b>					
NÚMERO DE ACTUACIÓN: 24					
EJE PROGRAMÁTICO: COMPETITIVIDAD					
TÍTULO ACTUACIÓN					
(Promoción de Hellín como Destino Turístico Inteligente) Fam Trips					
ETIQUETA CLIMÁTICA A LA QUE SE ASIGNA LA ACTUACIÓN (SOLO PARA LAS ACTUACIONES DE LOS EJES 1 Y 2)					
ANUALIDAD/ES DE EJECUCIÓN		<input checked="" type="checkbox"/> Primera Anualidad <input checked="" type="checkbox"/> Segunda Anualidad <input type="checkbox"/> Tercera Anualidad <i>Deberá señalarse la anualidad o anualidades durante las que se prevé ejecutar la actuación.</i>			
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN</b>					
Desarrollar los viajes de familiarización (en inglés fam trips o fam tours) a Hellín y a sus zonas turísticas de cualquiera de las doce pedanías, como viajes de cortesía que se ofrecen a operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona.					
<b>NECESIDAD DEL DESTINO O DE LOS PRODUCTOS QUE JUSTIFICA LA ACTUACIÓN</b>					
El objetivo de desarrollo rápido de la Industria Turística en Hellín hace necesario que los propios agentes emisores, turoperadores, mayoristas o similares a conocer in situ el destino para poder ofrecerlo posteriormente con conocimiento de causa.					
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN</b>					
Hacer vivir a los agentes emisores el mismo turismo experiencial que a los clientes. Crear una necesidad de incorporar Hellín a los circuitos. Consolidar marca Hellín y situarla en el sector. Conocimiento de Hellín como destino turístico consolidado.					
<b>ACTOR EJECUTOR DE LA ACTUACIÓN</b>					
Ente Gestor del Destino					
<b>ACTORES IMPLICADOS DE LA ACTUACIÓN</b>					
Ayuntamiento de Hellín. Consejo de Turismo. Asociaciones de Vecinos. Asociaciones empresariales.					
<b>PRESUPUESTO</b> Primera Anualidad <i>(euros con dos decimales)</i>	40.000	<b>PRESUPUESTO</b> Segunda Anualidad <i>(euros con dos decimales)</i>	40.000	<b>PRESUPUESTO</b> Tercera Anualidad <i>(euros con dos decimales)</i>	
<b>RESULTADOS PREVISTOS</b>					
Implantación y fortaleza de la marca Hellín en agentes turísticos y la penetración de los productos turísticos de Hellín					

en los mercados emisores. Línea propia de turismo diferencial y ventaja competitiva en circuitos.

#### **INDICADORES PARA SU EVALUACIÓN**

Grado de desarrollo del Plan. Número de viajes organizados por tour operador.

**¿DISPONE LA ENTIDAD LOCAL DE LA TITULARIDAD DE LOS RECURSOS O TERRENOS NECESARIOS PARA REALIZAR ESTA ACTUACIÓN? EN CASO CONTRARIO, ¿TIENE GARANTIZADA SU DISPOSICIÓN MEDIANTE ALGÚN ACUERDO DE CESIÓN O SIMILAR?**

Sí