

**PLAN DE ACTUACIÓN 2018**

**FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA**

**DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

El presupuesto para el ejercicio 2018 responde a una nueva visión del destino, basada en el estilo de vida mediterránea, en la cultura y la tradición de València, en un proceso constante de participación público-privada y en la evaluación de la sostenibilidad y la rentabilidad de la actividad. Aborda un Plan de Actuaciones coherente con las líneas establecidas en el Plan Estratégico Turístico de València, "València Turística hacia el 2020". La Fundación se encarga de liderar ese Plan y en este ejercicio 2018 se llevarán a cabo numerosas acciones concretadas en el Plan con la voluntad de alcanzar la Visión y Misión que allí se formulan.

Siguiendo la estructura del Plan Estratégico, el Plan de Actuaciones 2018 abordará inversiones y gastos principalmente en tres de las cuatro estrategias que se plantean en el Plan cuatrienal.

**Estrategia 1. Crear Valor para el visitante.** Incrementar el atractivo de la ciudad, a través del desarrollo de 11 programas de producto por especialización y para segmentos de demanda más diversos.

**Estrategia 2. Actualizar la marca València y promoción más segmentada y tecnológica en mercados.** Promoción segmentada, generando nuevos contenidos para diferentes soportes y adecuados a cada perfil de demanda concreta. Se hará el aterrizaje del nuevo portal con todas sus ventajas tecnológicas y nuevas funcionalidades.

**Estrategia 3. Un destino inteligente y sostenible.** Indica la necesidad de mejorar la información cuantitativa y cualitativa sobre el funcionamiento y los efectos del turismo, aprovechando las oportunidades y evitando las amenazas.

**Estrategia 4. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa,** plantea numerosas medidas que no requieren de asignaciones presupuestarias suplementarias a las que actualmente se aplican para el mantenimiento de la estructura de personal y actividades corrientes. Por una parte, se trata de mejorar la eficiencia y la transparencia cambiando la manera de organizarse y operar.

El plan de actuación que se propone para 2018 refleja un aumento del total de ingresos 7% respecto del presupuesto inicial de 2017. Se prevé que los ingresos por ventas y publicidad sean de un 8% como consecuencia del crecimiento orgánico de la fundación para atender la llegada de nuevos visitantes. Y aumentando, además, la participación privada en los programas de producto.

El plan de actuación se elabora de acuerdo con las indicaciones dadas por el Protectorado de Fundaciones de la Comunidad Valenciana (según Real Decreto 1491/2011). A continuación, se detalla la valoración económica del plan de actuaciones según estos tipos de actividades:

La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

1

El Secretario

D. José Antonio Martínez

- Actividad 1: **MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO.**
- Actividad 2: **ACCIONES DE LA ESTRATEGIA CREAR VALOR PARA EL VISITANTE – PRODUCTOS.**
- Actividad 3: **ACCIONES DE LA ESTRATEGIA MARCA Y PROMOCIÓN EN MERCADOS.**
- Actividad 4: **ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS DESTINO INTELIGENTE**



La Presidenta  
Dña. Sandra Gómez

2



El Secretario  
D. José Antonio Martínez

## ACTIVIDAD 1. MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO.

### 1. Identificación:

Denominación: MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO.

Tipo de actividad: Mercantil.

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: Creación y aprovisionamiento de material informativo y comercial sobre los servicios turísticos de la ciudad, así como de productos promocionales inspirados en València para su distribución.

Lugar de desarrollo: Se distribuyen a través de la red de oficinas de atención al visitante y de la tienda online.

### 2. Recursos humanos a emplear en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	19,25	32.711
Personal voluntario		

### 3. Beneficiarios de la actividad:

Son beneficiarios directos de la actividad mercantil los agentes económicos que proporcionan los productos y servicios turísticos.

### 4. Objetivo:

Mostrar la oferta turística de la ciudad de la manera directa, completa, útil y actualizada. Impulsar la comercialización de productos y servicios turísticos y posicionar a la Fundación como la mejor entidad desde la que realizar una planificación integral de la visita a la ciudad.

La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

El Secretario

D. José Antonio Martínez



## ACTIVIDAD 2. ACCIONES DE LA ESTRATEGIA CREAR VALOR PARA EL VISITANTE Y PRODUCTOS.

### 1. Identificación:

Denominación: ESTRATEGIA: CREAR VALOR PARA EL VISITANTE.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción:

La creación de valor para el visitante se plantea como la articulación de una oferta diversa y atractiva que responda y supere sus expectativas, que satisfaga sus necesidades y requerimientos específicos y que promueva el incremento del consumo y el gasto entre los visitantes.

Acciones a desarrollar:

- Estructurar el conjunto de la oferta y servicios turísticos de la ciudad en torno a programas de producto, promoviendo una gestión del marketing del destino más segmentada y con mayor protagonismo empresarial.
- Priorizar las inversiones en los programas de Convention Bureau, Cultura y Gastronomía.
- Continuar invirtiendo en la estructuración y promoción de València Film Office.
- Mejorar el modelo de funcionamiento y apoyo a la promoción de València Excellence.
- Continuar promocionando los productos Shopping, Cruceros, Naturaleza, Turismo Idiomático y de Aprendizaje y el Turismo Médico/Wellness.
- La mejora continua de la atención al turista, desde la preparación del viaje hasta después de su experiencia en el destino, mediante las oficinas de información turística y medios online.
- Retomamos la gestión de una oficina móvil (vehículo autónomo), que estará presente en sitios de interés (Albufera, zonas de eventos, espacios de congresos, etc.).

Lugar de desarrollo:

Las acciones se llevan a cabo a principalmente a nivel local, pero en las acciones de promoción el alcance ya es nacional e internacional.

La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

El Secretario

D. José Antonio Martínez

## 2. Recursos humanos a emplear en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	22,50	37.744
Personal voluntario		

## 3. Beneficiarios de la actividad:

La ciudad de València y sus habitantes, siendo beneficiarios directos los agentes económicos relacionados con el sector turístico.

## 4. Objetivos:

- Mejorar la capacidad de generar negocio para el destino turístico, mediante acciones de marketing que parten de un portfolio de productos/mercados.
- La mejora continua de la atención al visitante.
- La mejora de la calidad, mediante la colaboración de los actores turísticos de la ciudad en torno a productos turísticos.
- Hacer de la hospitalidad y la cultura de acogida tan genuinamente mediterránea, una seña de identidad del destino.



La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

5



El Secretario

D. Jose Antonio Martínez

### ACTIVIDAD 3. ACCIONES DE LA ESTRATEGIA MARCA-PROMOCIÓN EN MERCADOS.

#### 1. Identificación:

Denominación: ACCIONES ENCAMINADAS A LA MARCA Y PROMOCIÓN EN MERCADOS.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción:

Desarrollo de planes específicos en cada mercado relevante atendiendo al número de turistas recibidos en la ciudad, tanto para difundir la imagen de la marca como para actuar sobre los canales adecuados. Actuación en mercados con conexiones directas, o en zonas de población con fuerte potencial emisor.

Nuestra promoción se dirige a los operadores que venden por internet o con una extensa red de agencias minoristas. En los mercados intercontinentales la promoción es con la colaboración directa con turoperadores. También nos dirigimos a aquellos prescriptores que influyen sobre los comercializadores y sobre la opinión pública (medios de comunicación, portales internet, blogs, redes sociales, etc.).

Acciones a desarrollar:

- Realización de acciones para la actualización y fortalecimiento de la marca.
- Diseño de nuevos soportes y publicaciones.
- Pertenencia a los siguientes organismos: SCB, ICCA, UIA, ECM, OMT, Asociación Española de Fundaciones, Asociación Hispano-japonesa, MPI, Red C-6, Asociación Española de Turismo Gastronómico, Alianza ciudades, Aturfam, Spaincares y Mesa del Turismo.
- Agenda anual de acciones de promoción segmentadas por mercado, de manera que el destino siga presente en los soportes del sector emisor en cada país (webs de viajes, catálogos, etc.) y en las diferentes herramientas que el turista utiliza para tomar sus decisiones de viaje (medios de comunicación, internet, redes sociales, blogs, etc.).
- Mantener un contacto habitual con prescriptores y decisores en agencias de viaje, turoperadores y líneas aéreas.
- Refuerzo del marketing online, continuando con el cambio en profundidad del portal web, introducción de un CRM, generación de nuevo contenido web.

La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

6

El Secretario

D. José Antonio Martínez

Lugar de desarrollo:

Las acciones directas se realizan en cada mercado, a través de presentaciones de destino, atención a las principales ferias turísticas, jornadas de trabajo para generar contactos, reuniones de trabajo, acciones comerciales, acciones de co-marketing con la base de clientes o con los intermediarios, etc. Las acciones indirectas, se desarrollan en destino, con viajes de familiarización, de prensa, etc.

Las acciones de inversión en nuevas herramientas online se efectúan en València, si bien su alcance es global.

**2. Recursos humanos a emplear en la actividad:**

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	18,50	31.034
Personal voluntario		

**3. Beneficiarios de la actividad:**

La ciudad de València y sus habitantes, siendo beneficiarios directos los agentes económicos relacionados con el sector turístico.

**4. Objetivos:**

- Dotar a València de una marca turística que refleje los siguientes atributos: reconocimiento internacional, estilo de vida mediterráneo, patrimonio tangible e intangible, las vanguardias artísticas y arquitectónicas y la sostenibilidad del destino.
- Desarrollar una nueva plataforma global de comunicación turística, que integrará diferentes recursos tecnológicos para optimizar la comunicación segmentada, contextualizada y personalizada
- Captar nuevos segmentos de demanda con mayor capacidad de gasto y desestacionalizadores.
- Enfocar la comunicación de manera diferenciada según los productos turísticos del portafolio.
- Ampliar la cuota de mercado del turismo internacional.
- Mantener la conectividad aérea actual y apoyar nuevas conexiones en mercados de alta capacidad de gasto.

La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

7

El Secretario

D. José Antonio Martínez



**ACTIVIDAD 4. ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS DE DESTINO TURISTICO INTELIGENTE.****1. Identificación:**

Denominación: ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS DE DESTINO INTELIGENTE Y GOBERNANZA

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción:

València irá dotándose de las herramientas necesarias para hacer de la ciudad un destino más inteligente. A su vez, la alineación de ésta estrategia y sus planes con la tendencia a la creación de ciudades inteligentes y de destinos inteligentes (en coordinación y coherencia con los planes autonómicos y nacionales correspondientes de Turismo), asegurará la máxima eficacia y el máximo rigor técnico.

En primer lugar, es necesario invertir en innovación y tecnología, de manera que se vaya integrando toda la información que pueda ser interesante para la toma de decisiones públicas y privadas más eficientes en términos de rentabilidad y sostenibilidad.

El análisis de la información es una parte nuclear de todo este plan; hay margen para sacarle mayor partido y difundirla entre las empresas asociadas a la Fundación Turismo València, incrementando el valor a los socios.

El segundo lugar, debemos proteger y fomentar la calidad de vida en la ciudad. Este es un tema crucial para la supervivencia de un destino turístico que ve crecer su flujo de demanda. Debemos continuar garantizando la excelencia de la experiencia que la ciudad ofrece al turista, pero sin decremento de la calidad de vida y anticipando y evitando posibles conflictos sociales.



La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

8



El Secretario

D. José Antonio Martínez

Acciones a desarrollar:

- Diseño e implementación de Gestión del Destino Turístico Inteligente: Implantación de las normas UNE 178500 de DTI
- Sistema Indicadores Turísticos: Análisis del perfil de la demanda y oferta turística de la ciudad, para su evaluación y posterior toma de decisiones de negocio en función de los indicadores.
- Destino Sostenible: Avanzar en la implantación progresiva del nuevo Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS). Continuación en el proyecto "Smart City Tourism Hospitality" (SCITHOS). Gestión del proyecto Castwater.
- Destino Accesible: Trabajar en la implantación progresiva de la UNE 170001:1:2007 sobre accesibilidad en la red de oficinas de información turística.
- Mejora de la Calidad: Acciones para la mejora continua de procesos internos y el sostenimiento de las certificaciones de calidad según las siguientes normas: UNE EN ISO 9001:2008, UNE 187003:2008 para Oficinas de Información Turística y UNE 187005:2009 para Convention Bureau.

Lugar de desarrollo: Estas acciones se desarrollan en la ciudad de València.

**Recursos humanos a emplear en la actividad:**

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	8,50	14.259
Personal voluntario		

**2. Beneficiarios de la actividad:**

La ciudad de València y sus habitantes, siendo beneficiarios directos los agentes económicos relacionados con el sector turístico.



La Presidenta  
Dña. Sandra Gómez



El Secretario  
D. José Antonio Martínez

### 3. Objetivos:

Los objetivos de la estrategia de destino sostenible e inteligente son:

- Reducir el impacto negativo social y medioambiental del turismo.
- Mejorar la accesibilidad turística de València.
- Incrementar la cantidad de información disponible para hacer un seguimiento integral de la evolución del turismo.
- Fomentar la calidad de la experiencia del turista en la ciudad.
- Difundir la información disponible para ayudar a las empresas asociadas a mejorar sus operaciones y a construir un sector competitivo.
- Implementar un modelo de gobernanza turística más integral y colaborativo.



La Presidenta  
Dña. Sandra Gómez



El Secretario  
D. José Antonio Martínez

**Resumen del presupuesto de gastos por actividades.**

**II. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES EMPLEADOS 2018.**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1 LINEA DE NEGOCIO	Actividad 2 CREAR VALOR	Actividad 3 ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS	Actividad 4 DESTINO TURISTICO INTELIAGENTE	Total actividades	No imputados a las actividades	TOTAL
Gastos por ayudas y otros							
a) Ayudas monetarias							
b) Ayudas no monetarias							
c) Gastos colaboraciones y órganos de gobierno							
Variación de existencias de productos terminados							
y en curso de fabricación							
Aprovisionamientos	3.450.000				3.450.000		3.450.000
Gastos de personal	797.415	915.551	826.949	413.475	2.953.390		2.953.390
Otros gastos de explotación	131.124	909.250	1.414.281	330.590	2.785.245		2.785.245
Amortización del Inmovilizado							
Deterioro y resultado por enajenaciones de							
instrumentos y financieros	540	620	560	280	2.000		2.000
Gastos financieros							
Variaciones de valor razonable en instrumentos							
financieros							
Diferencias de cambio							
Deterioro y resultado por enajenaciones de							
instrumentos y financieros							
Impuestos sobre beneficios							
<b>Subtotal gastos</b>	<b>4.379.079</b>	<b>1.825.421</b>	<b>2.241.790</b>	<b>744.345</b>	<b>9.190.635</b>		<b>9.190.635</b>
Adquisiciones de Inmovilizado	21.870	25.110	22.680	11.340	81.000		81.000
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico							
Cancelación de deuda no comercial	25.380	29.140	26.320	13.160	94.000		94.000
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>47.250</b>	<b>54.250</b>	<b>49.000</b>	<b>24.500</b>	<b>175.000</b>		<b>175.000</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>4.426.329</b>	<b>1.879.671</b>	<b>2.290.790</b>	<b>768.845</b>	<b>9.365.635</b>		<b>9.365.635</b>

La Presidenta

Dña Sandra Gómez

El Secretario

D. José Antonio Martínez



### Resumen del presupuesto de ingresos previstos.

#### A. Ingresos de la entidad

INGRESOS	Previsto
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio	
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias	
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	4.598.000,00
Subvenciones del sector público	4.389.634,72
Aportaciones privadas	370.000,00
Otros tipos de ingresos	8.000,00
<b>TOTAL INGRESOS OBTENIDOS</b>	<b>9.365.634,72</b>

#### B. Otros recursos económicos

OTROS RECURSOS	Previsto
Deudas contraídas	
Otras obligaciones financieras asumidas	
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>0</b>



La Presidenta

Dña. Sandra Gómez



El Secretario

D. José Antonio Martínez

## Presupuesto de ingresos y gastos 2018.

GASTOS	
	EUROS
<b>1.- AYUDAS MONETARIAS</b>	<b>0</b>
<b>2.- APROVISIONAMIENTOS</b>	<b>3.450.000</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	3.450.000
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	
<b>3.- PERSONAL</b>	<b>2.953.390</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	797.415
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	915.551
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	826.949
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	413.475
<b>4. - AMORTIZACION</b>	<b>175.000</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	47.250
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	54.250
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	49.000
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	24.500
<b>5.- OTROS GASTOS</b>	<b>2.785.245</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	131.124
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	909.250
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	1.414.281
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	330.590
<b>6.- DOTACION PARA INSOLVENCIAS</b>	<b>0</b>
<b>7.- GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>2.000</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	540
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	620
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	560
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	280
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>9.365.635 €</b>

INGRESOS	
	EUROS
<b>1.- Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio</b>	<b>8.000</b>
<b>2.- Ventas y prestación de servicios de las actividades propias</b>	
<b>3.- Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles</b>	<b>4.598.000</b>
<b>4.- Aportaciones del sector público</b>	<b>4.389.635</b>
<b>5.- Aportaciones privadas.</b>	<b>370.000</b>
<b>6.- Otros tipos de ingresos</b>	
<b>TOTAL INGRESOS OBTENIDOS</b>	<b>9.365.635 €</b>

La Presidenta

Dña. Sandra Gómez

El Secretario

D. José Antonio Martínez