

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**CUENTAS ANUALES CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO 2023**

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023 Y DE 2022**

(Expresado en euros)

<b>ACTIVO</b>	<b>Notas en la memoria</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2022</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>3.092.017,90</b>	<b>3.014.392,13</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>Nota 5</b>	<b>826.491,68</b>	<b>713.866,46</b>
Patentes, licencias, marcas y similares		25.183,59	85.042,03
Aplicaciones informáticas		426.703,69	441.175,13
Otro inmovilizado		374.604,40	187.649,30
<b>Inmovilizado material</b>	<b>Nota 6</b>	<b>2.219.117,76</b>	<b>2.255.141,17</b>
Terrenos y construcciones		2.145.748,31	2.175.449,26
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		73.369,45	79.691,91
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>Nota 8.1</b>	<b>46.408,46</b>	<b>45.384,50</b>
Otros activos financieros		46.408,46	45.384,50
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>3.549.590,72</b>	<b>2.771.696,55</b>
<b>Existencias</b>	<b>Nota 12</b>	<b>162.753,16</b>	<b>117.909,20</b>
Comerciales		162.753,16	117.909,20
<b>Usuarios y otros deudores de la actividad propia</b>	<b>Nota 8.1</b>	<b>2.149.512,50</b>	<b>1.742.410,39</b>
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>Nota 8.1</b>	<b>173.614,19</b>	<b>67.868,13</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		170.497,19	64.928,13
Personal		3.117,00	2.940,00
Otros créditos con las administraciones públicas	<b>Nota 13</b>		
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>		<b>-</b>	<b>5.120,00</b>
Otros activos financieros		-	5.120,00
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>19.438,03</b>	<b>43.313,97</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>Nota 8</b>	<b>1.044.272,84</b>	<b>795.074,86</b>
Tesorería		1.044.272,84	795.074,86
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>6.641.608,62</b>	<b>5.786.088,68</b>

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023 Y DE 2022**  
 (Expresado en euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas en la memoria	2023	2022
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>3.677.910,19</b>	<b>2.941.059,92</b>
<b>Fondos propios</b>	<b>Nota 11</b>	<b>3.474.349,32</b>	<b>2.710.472,37</b>
Dotación Fundacional		851.853,02	851.853,02
Reservas		1.858.619,35	1.743.899,22
Excedente del ejercicio	<b>Nota 3</b>	763.876,95	114.720,13
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>Nota 17</b>	<b>203.560,87</b>	<b>230.587,55</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>9.915,45</b>	<b>33.147,64</b>
<b>Deudas a largo plazo</b>		-	<b>19.343,17</b>
Acreeedores por arrendamiento financiero	<b>Nota 7.1 y 9.1</b>	-	19.343,17
<b>Pasivo por impuesto diferido</b>	<b>Nota 13</b>	<b>9.915,45</b>	<b>13.804,47</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>2.953.782,98</b>	<b>2.811.881,12</b>
<b>Provisiones a corto</b>	<b>Nota 9.1</b>		
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>Nota 9.1</b>	<b>1.647.122,90</b>	<b>1.863.632,08</b>
Deudas con entidades de crédito		1.400.000,00	1.697.709,00
Acreeedores por arrendamiento financiero	<b>Nota 7.1</b>	19.503,13	17.419,56
Otros pasivos financieros		227.619,77	148.503,52
<b>Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>Nota 9.1</b>	<b>1.306.660,08</b>	<b>948.249,04</b>
Acreeedores varios		882.705,61	666.251,05
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		63.672,59	38.547,10
Otras deudas con las Administraciones Públicas	<b>Nota 13</b>	360.281,88	243.450,89
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>6.641.608,62</b>	<b>5.786.088,68</b>

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**CUENTA DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE A LOS EJERCICIOS**  
**TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2023 Y DE 2022**

(Expresada en euros)

CUENTA DE RESULTADOS	Notas en la memoria	2023	2022
<b>A) EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>			
<b>Ingresos de la actividad propia</b>	Nota 14.e	<b>9.444.863,24</b>	<b>7.954.336,93</b>
Cuotas asociados y afiliados		367.815,74	178.966,80
Aportaciones de usuarios			5.920,66
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	Nota 22.1	5.000,00	6.069.900,00
Subvenciones imputadas al excedente del ejercicio	Nota 17	9.072.047,50	1.699.549,47
<b>Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil</b>	Nota 14.e	<b>4.422.914,75</b>	<b>3.438.480,35</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	Nota 14.a	<b>(2.667.610,82)</b>	<b>(2.377.044,82)</b>
Consumo de mercaderías		(2.667.610,82)	(2.377.044,82)
<b>Deterioro de mercaderías y otros provisionamientos</b>			
<b>Otros ingresos de la actividad</b>	Nota 14.e	<b>63.899,05</b>	<b>77.718,17</b>
<b>Gastos de personal</b>		<b>(3.511.864,42)</b>	<b>(3.309.166,63)</b>
Sueldos, salarios y asimilados		(2.759.069,21)	(2.579.495,31)
Cargas sociales	Nota 14.b	(752.795,21)	(729.671,32)
Provisiones			
<b>Otros gastos de la actividad</b>		<b>(6.866.208,40)</b>	<b>(5.558.849,61)</b>
Servicios exteriores	Nota 14.c	(572.338,91)	(601.417,67)
Tributos		(15.272,25)	(18.434,01)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales			
Otros gastos de gestión corriente	Nota 14.d	(6.278.597,24)	(4.938.997,93)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	Notas 5 y 6	<b>(129.265,26)</b>	<b>(143.153,79)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	Nota 17	<b>27.026,68</b>	<b>30.534,96</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>		-	-
Resultados por enajenaciones y otros		-	-
<b>Otros resultados</b>	Nota 14.f	<b>(3.501,64)</b>	<b>1.892,11</b>

<b>A.1) EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD</b>		<b>780.253,18</b>	<b>114.747,67</b>
<b>Ingresos financieros</b>		<b>55,69</b>	<b>581,58</b>
De valores negociables y otros instrumentos financieros		55,69	581,58
<b>Gastos financieros</b>		<b>(16.431,92)</b>	<b>(609,12)</b>
Por deudas con terceros		(16.431,92)	(609,12)
<b>A.2) EXCEDENTE DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS</b>		<b>(16.376,23)</b>	<b>(27,54)</b>
<b>A.3) EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>763.876,95</b>	<b>114.720,13</b>
<b>Impuestos sobre beneficios</b>	<b>Nota 13</b>	-	-
<b>A.4) VARIACIONES DE PATRIMONIO NETO RECONOCIDA EN EL EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>	<b>Nota 13</b>	<b>763.876,95</b>	<b>114.720,13</b>
<b>B) INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE AL PATRIMONIO NETO</b>			
<b>Otros ingresos y gastos</b>			
<b>B.1) VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO POR INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO</b>			
<b>C) RECLASIFICACIONES AL EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>			
<b>Subvenciones recibidas</b>	<b>Nota 17</b>	<b>(27.026,68)</b>	<b>(30.534,96)</b>
<b>C.1) VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO POR RECLASIFICACIONES AL EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>		<b>(27.026,68)</b>	<b>(30.534,96)</b>
<b>D) VARIACIONES DE PATRIMONIO NETO POR INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE AL PATRIMONIO NETO (B.1+C.1)</b>		<b>(27.026,68)</b>	<b>(30.534,96)</b>
<b>E) AJUSTES POR CAMBIO DE CRITERIO</b>			
<b>F) AJUSTE POR ERRORES</b>	<b>Nota 2</b>	-	<b>(31.485,84)</b>
<b>G) VARIACIONES EN LA DOTACIÓN FUNDACIONAL O FONDO SOCIAL</b>			
<b>H) OTRAS VARIACIONES</b>			
<b>I) RESULTADO TOTAL, VARIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO EN EL EJERCICIO (A.4+D+E+F+G+H)</b>		<b>736.850,27</b>	<b>52.699,33</b>

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**MEMORIA DEL EJERCICIO 2023**

**NOTA 1. CONSTITUCIÓN, ACTIVIDAD Y RÉGIMEN LEGAL DE LA FUNDACIÓN**

**a) Constitución y domicilio social**

**Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana**, (en adelante, la Fundación) fue constituida en València el 24 de septiembre de 1990, como Fundación Cultural Privada. Su domicilio actual se encuentra en València, Avenida de las Cortes Valencianas nº 41.

En la Junta Ordinaria del Patronato de la Fundación celebrada el día 16 de diciembre de 2016 se acordó la modificación de los Estatutos de la Fundación. La reforma estatutaria se adoptó con los objetivos fundamentales de adaptar la Fundación a la nueva Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y modificar la redacción de los artículos referidos al Programa de Colaboraciones para adecuarlo al nuevo Plan Estratégico de la Fundación. Asimismo, se procedió a modificar la denominación de la Fundación, pasando a “Fundación Turismo Valencia de la Comunitat Valenciana”. Esta modificación estatutaria fue inscrita en el Registro de Fundaciones de la Comunitat Valenciana el día 21 de junio de 2017.

Posteriormente en el ejercicio 2019, concretamente en la Junta Ordinaria del Patronato de la Fundación mantenida el día 13 de marzo de 2019, se acordó la modificación de los Estatutos de la Fundación. En concreto, se procedió a modificar el artículo 1 sustituyendo la denominación de la Fundación a “Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana”. Esta modificación estatutaria fue inscrita en el Registro de Fundaciones de la Comunitat Valenciana el día 6 de septiembre de 2019. El Patronato celebrado el 16 de enero de 2020 acordó la ampliación del objeto de la Fundación, modificación estatutaria inscrita el 25 de noviembre de 2020.

**b) Actividad**

La Fundación tiene por objeto:

- a) La promoción de la ciudad de València y de su imagen turística, tanto a nivel nacional como internacional.
- b) La captación y canalización del turismo hacia nuestra ciudad.
- c) El desarrollo de su infraestructura turística y de servicios complementarios.
- d) La promoción de la ciudad de València como sede de congresos, ferias, convenciones, seminarios, viajes de incentivos y otro tipo de eventos y cualesquiera otras actividades turísticas.
- e) Ofrecer servicio de asesoramiento a los operadores del sector turístico en materias tales como gestión, marketing, comercialización e innovación turística.
- f) Promover y elaborar análisis y estudios, así como el material necesario que sirva de soporte a sus actuaciones.
- g) Establecer relaciones de cooperación y colaboración con Empresas e Instituciones

Nacionales e Internacionales que puedan ser de interés para la promoción turística de la ciudad y que quieran contribuir al fin fundacional.

Para ayudar al cumplimiento de su objeto, la Fundación podrá realizar actividades mercantiles, sin que las mismas puedan constituir la actividad principal, así como constituir o participar en sociedades de responsabilidad limitada.

La Fundación desarrolla todas las actividades necesarias para el cumplimiento de su objeto fundacional preferentemente en el ámbito de la Comunitat Valenciana, sin perjuicio de que las mismas tengan repercusión también en el ámbito nacional e internacional.

El ejercicio social de la Fundación se identifica con el período anual terminado el 31 de diciembre de cada año.

### **c) Régimen legal**

La Fundación está sujeta, básicamente, a la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones; a la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos al mecenazgo; a la Ley 9/2008, de 3 de julio, de la Generalitat, de modificación de la Ley 8/1998, de 9 de diciembre, de Fundaciones de la Comunitat Valenciana; y al Decreto 68/2011, de 27 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Fundaciones de la Comunitat Valenciana. Asimismo, le es de aplicación la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

## **NOTA 2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES**

### **a) Imagen fiel**

Las cuentas anuales del ejercicio 2023, compuestas por el balance, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica compuesta por las notas 1 a 24 y la memoria de actividades fundacionales, se han preparado a partir de los registros contables de la Fundación, habiéndose aplicado las disposiciones legales vigentes en materia contable, con objeto de mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación. Para ello, se ha aplicado lo establecido en la Resolución de 26 de marzo de 2013, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se aprueba el Plan de Contabilidad de las entidades sin fines lucrativos, y por las modificaciones introducidas por el Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre.

Estas cuentas anuales han sido formuladas por el Director Gerente de la Fundación y están pendientes de aprobación por el Patronato. No se espera que se produzcan modificaciones en las mismas como consecuencia de dicha aprobación.

### **b) Principios contables aplicados**

Las cuentas anuales se han preparado de acuerdo con los principios contables obligatorios. No

existe ningún principio contable que, siendo significativo su efecto, se haya dejado de aplicar.

**c) Moneda de presentación**

De acuerdo con la normativa legal vigente en materia contable, las cuentas anuales se presentan expresadas en euros.

**d) Aspectos críticos de la valoración y estimación de la incertidumbre**

La información contenida en las cuentas anuales es responsabilidad del Director Gerente de la Fundación. La preparación de las cuentas anuales exige que se hagan juicios de valor, estimaciones y asunciones que afectan a la aplicación de políticas contables y a la valoración de los saldos de activos, pasivos, ingresos y gastos. Básicamente, estas estimaciones se refieren a la evaluación de las pérdidas por deterioro de determinados activos y la vida útil de los activos materiales e intangibles.

Las estimaciones y las asunciones relacionadas están basadas en la experiencia histórica y en otros factores diversos que son entendidos como razonables de acuerdo con las actuales circunstancias. Las estimaciones y asunciones respectivas son revisadas de forma continuada, los efectos de las revisiones de las estimaciones contables son reconocidos en el periodo en el cual se realizan, si éstas afectan sólo a ese periodo, o en el periodo de la revisión y futuros, si la revisión les afecta.

A pesar de que estas estimaciones se realizaron en función de la mejor información disponible en la fecha de formulación de estas cuentas anuales sobre los hechos analizados, es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas en próximos ejercicios; lo que se haría de forma prospectiva reconociendo los efectos del cambio de estimación en las correspondientes cuentas de resultados futuras.

Al margen del proceso de estimaciones sistemáticas y de su revisión periódica, se llevan a término determinados juicios de valor entre los que destacan los relativos a la evaluación del eventual deterioro de activos, y de provisiones y pasivos contingentes.

**e) Comparación de la información**

El Director Gerente presenta, a efectos comparativos, con cada una de las cifras que se desglosan en las presentes cuentas anuales, además de las cifras del ejercicio 2023, las correspondientes al ejercicio anterior. Las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2022, formuladas de acuerdo con lo establecido en el Plan de Contabilidad de las entidades sin fines lucrativos, fueron aprobadas por el Patronato de la Fundación en la sesión celebrada el día 08 de junio de 2023, a falta del informe de auditoría. Posteriormente, el 27 de diciembre de 2023, ratificó el acuerdo de aprobación de las cuentas una vez auditadas.

#### **f) Agrupación de partidas**

A efectos de facilitar la comprensión del balance y de la cuenta de resultados, dichos estados se presentan de forma agrupada, presentándose los análisis requeridos en las notas correspondientes de la memoria de la gestión económica.

#### **g) Elementos recogidos en varias partidas**

En la elaboración de las cuentas anuales no se ha identificado ningún elemento que haya sido registrado en dos o más partidas del balance, salvo la deuda con acreedores por arrendamiento financiero, que aparece separado en el pasivo del balance corriente y no corriente, de acuerdo con los vencimientos de sus cuotas.

#### **h) Cambios en criterios contables**

No se han realizado cambios en criterios contables propios, ni tampoco originados por la aplicación de las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos.

#### **i) Corrección de errores**

En el ejercicio 2023 no se han producido correcciones.

En el ejercicio cerrado 2022 se han producido correcciones disminuyendo las reservas por importe de 31.485,84 euros, correspondientes a:

- Dentro del epígrafe de “Efectivo y otros activos equivalentes” del activo corriente del balance, se disminuye la partida “Depósitos recibidos a corto plazo” por un importe de 24.570,66 euros.
- Dentro del epígrafe de “Inmovilizado material” del activo no corriente del balance, se disminuye de la partida “Instalaciones técnicas, y otro inmovilizado material” un importe de 8.764,37 euros.
- Dentro del epígrafe de “Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil” de la cuenta de pérdidas y ganancias, se registró un ingreso correspondiente al ejercicio 2021 por un importe de 1.849,19 euros, aumentando las reservas.

#### **j) Clasificación de las partidas corrientes y no corrientes**

Para la clasificación de las partidas corrientes se ha considerado el plazo máximo de un año a partir de la fecha de las presentes cuentas anuales.

**NOTA 3. EXCEDENTE DEL EJERCICIO**

La propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2023 formulada por el Director Gerente, así como la aprobada para el ejercicio 2022, son las que se muestran a continuación:

	2023	2022
<b>Base de reparto</b>		
Excedente del ejercicio.	763.876,95	114.720,13
<b>Distribución a:</b>		
A Reservas destinadas a Fines Fundacionales	763.876,95	114.720,13
	763.876,95	114.720,13

**NOTA 4. NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN**

Las principales normas de registro y valoración utilizadas para la formulación de las cuentas anuales son las siguientes:

**a) Inmovilizado intangible**

Los bienes comprendidos en el inmovilizado intangible se valoran por su coste, ya sea este el precio de adquisición o el coste de producción, minorado por la correspondiente amortización acumulada, en el caso de que tengan vida útil definida, y por las pérdidas por deterioro que, en su caso, hayan experimentado.

El importe amortizable de un activo intangible con una vida útil finita se distribuye sobre una base lineal a lo largo de su vida útil. El cargo por amortización de cada período se reconoce en el resultado del ejercicio.

**Propiedad industrial**

Incluye los costes de registro y formalización de la propiedad industrial, así como los costes de adquisición a terceros de los derechos correspondientes. Se amortizan linealmente durante su vida útil, a razón de un 10% anual.

**Aplicaciones informáticas**

Las licencias para aplicaciones informáticas adquiridas a terceros se capitalizan sobre la base de los costes en que se ha incurrido para adquirirlas o desarrollarlos, y prepararlas para su uso.

Las aplicaciones informáticas se amortizan linealmente durante su vida útil, estimada entre 3 y 10 años, a razón de un 33% o un 10% anual.

Los costes de mantenimiento de las aplicaciones informáticas se imputan a los resultados del ejercicio en que se incurren.

**b) Inmovilizado material**

El inmovilizado material se encuentra valorado por su precio de adquisición neto de la correspondiente amortización acumulada y, en su caso, del importe acumulado de las correcciones valorativas por deterioro reconocidas.

Los gastos de conservación y mantenimiento incurridos durante el ejercicio se cargan a la cuenta de resultados.

Los costes de renovación, ampliación o mejora de los bienes del inmovilizado material, que representan un aumento de la capacidad, productividad o un alargamiento de la vida útil, se capitalizan como mayor valor de los correspondientes bienes, una vez dados de baja los valores contables de los elementos que hayan sido sustituidos.

El inmovilizado material, neto en su caso del valor residual del mismo, se amortiza distribuyendo linealmente el coste de los diferentes elementos que componen dicho inmovilizado entre los años de vida útil estimada que constituyen el período en el que la Fundación espera utilizarlos, según el siguiente cuadro:

	Porcentaje anual %	Años de vida útil estimados
Construcciones	1 - 10	100 - 10
Instalaciones técnicas	1 - 25	100 - 4
Mobiliario	10	10
Equipos informáticos	25	4
Elementos de transporte	16	6,25
Otro inmovilizado material	10	10

Las inversiones realizadas por la Fundación en locales arrendados, que no son separables del activo arrendado, se amortizan en función de su vida útil, que se corresponde con la menor entre la duración del contrato de arrendamiento, incluido el periodo de renovación cuando existen evidencias que soportan que la misma se va a producir, y la vida económica del activo.

El importe en libros de un elemento de inmovilizado material se da de baja en cuentas por su enajenación o disposición por otra vía, o cuando no se esperan obtener beneficios o rendimientos económicos futuros por su uso, enajenación o disposición por otra vía.

La pérdida o ganancia derivada de la baja en cuentas de un elemento de inmovilizado material se determina como la diferencia entre el importe, neto en su caso de los costes de venta, obtenido por su enajenación o disposición por otra vía, si existe, y el importe en libros del elemento, y se imputa a la cuenta de resultados del ejercicio en que ésta se produce.

Al cierre del ejercicio, la Fundación evalúa si existen indicios de deterioro del valor de un elemento del inmovilizado material intangible o de alguna unidad generadora de efectivo, en cuyo caso, se estiman los importes recuperables y se efectúan las correcciones valorativas

necesarias. Se entiende que existe una pérdida por deterioro del valor de un elemento del inmovilizado material cuando su valor contable supera a su importe recuperable, entendido éste como el mayor importe entre su valor razonable menos los costes de venta y su valor en uso.

Las correcciones valorativas por deterioro de los elementos del inmovilizado material, así como su reversión cuando las circunstancias que las motivaron dejan de existir, se reconocen como un gasto o un ingreso, respectivamente, en la cuenta de resultados. La reversión del deterioro tiene como límite el valor contable del inmovilizado que estaría reconocido en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro del valor.

### **c) Arrendamientos y otras operaciones de carácter similar**

La Fundación clasifica un arrendamiento como financiero cuando, de las condiciones económicas del acuerdo de arrendamiento, se deduce que se le han transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo objeto del contrato. En caso de que no se cumplan las condiciones del contrato de arrendamiento para ser considerado como financiero, éste se considerará como un arrendamiento operativo.

Los gastos de arrendamientos operativos incurridos durante el ejercicio se cargan a la cuenta de resultados.

Para los contratos de arrendamiento financiero la Fundación registra, al inicio del mismo, un activo de acuerdo con su naturaleza y un pasivo financiero por el mismo importe, que será el menor entre el valor razonable del activo arrendado y el valor actual al inicio del arrendamiento de los pagos mínimos acordados. Para el cálculo del valor actual de los pagos mínimos por el arrendamiento se utiliza el tipo de interés implícito del contrato y, si éste no se puede determinar, el tipo de interés del arrendatario para operaciones similares.

La carga financiera total se distribuye a lo largo del plazo del arrendamiento y se imputa a la cuenta de resultados del ejercicio en que se devenga, aplicando el método del tipo de interés efectivo. Las cuotas de carácter contingente se registran como gastos del ejercicio en que se incurre en ellas.

A los activos reconocidos en el balance como consecuencia de arrendamientos financieros se les aplican los criterios de amortización, deterioro y baja que les corresponden según su naturaleza.

### **d) Instrumentos financieros**

La Fundación únicamente reconoce un instrumento financiero en su balance cuando se convierte en una parte obligada del contrato o negocio jurídico en cuestión, conforme a las disposiciones del mismo.

La Fundación determina la clasificación de sus activos financieros en el momento de su reconocimiento inicial y, cuando está permitido y es apropiado, se reevalúa dicha clasificación en cada cierre del balance.

Los instrumentos financieros utilizados por la Fundación, a efectos de su valoración, se clasifican en alguna de las siguientes categorías:

#### Préstamos y partidas a cobrar

En esta categoría se clasifican:

- a) Créditos por operaciones comerciales: activos financieros originados por la venta de bienes y la prestación de servicios por operaciones de tráfico, y
- b) Créditos por operaciones no comerciales: activos financieros que, no siendo instrumentos de patrimonio ni derivados, no tienen origen comercial, cuyos cobros son de cuantía determinada o determinable, y que no se negocian en un mercado activo. No incluyen aquellos activos financieros para los cuales la Fundación pueda no recuperar sustancialmente toda la inversión inicial, por circunstancias diferentes al deterioro crediticio. Estos últimos se clasifican como disponibles para la venta.

#### Débitos y partidas a pagar

En esta categoría se clasifican:

- a) Débitos por operaciones comerciales: pasivos financieros originados por la compra de bienes y servicios por operaciones de tráfico, y
- b) Débitos por operaciones no comerciales: pasivos financieros que, no siendo instrumentos derivados, no tienen origen comercial.

Inicialmente, los activos y pasivos financieros incluidos en esta categoría se valoran por su valor razonable, que es el precio de la transacción, y que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada más los costes de transacción que les son directamente atribuibles.

No obstante lo señalado en el párrafo anterior, los créditos y débitos por operaciones comerciales con vencimiento no superior a un año y que no tienen un tipo de interés contractual, así como en su caso, los anticipos y créditos al personal, los dividendos a cobrar y los desembolsos exigidos sobre instrumentos de patrimonio, cuyo importe se espera recibir en el corto plazo, y los desembolsos exigidos por terceros sobre participaciones, cuyo importe se espera pagar en el corto plazo, se valoran por su valor nominal cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no resulta significativo.

En valoraciones posteriores, tanto activos como pasivos se valoran por su coste amortizado. Los intereses devengados se contabilizan en la cuenta de resultados, aplicando el método del tipo de interés efectivo. No obstante, lo anterior, los créditos y débitos con vencimiento no superior a un año que se valoraron inicialmente por su valor nominal continúan valorándose por dicho importe, salvo, en el caso de créditos, que se hubieran deteriorado.

Al cierre del ejercicio se efectúan las correcciones valorativas necesarias si existe evidencia objetiva de que el valor de un crédito se ha deteriorado, es decir, si existe evidencia de una reducción o retraso en los flujos de efectivo estimados futuros correspondientes a dicho activo.

La pérdida por deterioro del valor de préstamos y cuentas a cobrar corresponde a la diferencia entre su valor en libros y el valor actual de los flujos de efectivo futuros que se estima van a generar, descontados al tipo de interés efectivo calculado en el momento de su reconocimiento inicial.

La corrección valorativa por deterioro de deudores al cierre del ejercicio se ha estimado en función del análisis de cada uno de los saldos individualizados pendientes de cobro a dicha fecha.

#### Baja de activos y pasivos financieros

Un activo financiero, o parte del mismo, se da de baja cuando expiran o se han cedido los derechos contractuales sobre los flujos de efectivo del activo financiero, y se han transferido de manera sustancial los riesgos y beneficios inherentes a su propiedad.

Cuando un activo financiero se da de baja, la diferencia entre la contraprestación recibida neta de los costes de transacción atribuibles, considerando cualquier nuevo activo obtenido menos cualquier pasivo asumido, y el valor en libros del activo financiero, más cualquier importe acumulado que se haya reconocido directamente en el patrimonio neto, determina la ganancia o la pérdida surgida al dar de baja dicho activo, y forma parte del resultado del ejercicio en que ésta se produce.

Un pasivo financiero se da de baja cuando se extingue la obligación correspondiente.

La diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero o de la parte del mismo que se ha dado de baja y la contraprestación pagada, incluidos los costes de transacción atribuibles, así como cualquier activo cedido diferente del efectivo, o pasivo asumido, se reconoce en la cuenta de resultados del ejercicio en que tiene lugar.

#### Intereses recibidos de activos financieros

Los intereses de activos financieros devengados con posterioridad al momento de la adquisición se reconocen como ingresos en la cuenta de resultados.

Los intereses se reconocen utilizando el método del tipo de interés efectivo. A estos efectos, en la valoración inicial de los activos financieros se registra de forma independiente, atendiendo a su vencimiento, el importe de los intereses explícitos devengados y no vencidos en dicho momento.

### Fianzas entregadas y recibidas

En las fianzas entregadas por arrendamientos operativos y prestación de servicios, la diferencia entre su valor razonable y el importe desembolsado se registra como un pago anticipado por el arrendamiento o prestación del servicio. En caso de fianzas entregadas a corto plazo se valoran por el importe desembolsado.

### **e) Existencias**

Los bienes y servicios comprendidos en las existencias se valoran por su coste, ya sea el precio de adquisición o el coste de producción, según el método del coste medio ponderado.

Cuando el valor neto realizable de las existencias resulta inferior a su precio de adquisición o a su coste de producción, se efectúan las oportunas correcciones valorativas reconociéndolas como un gasto en la cuenta de resultados.

Cuando las circunstancias que causaron la corrección del valor de las existencias dejan de existir, el importe de la corrección es objeto de reversión, reconociéndolo como un ingreso en la cuenta de resultados.

### **f) Transacciones en moneda extranjera**

Las transacciones en moneda extranjera se registran contablemente por su contravalor en euros, utilizando los tipos de cambio de contado vigentes en las fechas en que se realizan.

Al cierre de cada ejercicio, las partidas monetarias se valoran aplicando el tipo de cambio medio de contado existente en dicha fecha. Las diferencias de cambio, tanto positivas como negativas, que se originan en este proceso, así como las generadas al liquidar dichos elementos patrimoniales, se reconocen en la cuenta de resultados del ejercicio en el que surgen.

### **g) Impuesto sobre beneficios**

La Fundación está sujeta a la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

El gasto por el Impuesto sobre Sociedades se calcula en función de aquellos rendimientos considerados no exentos, derivados de las actividades económicas.

Las rentas exentas obtenidas corresponden a subvenciones para investigación, donaciones o ayudas que se destinan y aplican en su totalidad a la actividad fundacional de la Fundación.

Asimismo, las rentas procedentes de los intereses financieros quedan exentas según el apartado 2º del artículo 6 de la citada Ley.

### **h) Ingresos y gastos**

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio del devengo, es decir, cuando se

produce la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan, con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

Los ingresos procedentes de la venta de bienes y de la prestación de servicios se valoran por el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivada de los mismos, que, salvo evidencia en contrario, es el precio acordado para dichos bienes o servicios, deducido: el importe de cualquier descuento, rebaja en el precio u otras partidas similares que la Fundación pueda conceder, así como los intereses incorporados al nominal de los créditos. No obstante, la Fundación incluye como ingresos los intereses incorporados a créditos comerciales con vencimiento inferior al año, ya que el efecto de su actualización no es significativo.

Los ingresos por prestación de servicios se reconocen cuando el resultado de la transacción puede ser estimado con fiabilidad, considerando para ello el porcentaje de realización del servicio en la fecha de cierre del ejercicio. En consecuencia, sólo se contabilizan los ingresos procedentes de prestación de servicios cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- a) El importe de los ingresos puede valorarse con fiabilidad.
- b) Es probable que la Fundación reciba los beneficios o rendimientos económicos derivados de la transacción.
- c) El grado de realización de la transacción, en la fecha de cierre del ejercicio, puede ser valorado con fiabilidad, y
- d) Los costes ya incurridos en la prestación, así como los que quedan por incurrir hasta completarla, pueden ser valorados con fiabilidad.

La Fundación revisa y, si es necesario, modifica, las estimaciones del ingreso por recibir a medida que el servicio se va prestando.

Cuando el resultado de una transacción que implica la prestación de servicios no puede ser estimado de forma fiable, se reconocen ingresos sólo en la cuantía en que los gastos reconocidos se consideren recuperables.

### **i) Provisiones y contingencias**

Las obligaciones existentes al cierre del ejercicio, surgidas como consecuencia de sucesos pasados de los que pueden derivarse perjuicios patrimoniales para la Fundación, y cuyo importe y momento de cancelación son indeterminados, se registran en el balance como provisiones y se valoran por el valor actual de la mejor estimación posible del importe necesario para cancelar o transferir a un tercero la obligación.

Los ajustes que surgen por la actualización de la provisión se registran como un gasto financiero conforme se van devengando. En el caso de provisiones con vencimiento inferior o igual a un año, y siempre que el efecto financiero no sea significativo, no se efectúa ningún tipo de descuento.

Asimismo, la Fundación informa, en su caso, de las contingencias que no dan lugar a provisión.

### **j) Elementos patrimoniales de naturaleza medioambiental**

Los gastos relacionados con la minimización del impacto medioambiental, así como la protección y mejora del medio ambiente, se registran conforme a su naturaleza en la cuenta de resultados del ejercicio en que se producen.

### **k) Subvenciones, donaciones y legados**

Las subvenciones, donaciones y legados recibidos se registran según los siguientes criterios:

#### **k.1) Subvenciones, donaciones y legados de capital no reintegrables**

Se contabilizan inicialmente como ingresos directamente imputados al patrimonio neto, reconociéndose en la cuenta de pérdidas y ganancias como ingresos sobre una base sistemática y racional de forma correlacionada con los gastos derivados de la subvención, donación o legado de acuerdo con los criterios que se describen a continuación:

- Se imputan como ingresos del ejercicio si son concedidos para asegurar una rentabilidad mínima o para compensar déficits de explotación.
- Si son destinadas a financiar déficits de explotación de ejercicios futuros se imputan como ingresos de dichos ejercicios.
- Si se conceden para financiar gastos específicos la imputación se realiza a medida que se devenguen los gastos subvencionados.
- Si son concedidos para la adquisición de activos o existencias se imputan a resultados en proporción a la amortización o, en su caso, cuando se produzca su enajenación, corrección valorativa por deterioro o baja en balance.
- Si son concedidas para cancelar deudas se imputan como ingresos del ejercicio en que se produzca dicha cancelación, salvo que se concedan en relación con una financiación específica, en cuyo caso la imputación se realiza en función del elemento subvencionado.
- Los importes monetarios recibidos sin asignación a una finalidad específica se imputan como ingresos en el ejercicio.

#### **k.2) Subvenciones de carácter reintegrable:**

Se registran como pasivos de la Sociedad hasta que adquieren la condición de no reintegrables.

Las subvenciones, donaciones y legados no reintegrables recibidos de socios o propietarios son registrados directamente en el patrimonio neto, independientemente del tipo de subvención, donación o legado de que se trate.

Las subvenciones, donaciones y legados recibidos de carácter monetario se valoran por el valor razonable del importe concedido. Las de carácter no monetario o en especie se valoran por el valor razonable del bien recibido, referenciados ambos valores al momento de su reconocimiento.

#### **l) Transacciones entre partes vinculadas**

Con carácter general, los elementos objeto de una transacción con partes vinculadas se contabilizan en el momento inicial por su valor razonable. En su caso, si el precio acordado en una operación difiriere de su valor razonable, la diferencia se registra atendiendo a la realidad económica de la operación. La valoración posterior se realiza de acuerdo con lo previsto en las correspondientes normas.

#### **m) Estado de flujos de efectivo**

El estado de flujos de efectivo ha sido elaborado utilizando el método indirecto, y en el mismo se utilizan las siguientes expresiones con el significado que se indica a continuación:

Efectivo o equivalentes: El efectivo comprende tanto la caja como los depósitos bancarios a la vista. Los equivalentes al efectivo son instrumentos financieros, que forman parte de la gestión normal de la tesorería de la Fundación, son convertibles en efectivo, tienen vencimientos iniciales no superiores a tres meses y están sujetos a un riesgo poco significativo de cambios en su valor.

Flujos de efectivo: entradas y salidas de efectivo o de otros medios equivalentes, entendiendo por éstos las inversiones a plazo inferior a tres meses de gran liquidez y bajo riesgo de alteraciones en su valor.

Actividades de explotación: son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la Fundación, así como otras actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiación.

Actividades de inversión: las de adquisición, enajenación o disposición por otros medios de activos a largo plazo y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.

Actividades de financiación: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio neto y de los pasivos de carácter financiero.

**NOTA 5. INMOVILIZADO INTANGIBLE**

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2023 es el siguiente:

	31/12/2022	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2023
<b>Coste:</b>					
Patentes, licencias, marcas y similares	239.284,31	-	-	122,58	239.406,89
Aplicaciones informáticas	1.293.717,05	-	-	(122,58)	1.293.594,47
Otro Inmovilizado Intangible	187.649,30	186.955,10	-	-	374.604,40
<b>Total Coste:</b>	<b>1.720.650,66</b>	<b>186.955,10</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.907.605,76</b>
<b>Amortización Acumulada</b>					
Patentes, licencias, marcas y similares	(154.242,28)	(12.752,88)	-	(47.228,14)	(214.223,30)
Aplicaciones informáticas	(852.541,92)	(61.577,00)	-	47.228,14	(866.890,78)
<b>Total Amortización Acumulada</b>	<b>(1.006.784,20)</b>	<b>(74.329,88)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(1.081.114,08)</b>
<b>Inmovilizado Intangible, Neto</b>	<b>713.866,46</b>	<b>112.625,22</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>826.491,68</b>

En septiembre de 2016 se concedió por parte de la Entidad Turisme Comunitat Valenciana, el uso de un espacio en la planta baja de la oficina de información turística situada en Valencia, por un periodo de un año, prorrogable anualmente hasta 10 años. En los ejercicios 2023 y 2022, este derecho de uso no se encuentra registrado contablemente en el epígrafe “Inmovilizado Intangible”, al no disponer del valor razonable de este, habiéndose solicitado a Turisme Comunitat Valenciana el valor del inmueble objeto de la cesión de uso.

Por otra parte, la Fundación utiliza como puntos de atención turística un espacio en el edificio consistorial del Ajuntament de València y otro en un quiosco situado en la playa de Valencia, los cuales no están registrados contablemente en el epígrafe “Inmovilizado Intangible”, debido a que no existe contrato de cesión, ni valoración de los mismos. Se ha solicitado la formalización y valoración de las cesiones de uso de los citados inmuebles, para su registro contable.

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2022 es el siguiente:

	31/12/2021	Altas	Bajas	31/12/2022
<b>Coste:</b>				
Patentes, licencias, marcas y similares	241.456,24	4.855,25	(7.027,18)	239.284,31
Aplicaciones informáticas	1.371.932,43	-	(78.215,38)	1.293.717,05
Otro Inmovilizado Intangible	-	187.649,30		187.649,30
<b>Total Coste:</b>	<b>1.613.388,67</b>	<b>192.504,55</b>	<b>(85.242,56)</b>	<b>1.720.650,66</b>
<b>Amortización Acumulada</b>				
Patentes, licencias, marcas y similares	(151.397,52)	(9.871,94)	7.027,18	(154.242,28)
Aplicaciones informáticas	(866.674,70)	(64.082,60)	78.215,38	(852.541,92)
<b>Total Amortización Acumulada</b>	<b>(1.018.072,22)</b>	<b>(73.954,54)</b>	<b>85.242,56</b>	<b>(1.006.784,20)</b>
<b>Inmovilizado Intangible, Neto</b>	<b>595.316,45</b>	<b>118.550,01</b>	<b>-</b>	<b>713.866,46</b>

Todo el inmovilizado está afecto a la actividad de la Fundación.

#### Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos que al 31 de diciembre de 2023 y 2022 estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2023	31/12/2022
Propiedad industrial	130.156,08	117.748,76
Aplicaciones informáticas	652.768,59	652.768,59
	<b>782.924,67</b>	<b>770.517,35</b>

**NOTA 6. INMOVILIZADO MATERIAL**

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2023 es el siguiente:

	31/12/2022	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2023
<b>Coste:</b>					
Terrenos y construcciones	2.781.344,55	-	-		2.781.344,55
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	767.523,99	18.895,73	-	26,14	786.445,86
<b>Total Coste:</b>	<b>3.548.868,54</b>	<b>18.895,73</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3.567.790,41</b>
<b>Amortización Acumulada:</b>					
Terrenos y construcciones	(605.895,29)	(26.010,00)	-	(3.690,95)	(635.596,24)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(687.832,08)	(28.925,38)	-	3.681,05	(713.076,41)
<b>Total Amortización Acumulada:</b>	<b>(1.293.727,37)</b>	<b>(54.935,38)</b>	<b>-</b>	<b>(9,90)</b>	<b>(1.348.672,65)</b>
<b>Inmovilizado Material, Neto</b>	<b>2.255.141,17</b>	<b>(36.039,65)</b>	<b>-</b>	<b>16,24</b>	<b>2.219.117,76</b>

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2022 es el siguiente:

	31/12/2021	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2022
<b>Coste:</b>					
Terrenos y construcciones	2.792.349,32	-	(11.004,77)	-	2.781.344,55
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	867.412,35	24.931,09	(124.819,45)	-	767.523,99
<b>Total Coste:</b>	<b>3.659.761,67</b>	<b>24.931,09</b>	<b>(135.824,22)</b>	<b>-</b>	<b>3.548.868,54</b>
<b>Amortización Acumulada:</b>					
Terrenos y construcciones	(589.906,98)	(26.993,08)	11.004,77	-	(605.895,29)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(761.680,99)	(42.206,17)	124.819,45	(8.764,37)	(687.832,08)
<b>Total Amortización Acumulada:</b>	<b>(1.351.587,97)</b>	<b>(69.199,25)</b>	<b>135.824,22</b>	<b>(8.764,37)</b>	<b>(1.293.727,37)</b>
<b>Inmovilizado Material, Neto</b>	<b>2.308.173,70</b>	<b>(44.268,16)</b>	<b>-</b>	<b>(8.764,37)</b>	<b>2.255.141,17</b>

Dentro del epígrafe de Terrenos y construcciones se incluye el importe de 481.410,15 euros correspondiente a terrenos.

Todo el inmovilizado está afecto a la actividad de la Fundación.

#### Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos que al 31 de diciembre de 2023 y 2022, estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2022</b>
Construcciones	145.964,34	136.876,98
Instalaciones técnicas	252.441,30	252.441,30
Otras Instalaciones	-	-
Mobiliario	82.578,85	69.368,39
Equipos proceso de información	156.644,48	144.341,57
Elementos de transporte	1.699,00	1.699,00
	<b>639.327,97</b>	<b>604.727,24</b>

#### Arrendamientos Financieros

Del importe contabilizado en el inmovilizado material, 307.172,80 euros se mantienen bajo contratos de arrendamiento financiero al cierre del ejercicio 2023 (307.172,80 euros al cierre del ejercicio 2022).

#### Otra información

No se han producido pérdidas por baja de elementos del inmovilizado material en el ejercicio 2023 ni en el ejercicio 2022.

La Fundación tiene formalizadas pólizas de seguros para cubrir los posibles riesgos a los que están sujetos los diversos elementos de su inmovilizado material.

## **NOTA 7. ARRENDAMIENTOS Y OTRAS OPERACIONES DE NATURALEZA SIMILAR**

### **7.1) Arrendamientos financieros (la Fundación como arrendatario)**

La Fundación tiene los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2023:

Elemento	Reconocimiento inicial. Valor actual pagos mínimos acordados (incluida opción compra)	Reconocimiento inicial. Valor de la opción de compra	Cuotas satisfechas en el periodo	Pagos mínimos. Próximo ejercicio	Pagos mínimos. Entre 1 y 5 años
Construcciones	307.172,80	1.627,08	18.195,66	18.483,28	-

La Fundación tenía los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2022:

Elemento	Reconocimiento inicial. Valor actual pagos mínimos acordados (incluida opción compra)	Reconocimiento inicial. Valor de la opción de compra	Cuotas satisfechas en el periodo	Pagos mínimos. Próximo ejercicio	Pagos mínimos. Entre 1 y 5 años
Construcciones	307.172,80	1.627,08	17.823,84	17.419,56	19.343,17

El importe total de los pagos futuros por los arrendamientos financieros al cierre de los ejercicios 2023 y 2022 es el siguiente:

	2023	2022
<b>Pagos futuros mínimos al cierre del ejercicio</b>	<b>18.483,28</b>	<b>36.762,73</b>
(-) Gastos financieros no devengados	(607,22)	(676,43)
Valor de la opción de compra	1.627,08	1.627,08
	<b>19.503,14</b>	<b>37.713,38</b>

**7.2) Arrendamientos operativos (la Fundación como arrendatario)**

El cargo a los resultados del ejercicio 2023 en concepto de arrendamiento operativo ha ascendido a 92.022,88 euros (84.607,86 euros en el ejercicio anterior).

El importe total de los pagos futuros mínimos correspondientes a los arrendamientos operativos no cancelables, se desglosa a continuación:

	2023	2022
Hasta 1 año	61.321,43	71.189,12
Entre uno y cinco años		14.321,70
	<b>61.321,43</b>	<b>85.510,82</b>

**NOTA 8. ACTIVOS FINANCIEROS**

El detalle de activos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

	Créditos, Derivados y otros 31/12/2023	Créditos, Derivados y otros 31/12/2022
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	46.408,46	45.384,50
<b>Total Activos Financieros</b>	<b>46.408,46</b>	<b>45.384,50</b>

El detalle de activos financieros a corto plazo a 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

	Créditos, Derivados y otros 31/12/2023	Créditos, Derivados y otros 31/12/2022
<b>Activos a valor razonable con cambios en cuenta de resultados:</b>	<b>1.044.272,84</b>	<b>795.074,86</b>
- Efectivo y otros activos líquidos	1.044.272,84	795.074,86
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	2.323.126,69	1.815.398,52
<b>Total activos financieros</b>	<b>3.367.399,53</b>	<b>2.610.473,38</b>

**8.1 Préstamos y partidas a cobrar**

La composición de este epígrafe a 31 de diciembre de 2023 y 2022 es la siguiente:

	31/12/2023		31/12/2022	
	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	-	170.497,19	-	64.928,13
Usuarios y otros deudores de la actividad	-	2.149.512,50	-	1.742.410,39
Personal	-	3.117,00	-	2.940,00
Otros créditos con las Administraciones Públicas				
Fianzas y depósitos	46.408,46	-	45.384,50	5.120,00
<b>Total préstamos y partidas a cobrar</b>	<b>46.408,46</b>	<b>2.323.126,69</b>	<b>45.384,50</b>	<b>1.815.398,52</b>

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2023 y al 31 de diciembre de 2022 no incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia.

No existen deudas por insolvencias firmes reconocidas en la cuenta de resultados durante los ejercicios 2023 y 2022.

**8.2. Otra información**

No se han reclasificado instrumentos financieros durante los ejercicios 2023 y 2022.

**NOTA 9. PASIVOS FINANCIEROS**

Los pasivos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2023 y 2022 son los siguientes:

	Derivados y Otros	Derivados y Otros
	2023	2022
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	-	19.343,17
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>19.343,17</b>

Los pasivos financieros a corto plazo al 31 de diciembre de 2023 y 2022 son los siguientes:

	Derivados y Otros	Derivados y Otros 2022
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	2.953.782,98	2.811.881,12
<b>Total</b>	<b>2.953.782,98</b>	<b>2.811.881,12</b>

### 9.1) Débitos y partidas a pagar

Su detalle a 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

	31/12/2023		31/12/2022	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
<b>Por operaciones comerciales:</b>				
Acreeedores	-	882.705,61	-	666.251,05
<b>Total saldos por operaciones comerciales</b>	<b>-</b>	<b>882.705,61</b>	<b>-</b>	<b>666.251,05</b>
<b>Por operaciones no comerciales:</b>				
Deudas con entidades de Crédito	-	1.400.000,00	-	1.697.709,00
Deudas por arrendamiento financiero (Nota 9.2)	-	19.503,13	19.343,17	17.419,56
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	-	63.672,59	-	38.547,10
Fianzas y depósitos	-	227.619,77	-	148.503,52
Otras deudas con las administraciones públicas	-	360.281,88	-	243.450,89
<b>Total saldos por operaciones no comerciales</b>	<b>-</b>	<b>2.071.077,37</b>	<b>19.343,17</b>	<b>2.145.630,07</b>
<b>Total Débitos y partidas a pagar</b>	<b>-</b>	<b>2.953.782,98</b>	<b>19.343,17</b>	<b>2.811.811,12</b>

### 9.2) Otra información relativa a pasivos financieros

#### a) Impacto en la cuenta de resultados

Los gastos financieros reconocidos en la cuenta de resultados durante los ejercicios 2023 y 2022 proceden de los contratos de arrendamiento financiero y de una póliza de crédito con la entidad Cajamar, Caja rural, Sociedad Cooperativa de Crédito formalizada con vencimiento a 10 meses por 2.150.000 euros con una TAE del 4,2523%.

El tipo medio de las deudas a largo plazo en el ejercicio 2023, siendo del 0.26% y el 0.01% en 2022.

b) Clasificación por vencimientos

No existen vencimientos de instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2023.

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2022, por anualidades, era el siguiente:

	2024	Total
<b>Deudas financieras</b>		
Arrendamiento financiero	19.343,17	19.343,17

c) Incumplimiento de obligaciones contractuales

No se ha producido incidencia alguna en el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

d) Información sobre los aplazamientos de pago efectuado a proveedores. Disposición final segunda de la Ley 31/2014, de 3 de diciembre, por la que se modifica la disposición adicional tercera “Deber de información” de la Ley 15/2010, de 15 de julio

Conforme a lo indicado en el artículo 6 de la Resolución de 29 de enero de 2016, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, y de conformidad con la disposición final segunda de la Ley 31/2014, de 3 de diciembre, por la que se modifica la Ley de Sociedades de Capital para la mejora del gobierno corporativo, que modifica la disposición adicional tercera de la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, se informa de lo siguiente:

	31/12/2023	31/12/2022
	Días	Días
Periodo medio de pago a proveedores	27,28	18,05
Ratio de las operaciones pagadas	27,47	19,17
Ratio de operaciones pendientes de pago	25,15	4,79
	Importe (euros)	Importe (euros)
Total pagos realizados	9.736.473,82	7.952.573,46
Total pagos pendientes	868.303,94	675.591,35

## **NOTA 10. INFORMACIÓN SOBRE LA NATURALEZA Y EL NIVEL DE RIESGO PROCEDENTE DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS**

Las actividades de la Fundación están expuestas a diferentes tipos de riesgos financieros, destacando fundamentalmente los riesgos de crédito, de liquidez y los riesgos de mercado (tipo de cambio, tipo de interés, y otros riesgos de precio).

### **10.1) Riesgo de crédito**

Los principales activos financieros de la Fundación son saldos de caja y efectivo, deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, e inversiones, que representan la exposición máxima al riesgo de crédito en relación con los activos financieros.

### **10.2) Riesgo de liquidez**

Con el fin de asegurar la liquidez y poder atender todos los compromisos de pago que se derivan de su actividad, la Fundación dispone de la tesorería que muestra su balance.

La Fundación no tiene instrumentos financieros asociados a tipos de interés fijo.

### **10.3) Riesgo de mercado**

La situación financiera y económica actual expone a la Fundación ante un riesgo de mercado no diferente al que pueda encontrar cualquier otra entidad. Los servicios prestados van dirigidos al turismo y la Fundación está posicionada en calidad, precio y servicio.

### **10.4) Riesgo de tipo de interés**

Las variaciones de los tipos de interés modifican el valor razonable de aquellos activos y pasivos que devengan un tipo de interés fijo, así como los flujos futuros de los activos y pasivos referenciados a un tipo de interés variable.

El objetivo de la gestión del riesgo de tipos de interés es alcanzar un equilibrio en la estructura de la deuda que permita minimizar el coste de la deuda en el horizonte plurianual con una volatilidad reducida en la cuenta de resultados.

Los tipos de interés de referencia de la deuda contratada por la Fundación son, fundamentalmente, el Euribor.

**NOTA 11. FONDOS PROPIOS**

El movimiento durante los ejercicios 2023 y 2022 ha sido el siguiente:

Concepto	Dotación Fundacional	Reservas Estatutarias	Excedente del Ejercicio	Total
<b>Saldo inicial del 2022</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.940.423,67</b>	<b>(165.038,61)</b>	<b>2.627.238,08</b>
Aplicación del excedente	-	(165.038,61)	165.038,61	-
Excedente del ejercicio	-	-	114.720,13	114.720,13
Otras variaciones del Patrimonio neto	-	(31.485,84)	-	(31.485,84)
<b>Saldo final del 2022</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.743.899,22</b>	<b>114.720,13</b>	<b>2.710.472,37</b>
<b>Saldo inicial del 2023</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.743.899,22</b>	<b>114.720,13</b>	<b>2.710.472,37</b>
Aplicación del excedente	-	114.720,13	(114.720,13)	-
Excedente del ejercicio	-	-	763.876,95	763.876,95
<b>Saldo final del 2023</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.858.592,67</b>	<b>763.876,95</b>	<b>3.474.349,32</b>

Al cierre del ejercicio 2023 el excedente positivo se ha destinado a reservas con fines fundacionales y al cierre de 2022 el excedente negativo se ha aplicado disminuyendo la reserva destinada a fines fundacionales.

**NOTA 12. EXISTENCIAS**

La totalidad de las existencias que mantiene la Fundación a 31 de diciembre de 2023, por importe de 162.753,16 euros (117.909,20 euros en el ejercicio anterior), corresponde a Valencia Tourist Card, artículos de venta, folletos y merchandising.

En el ejercicio 2023, no se han registrado de deterioros de existencias ni en el ejercicio 2022.

Los criterios seguidos para determinar la necesidad de cuantificar, de efectuar correcciones valorativas por deterioro de las existencias, así como para la reversión de las mismas, se detallan en la Nota 4.e.

**Otra información**

No existen limitaciones a la disponibilidad de las existencias por garantías, pignoraciones, fianzas u otras razones análogas.

La Fundación tiene formalizadas pólizas de seguros para cubrir los posibles riesgos a los que están sujetas las existencias.

### **NOTA 13. SITUACIÓN FISCAL**

El detalle de los saldos mantenidos con las Administraciones Públicas al 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

	31/12/2023		31/12/2022	
	A Cobrar	A Pagar	A Cobrar	A Pagar
<b>No Corriente:</b>				
Impuesto sobre el Valor Añadido- diferido por inversiones	-	9.915,45	-	13.804,47
	-	<b>9.915,45</b>	-	<b>13.804,47</b>
<b>Corriente:</b>				
Impuesto sobre el Valor Añadido		44.470,16	-	28.888,30
Impuesto sobre el Valor Añadido- diferido por inversiones		-	-	3.725,76
Retenciones por IRPF		157.104,13	-	133.005,65
Organismos de la Seguridad Social		158.707,59	-	77.831,18
Impuesto sobre Beneficios		-	-	-
		<b>360.281,88</b>	-	<b>243.450,09</b>
		<b>370.197,33</b>	-	<b>257.255,36</b>

Las diferencias temporarias de pasivo surgen como consecuencia del importe correspondiente al Impuesto sobre el Valor Añadido no deducible correspondiente a los contratos de arrendamiento financiero (Nota 7).

Situación fiscal

La Fundación cumple los requisitos establecidos en el artículo 3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de Régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Consecuentemente le son de aplicación las exenciones establecidas en la citada ley.

Respecto al Impuesto sobre Sociedades, por aplicación de la Ley 49/2002, están exentas:

1º.- Las rentas derivadas de los siguientes ingresos:

a.- Donativos y donaciones que recibe para colaborar en los fines de la entidad, incluidas las aportaciones o donaciones en concepto de dotación patrimonial, en el momento de su constitución o en un momento posterior, y las ayudas económicas recibidas en virtud de convenios de colaboración empresarial y en virtud de los convenios de patrocinio publicitario.

b.- Las cuotas satisfechas por los asociados, colaboradores o benefactores, siempre que no se correspondan con el derecho a percibir una prestación derivada de una explotación económica no exenta.

c.- Las subvenciones, salvo las destinadas a financiar la realización de explotaciones económicas no exentas.

2º Las procedentes del patrimonio mobiliario e inmobiliario de la entidad como son los dividendos y participaciones en beneficios de sociedades, intereses, cánones y alquileres.

3º Las derivadas de adquisiciones o de transmisiones, por cualquier título, de bienes o derechos, incluidas las obtenidas con ocasión de la disolución y liquidación de la entidad.

4º Las obtenidas en el ejercicio de las explotaciones económicas exentas.

**Conciliación entre el resultado contable y la base imponible del Impuesto sobre Sociedades**

<b>Resultado contable del ejercicio 2023</b>			<b>763.876,95</b>
	<b>Aumentos</b>	<b>Disminuciones</b>	
<b>Resultados exentos</b>	-	<b>403.450,20</b>	<b>(403.450,20)</b>
<b>Bases imponibles negativas ejercicios anteriores</b>	-	<b>360.426,75</b>	<b>(360.426,75)</b>
<b>BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)</b>	-	-	-

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2023 tienen el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Conceptos	Ingresos	Gastos	Rentas
De la Actividad fundacional A° 6-1° Ley 49/02	9.460.295,62	(9.056.845,42)	403.450,20
De origen empresarial A° 7 Ley 49/02	4.494.962,15	(4.134.535,40)	360.426,75
<b>Totales</b>	<b>13.955.257,77</b>	<b>-13.191.380,82</b>	<b>763.876,95</b>

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2022 tienen el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Conceptos	Ingresos	Gastos	Rentas
De la Actividad fundacional A° 6-1° Ley 49/02	7.978.468,71	(7.913.406,71)	65.062,00
De origen empresarial A° 7 Ley 49/02	3.525.110,05	(3.475.451,92)	49.658,13
<b>Totales</b>	<b>11.503.578,76</b>	<b>(11.388.858,63)</b>	<b>114.720,13</b>

La Fundación está parcialmente exenta de IVA, por lo que las cuotas soportadas por este impuesto están registradas como mayor importe de la inversión correspondiente y como ajustes impositivos por el citado impuesto.

La mencionada Ley 49/2002 concede la exención del Impuesto de Actividades Económicas, salvo de las actividades económicas de carácter mercantil, cumpliendo con determinados requisitos contenidos en la misma.

Según establece la legislación vigente, los impuestos no pueden considerarse definitivamente liquidados hasta que las declaraciones presentadas hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales o haya transcurrido el plazo de prescripción de cuatro años. Al cierre del ejercicio 2023 la Fundación tiene abiertos a inspección los ejercicios 2019 y siguientes del Impuesto sobre Sociedades y los ejercicios 2020 y siguientes para los demás impuestos que le son de aplicación. Se considera que se han practicado adecuadamente las liquidaciones de los mencionados impuestos, por lo que, aun en el caso de que surgieran discrepancias en la interpretación normativa vigente por el tratamiento fiscal otorgado a las operaciones, los eventuales pasivos resultantes, en caso de materializarse, no afectarían de manera significativa a las cuentas anuales adjuntas.

**NOTA 14. INGRESOS Y GASTOS****a) Aprovisionamientos**

La composición de este epígrafe de la cuenta de resultados es la siguiente:

	2023	2022
Artículos Souvenirs	1.738,25	1.926,36
Entradas Recintos Turísticos	2.187.141,70	1.377.917,83
Compras Valencia Tourist Card	218.335,60	589.608,99
Menú Portal Ofertas	45.528,19	261.802,32
Guías Turísticas	14.993,00	12.699,00
Visitas guiadas	244.718,04	82.306,09
<b>Compras artículos y servicios destinados a la actividad</b>	<b>2.712.454,78</b>	<b>2.326.260,59</b>
<b>Variación de existencias de bienes destinados a la actividad</b>	<b>(44.843,96)</b>	<b>50.784,23</b>
<b>Deterioro de existencias</b>		-
<b>Reversión de deterioro</b>		-
<b>Total Aprovisionamientos</b>	<b>2.667.610,82</b>	<b>2.377.044,82</b>

**b) Cargas sociales**

La composición de este epígrafe de la cuenta de resultados es la siguiente:

	2023	2022
Seguridad Social a cargo de la empresa	724.880,21	699.967,20
Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones	21.775,00	20.001,00
Otros gastos sociales	6.160,00	9.703,12
<b>Cargas sociales</b>	<b>752.815,21</b>	<b>729.671,32</b>

**c) Servicios exteriores**

La composición de este epígrafe de la cuenta de resultados es la siguiente:

	2023	2022
<b>Arrendamientos y cánones</b>	<b>92.022,88</b>	<b>84.607,86</b>
<b>Reparaciones y conservación</b>	<b>59.731,33</b>	<b>144.794,14</b>
<b>Servicios Profesionales Independientes</b>	<b>118.157,61</b>	<b>112.872,45</b>
Notaria	2.532,55	2.528,45
Asesoría Riesgos Laborales	7.512,14	6.304,16
Asesoría Laboral, Fiscal y Contable	36.260,13	23.077,46
Auditorías	9.680,00	12.600,40
Asesoría Jurídica	46.268,71	35.601,00
Asesoría patentes y marcas	9.401,54	8.251,82
Asesoría recursos humanos	6.502,54	24.509,16
<b>Primas de seguros</b>	<b>24.379,61</b>	<b>14.732,23</b>
<b>Servicios bancarios y similares</b>	<b>67.474,34</b>	<b>44.679,67</b>
<b>Suministros</b>	<b>26.983,87</b>	<b>38.500,28</b>
<b>Otros servicios de explotación</b>	<b>183.589,27</b>	<b>161.231,04</b>
Material de oficina	14.832,27	10.030,61
Suscripciones		1.906,26
Desplazamientos	13.094,69	10.055,33
Otros productos informáticos		6.853,99
Correos y telégrafos	3.837,83	5.788,58
Fotocopias consumos	5.140,70	5.180,10
Control horario	6.098,40	6.980,49
Limpieza de locales	42.927,82	36.193,92
Gastos comunidad	11.120,70	6.968,40
Gastos varios	1.850,28	1.048,66
Telefonía y datos	54.699,01	40.057,74
Mensajeros	22.422,68	9.055,78
Servicios almacén		6.326,92
Material papelería corporativa		2.430,93
Servicio agua	3.082,25	3.252,94
Servicios ETT	3.178,04	7.626,39
Reciclaje	1.304,60	1.474,00
<b>Servicios Exteriores</b>	<b>572.338,91</b>	<b>601.417,67</b>

**d) Otros gastos de la actividad**

La composición de este epígrafe de la cuenta de resultados es la siguiente:

	2023	2022
Crear valor para el visitante	2.249.978,49	1.642.988,83
Actualizar marca	935.834,24	1.043.442,34
Mercados	2.552.915,49	1.642.048,04
Acciones destino turístico inteligente	539.869,02	610.518,72
<b>Otros gastos de la actividad</b>	<b>6.278.597,24</b>	<b>4.938.997,93</b>

**e) Ingresos**

La distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias de la Fundación, por categorías y/o segmentos de actividades, se muestra a continuación:

Descripción de la actividad	2023		2022	
	Euros	%	Euros	%
Cuotas de asociados y afiliados	367.815,74	2,64%	178.966,80	1,56%
Aportaciones de usuarios			5.920,66	0,05%
Ingresos Patrocinios	5.000,00	0,04%	6.069.900,00	52,92%
Subvenciones a la explotación	9.072.047,50	65,12%	1.699.549,47	14,82%
<b>Ingresos de la entidad por la actividad propia</b>	<b>9.444.863,24</b>		<b>7.954.336,93</b>	
Subvenciones a la explotación		0%		0,00%
Ingresos por Comisiones	50.064,81	0,36%	20.800,35	0,18%
Otros Ingresos	13.834,24	0,10%	56.917,82	0,50%
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>63.899,05</b>		<b>77.718,17</b>	
Ventas de la actividad mercantil	4.422.914,75	31,7%	3.438.480,35	29,98%
<b>Total</b>	<b>13.931.677,04</b>		<b>11.470.535,45</b>	

**f) Otros resultados**

El desglose de los resultados originados fuera de la actividad normal de la Fundación incluidos en la partida “Otros resultados”, es el siguiente:

	2023	2022
<b>Ingresos:</b>	<b>1.190,72</b>	<b>1.926,77</b>
Ingresos excepcionales	1.190,72	1.926,77
<b>Gastos:</b>	<b>(4.692,36)</b>	<b>(34,66)</b>
Gastos excepcionales	(4.692,36)	(34,66)
<b>Resultados</b>	<b>(3.501,64)</b>	<b>1.892,11</b>

**NOTA 15. ACTIVIDAD DE LA ENTIDAD. APLICACIÓN DE ELEMENTOS PATRIMONIALES A FINES PROPIOS. GASTOS DE ADMINISTRACION.**

**15.1. Actividad de la Fundación**

**I. ACTIVIDADES REALIZADAS**

En el año 2023, hemos seguido impulsando la transformación de València hacia un destino Turístico Inteligente, fundamentado en la mejora del bienestar de los residentes, la reducción de la huella de carbono, el combate al cambio climático, la innovación digital, la creación de valor y la optimización de la gobernanza. Desde Visit, hemos fortalecido el posicionamiento de València como un destino sostenible, vibrante y atractivo, capaz de atraer a viajeros conscientes, con un alto nivel de gasto. València, con su combinación de estilo de vida mediterráneo, riqueza patrimonial, tradiciones, creatividad, oferta gastronómica y experiencias únicas, sigue consolidándose como uno de los mejores lugares a nivel mundial para vivir y visitar.

La estrategia turística de València se ha construido sobre estos pilares distintivos, buscando no solo diversificar y enriquecer su oferta experiencial sino también involucrar activamente a las empresas del sector en este proceso de especialización. Esto implica dotar a la ciudad de las

herramientas necesarias para brindar a los viajeros experiencias personalizadas, de alta calidad y respetuosas con el entorno urbano. Este progreso ha sido posible porque la Fundación continúa liderando y promoviendo la gestión del destino turístico. En 2023, hemos dirigido nuestros recursos hacia estrategias que no solo responden a las grandes líneas de actuación de la Fundació sino que también están alineadas con las tendencias globales en la gestión de destinos turísticos.

### **Estrategia 1. Crear Valor para el Visitante**

El objetivo ha sido maximizar la experiencia del visitante proporcionando herramientas avanzadas, como la renovación y optimización de oficinas de atención turística y la mejora de la València Tourist Card, todo ello alineado a las preferencias y necesidades del turista y facilitado a través de soluciones móviles y aplicaciones.

Se ha aumentado el atractivo de València mediante una oferta turística cada vez más profesional y segmentada, cubriendo una amplia gama de programas como MICE, cultural, gastronómico, cinematográfico, cruceros, compras, deportivo, de naturaleza, educativo/idiomático y médico/wellness, impulsando la propuesta de valor para los visitantes a través de una diversificación de eventos y actividades mediante campañas de comunicación segmentadas y el impulso de iniciativas. Hay que destacar entre todas las acciones de la Gala de World's 50 best, así como las actividades conmemorativas la celebración del año Sorolla, sin olvidar el Club de Embajadores (MICE) y campañas específicas para cada producto turístico, como el World Paella Day, la promoción de las Fallas, y festivales gastronómicos como Cuina Oberta. Destacando entre todas.

### **Estrategia 2. Marca y Mercados**

Se ha llevado a cabo una actualización de la marca València y su promoción en el mercado, mediante una narrativa de marca renovada y una promoción más segmentada y tecnológicamente avanzada. A través de un plan de marketing digital y una nueva segmentación del cliente, se ha buscado transmitir eficazmente la riqueza de atractivos y experiencias que València ofrece a cada tipo de viajero, aprovechando las redes sociales y plataformas de comercialización avanzadas para potenciar el reconocimiento internacional de la marca y

fomentar el consumo local, asegurando una gestión de datos del cliente unificada y omnicanal.

### **Mercados**

Se ha participado en las **principales ferias turísticas** como Fitur, TTG Travel (Italia), Vakantieburs (Países Bajos), World Travel Market (Reino Unido), ITB (Berlín) o IFM Top Resa (Francia) y se contará con el apoyo de agencias de comunicación y relaciones públicas en los principales mercados: España, Italia, Francia, Alemania, Holanda, Reino Unido, Bélgica, EE.UU. y China.

Del mismo modo, en **coordinación con Turespaña**, se han llevado a cabo **acciones promocionales offline y online** en los diferentes mercados europeos y en los principales intercontinentales, ubicados principalmente en Asia y América (comarketings, famtrips, presstrips, presentaciones de destino y jornadas, principalmente).

### **Estrategia 3: Estrategia 3. Destino Turístico Inteligente y Sostenible**

Hemos enfocado nuestras acciones para reforzar la posición de València como líder en sostenibilidad, buscando atraer visitantes con una conciencia ambiental, social y económica, contribuyendo al bienestar de los residentes y promoviendo un turismo inclusivo y diverso. Estas acciones se alinean con el objetivo de alcanzar la neutralidad climática para 2030, evolucionando el sistema de inteligencia turística para mejorar la toma de decisiones en el sector y ofrecer una propuesta de valor competitiva.

Se ha seguido evolucionando el sistema de inteligencia turística, con el objetivo de que las empresas del sector turístico y las instituciones públicas cuenten con un modelo de datos fácil de comprender y de aplicar en la toma de decisiones

### **Estrategia 4: Gobernanza colaborativa y responsable**

Esta estrategia ha perseguido una gobernanza transparente y eficiente, que evitando duplicidades y maximizando la colaboración y el uso de recursos. Mediante la adaptación y mejora de los mecanismos de participación y transparencia, se ha fortalecido la capacidad de

aportar valor a empresarios, agentes sociales y ciudadanos. Visit València ha colaborado estrechamente con entidades gubernamentales y ha apoyado iniciativas de coordinación turística y sostenibilidad, implementando nuevas herramientas de gestión para mejorar la eficiencia operativa y cumplir con las recomendaciones de auditorías previas.

Este Plan de Actuación que se ha descrito se ha implementado siguiendo las directrices del Protectorado de Fundaciones de la Comunidad Valenciana, y se ha concretado en las siguientes actividades:

**ACTIVIDAD 1:****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 on-line

**2. Recursos humanos empleados en la actividad:**

<b>Tipo</b>	<b>Número de personal</b>	<b>Nª horas / año</b>
Personal asalariado	34	55.212
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. Recursos económicos empleados en la actividad**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1	
	LINEA DE NEGOCIO	
	PREVISTO	REALIZADO
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		-44.843,96
Aprovisionamientos	2.814.000	2.712.454,78
Gastos de personal	902.783,93	786.321,30
Otros gastos de explotación	153.341,00	132.619,26
Amortización del Inmovilizado	90.198,25	28.943,04
Gastos financieros	230,00	3.679,18
Impuestos sobre beneficios		
<b>Subtotal gastos</b>	<b>3.960.553,18</b>	<b>3.619.179,59</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	78.890,00	46.096,75
Cancelación de deuda no comercial	4.025,00	3.900,32
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>82.915,00</b>	<b>49.997,06</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>4.043.468,18</b>	<b>3.669.170,66</b>

**5. Objetivo:**

Presentar la oferta turística de la ciudad de manera directa, completa, útil y actualizada es nuestra prioridad. Nos esforzamos por impulsar la comercialización de productos y servicios turísticos, posicionando a la Fundación como la mejor entidad para una planificación integral de la visita a la ciudad. Estamos orgullosos de que las ventas hayan aumentado aproximadamente un 17% en comparación con las cifras iniciales proyectadas.

## ACTIVIDAD 2:

### 1. Identificación:

Denominación: ESTRATEGIA: CREAR VALOR PARA EL VISITANTE.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción: Creación de valor para el visitante articulando una oferta diversa y atractiva que responda y supere sus expectativas y ofreciendo una atención innovadora y de calidad.

Acciones desarrolladas:

Dentro de esta estrategia, en 2023 la Fundación ha generado valor añadido a la ciudad como destino turístico con un enfoque segmentado en programas de producto y con una atención al visitante innovadora y de calidad.

1.- Para captar el interés del turista hacia València, ampliar las opciones de consumo de los visitantes e incrementar la colaboración y participación de distintos actores en la gestión del destino, Visit València ha llevado a cabo numerosas acciones a través de los diferentes programas de producto. Destacan las actividades conmemorativas del Año Sorolla, lanzadas por el producto Cultural, como las presentaciones de destino en Nueva York y Roma o la presentación del vídeo con la canción ‘Todo es luz’ de Seguridad Social, inspirada en la obra del pintor; o la celebración de la Gala de The World's 50 Best Restaurants, que tuvo lugar en junio en València con diversos actos paralelos organizados por el producto Gastronomía. València también acogió dos de las principales conferencias internacionales sobre marketing y sostenibilidad turística: el GDS Forum, Global Destination Sustainability Movement, y el City DNA Autumn Conference, en los que el producto València Convention Bureau actuó como coorganizador. También son reseñables las reuniones preparatorias de los Gay Games 2026 y asistencia a eventos de este certamen; o las 327 consultas atendidas por la València Film Office, que se materializaron en 167 producciones en la ciudad.

Estas son algunas de las acciones, pero la Fundación desplegó muchas otras -descritas en la Memoria de Actividades 2023- tanto desde estos programas como desde València Health, Naturaleza, Idiomático y de Estudios y Unique València, que acercaron la oferta de la ciudad a visitantes con distintas motivaciones.

2.- En lo que respecta a la innovación y diferenciación en la atención al visitante, en 2023 la Fundación ha reforzado la captación online, lanzado campañas de inbound marketing y creado nuevos contenidos. Mención especial merece la campaña realizada en Fallas, la agenda de la ciudad, las nuevas landings sobre la Capitalidad Verde 2024, The World's 50 Best Restaurants o la campaña de València, Navidad Mediterránea.

También se realizaron continuas mejoras web para una navegación más accesible o para navegación en mobile; y en la atención online, con el lanzamiento de un nuevo *call center* o el desarrollo de un nuevo Chatbot inteligente basado en ChatGPT. Por último, entre otras acciones, se mantuvo una actualización continua de la red de oficinas turísticas y kioscos digitales, con acciones como la ampliación de la apertura de la Oficina Turística de la Playa o la modernización de la Oficina del Aeropuerto.

Gracias a esta estrategia, en este ejercicio se incrementaron los visitantes atendidos en las oficinas, las atenciones digitales y las visitas y usuarios web, los seguidores y el alcance de las publicaciones de la Fundación en redes sociales, así como las ventas de la Fundación, especialmente de la València Tourist Card.

Lugar de desarrollo: Las acciones se llevaron a cabo a nivel local, provincial, nacional e internacional. Han tenido lugar en nuestras oficinas de turismo y en la web de [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com), en portales de internet, en los soportes de comunicación de agentes turísticos (por ejemplo, aerolíneas, touroperadores, etc.), en medios de comunicación y en redes sociales.

**2. Recursos humanos empleados en la actividad:**

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	27	44.539
Personal voluntario		

**Beneficiarios de la actividad:**

Los agentes económicos vinculados al sector turístico y los habitantes de València se benefician directamente de la actividad turística en la ciudad. El gasto turístico, al abarcar una amplia gama de servicios y productos locales, impacta positivamente en la economía local. Además, estas acciones contribuyen a una mayor visibilidad de la ciudad, generando efectos positivos en el resto de los sectores.

**3. Recursos económicos empleados en la actividad**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 2	
	PREVISTO	REALIZADO
	ACCIONES DE CREAR VALOR	
Gastos de personal	1.099.041,30	1.011.193,16
Otros gastos de explotación	1.988.676,00	2.420.524,16
Amortización del Inmovilizado	109.806,57	37.220,16
Gastos financieros	280,00	4.731,35
<b>Subtotal gastos</b>	<b>3.197.803,87</b>	<b>3.473.668,83</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	96.040,00	59.279,48
Cancelación de deuda no comercial	40.900,00	5.015,73
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>100.940,00</b>	<b>64.295,20</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>3.298.743,87</b>	<b>3.537.964,03</b>

#### **4. Objetivo:**

- Incrementar la visibilidad de València.
- Alcanzar a un potencial turista más diverso, digital y experimentado en búsqueda de experiencias.
- Ampliar sus opciones de consumo, aumentando el gasto medio y por lo tanto la rentabilidad del turismo en València.
- Incorporar al sector turístico local en la gestión de València como destino.
- Mejorar la eficiencia de las acciones de promoción y comercialización alcanzando a segmentos concretos (MICE, cultura, gastronomía, deportes, etcétera).
- Ofrecer un servicio de atención excelente.
- Incrementar los visitantes atendidos en la Red de oficinas y a través de consultas digitales.
- Ofrecer al turista una planificación integral de su estancia.
- Acceder a un análisis del comportamiento del visitante a través del contacto directo en oficinas, y seguimiento del usuario y preferencias de su navegación en la web y servicios digitales para mejorar su experiencia y optimizar la promoción y oferta de servicios turísticos.

### **ACTIVIDAD 3:**

#### **1. Identificación:**

Denominación:

ACCIONES ENCAMINADAS A LA MARCA Y PROMOCION EN MERCADOS

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción: Promoción actualizada y adaptada a la interacción de la marca con el viajero según el canal, perfil del viajero, mercado y contexto.

Acciones desarrolladas:

En un esfuerzo por modernizar la imagen de la marca de València, creada en 2005, la Fundación ha lanzado en 2023 una nueva, que representa los atributos dinámicos y actuales de la ciudad. El proceso constó de una investigación exhaustiva y consultas al sector turístico. El resultado fue una nueva identidad que destaca la vitalidad y creatividad de València. Para dar visibilidad a esta nueva imagen, se llevó a cabo una campaña publicitaria tanto en espacios urbanos como en redes sociales, con un alcance significativo en mercados clave. Simultáneamente, se actualizó la imagen de las oficinas de turismo, en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com) y se produjeron nuevos materiales promocionales para la València Tourist Card, asegurando una transición completa hacia la nueva identidad de marca.

En paralelo al cambio de marca, la Fundación realizó en 2023 numerosas acciones de promoción y marketing -descritas en la Memoria de Actividades 2023- en los principales mercados emisores de turismo a la ciudad. Con apoyo de agencias de comunicación en España, Italia, Países Bajos, Alemania, Francia y Reino Unido se desarrollaron diversas actividades con el objetivo de aumentar la visibilidad de València, fomentar la llegada de turistas durante todo el año y elevar el gasto promedio por visitante. Así, la Fundación asistió a las principales ferias de turismo, como son FITUR (España), TTG Travel Experience (Italia), Vakantiebeurs (Países Bajos), World Travel Market (Reino Unido) o ITB (Alemania), organizó y atendió viajes de prensa, visitas de inspección, viajes de familiarización, campañas de co-marketing en todos estos mercados y en Suiza, Irlanda, países de Europa del Norte y del Este y América.

Lugar de desarrollo: Las acciones directas se han realizado 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 inversas se desarrollaron en destino, con viajes de familiarización, de prensa, etc.

**2. Recursos humanos empleados en la actividad:**

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	22	36.740
Personal voluntario		

**3. Beneficiarios de la actividad:**

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

**4. Recursos económicos empleados en la actividad:**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 3 ACCIONES DE ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	1.216.795,73	1.020.318,60
Otros gastos de explotación	3.185.677,00	3.660.834,48
Amortización del Inmovilizado	121.571,56	37.556,05
Gastos financieros	310,00	4.774,04
Impuestos sobre beneficios		
<b>Subtotal gastos</b>	<b>4.524.354,28</b>	<b>4.723.483,17</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	106.330,00	59.814,44
Cancelación de deuda no comercial	5.425,00	5.060,99
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>111.755,00</b>	<b>64.875,43</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>4.636.109,28</b>	<b>4.788.358,60</b>

## 5. Objetivo:

- Dotar a València de una marca turística actual que refleje los atributos que mejor identifican y diferencian a nuestro destino entre las ciudades europeas y mediterráneas.
- Posicionar la marca con un enfoque hacia segmentos de mayor interés, con mayor capacidad de gasto.
- Aumentar la visibilidad y presencia en el mercado nacional y en los internacionales.
- Ampliar la cuota de mercado en los grandes países emisores europeos.
- Desestacionalizar la demanda.
- Elevar el gasto medio del visitante.
- Incrementar la capacidad aérea de las conexiones existentes y apoyar nuevas en mercados de alta capacidad de gasto.

## ACTIVIDAD 4:

### 1. Identificación:

Denominación: ACCIONES DE ESTRATEGIA DE DESTINO TURISTICO INTELIGENTE Y GOBERNANZA

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: Gestión del destino turístico con un enfoque innovador, tecnológico, sostenible y accesible, a través de una gobernanza eficiente y colaborativa con todas las entidades y agentes implicados.

#### Acciones desarrolladas:

En lo que respecta al destino inteligente, además de completar nuevas funcionalidades del Sistema de Inteligencia Turística, la Fundación se enfocó en 2023 en la creación de un ecosistema digital de gestión para optimizar sus proyectos. Así se implementó un nuevo ERP para la contabilidad y facturación, se desarrolló una nueva intranet y se llevaron a cabo actividades divulgativas sobre digitalización, destacando la participación en eventos como Digital Tourist 2023 #DT2023.

En línea con su estrategia de sostenibilidad, la Fundación avanzó en diversos proyectos. Esto incluye el apoyo al Plan de Sostenibilidad Turística en Destino en colaboración con diversas áreas del Ayuntamiento o la preparación de guías y catálogos de buenas prácticas, así como la elaboración de informes sobre riesgos climáticos y huella de carbono e hídrica. Además, la Fundación participó en eventos internacionales y colaboró con organizaciones locales y universidades en iniciativas relacionadas con la sostenibilidad. Destaca la promoción internacional de la designación de València como Capital Verde Europea y la participación en eventos internacionales, reuniones y congresos.

Además, la Fundación continuó su compromiso con la mejora de la accesibilidad en València como destino turístico. Se trabajó la implementación de acciones prioritarias derivadas del plan "Un Turismo Accesible para todos", fruto del convenio con PREDIF. En FITUR, València recibió el reconocimiento de PREDIF por sus esfuerzos en este ámbito, resaltando el avance cualitativo en accesibilidad. Se llevaron a cabo acciones conmemorativas, como en el Día Mundial del Autismo y el Día Mundial del Turismo, se organizaron fam trips y proyectos de señalización accesible. Además, la Fundación organizó unas jornadas sobre la legislación europea de accesibilidad para el turismo.

Por último, en relación con la gobernanza eficiente y participativa, la Fundación publicó una licitación para un Plan de Sensibilización Turística, presentó la memoria para renovar el reconocimiento de la ciudad como Municipio Turístico y apoyó a Invest in València y al Servicio de Turismo en diversas actividades. Se recibieron visitas institucionales como las de Tokio, Xi'An o Breda para intercambiar experiencias en gestión turística.

Lugar de desarrollo: Estas acciones se llevan a cabo en la ciudad de València, tanto en espacios de la Fundación como en otros diferentes.

## 2. Recursos humanos empleados en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	14	23.604
Personal voluntario		

### 3. Beneficiarios de la actividad:

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

### 4. Recursos económicos empleados en la actividad:

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 4	
	ACCIONES DESTINO TURISTICO INTELIGENTE	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	706.526,55	694.031,36
Otros gastos de explotación	441.706,00	656.922,86
Amortización del Inmovilizado	70.589,94	25.546,02
Gastos financieros	180,00	3.247,35
Impuestos sobre beneficios		
<b>Subtotal gastos</b>	<b>1.219.002,49</b>	<b>1.379.747,59</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	61.740,00	40.686,41
Cancelación de deuda no comercial	3.150,00	3.442,54
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>64.890,00</b>	<b>44.128,94</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>1.283.892,49</b>	<b>1.423.876,54</b>

### 5. Objetivo:

- Ampliar la información y el conocimiento turístico del destino.
- Mejorar la toma de decisiones de Visit València y el sector turístico.
- Incrementar el conocimiento del turista.
- Dinamizar el contacto de los asociados de la Fundación con dichas tecnologías.
- Mejorar la gestión de la Fundación Visit València.
- Fomentar la calidad en el destino València.
- Fortalecer la sostenibilidad del turismo en València.
- Minimizar los impactos negativos del turismo y maximizar los positivos, tanto sociales como ambientales.
- Avanzar hacia un destino neutro en emisiones de carbono.

- Mejorar la accesibilidad y hacer turismo en la ciudad esté al alcance de todos.
- Mantener un modelo de gobernanza eficaz y colaborativo.
- Aumentar la participación del sector local en la gestión de la política turística.
- Mejorar la sensibilización con el turismo de los ciudadanos.

## II. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES EMPLEADOS 2023

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1 LÍNEA DE NEGOCIO		Actividad 2 ACCIONES DE CREAR VALOR		Actividad 3 ACCIONES DE ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS		Actividad 4 ACCIONES DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE		Total actividades	
	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO
a) Ayudas monetarias										
b) Ayudas no monetarias		-44.843,96								-44.843,96
c) Gastos por colaboraciones y órganos de gobierno		2.712.454,78								2.712.454,78
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		786.321,30	1.099.041,30	1.011.193,16	1.020.318,60	1.216.795,73	706.526,55	694.031,36	3.925.147,50	3.511.864,42
Aprovisionamientos		153.341,00	1.988.676,00	2.420.524,16	3.185.677,00	3.660.834,48	441.706,00	656.922,86	5.769.400,00	6.870.900,76
Gastos de personal		90.198,25	28.943,04	109.806,57	37.220,16	121.571,56	70.589,94	25.546,02	392.166,31	129.265,26
Otros gastos de explotación										
Amortización del Inmovilizado										
Detenido y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		230,00		280,00		310,00		180,00		16.431,92
Gastos financieros		3.679,18		4.731,35		4.774,04		3.247,35		
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros										
Diferencias de cambio										
Detenido y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Impuestos sobre beneficios										
<b>Subtotal gastos</b>	<b>3.960.553,18</b>	<b>3.619.173,59</b>	<b>3.197.803,87</b>	<b>3.473.668,83</b>	<b>4.524.354,28</b>	<b>4.723.483,17</b>	<b>1.219.002,49</b>	<b>1.379.747,59</b>	<b>12.901.713,81</b>	<b>13.196.073,18</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)		78.890,00	96.040,00	59.279,48	106.330,00	59.814,44	61.740,00	40.686,41	343.000,00	205.877,07
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico										
Cancelación de deuda no comercial		4.025,00	4.900,00	5.015,73	5.425,00	5.060,99	3.150,00	3.442,54	17.500,00	17.419,57
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>82.915,00</b>	<b>49.997,06</b>	<b>100.940,00</b>	<b>64.295,20</b>	<b>111.755,00</b>	<b>64.875,43</b>	<b>64.890,00</b>	<b>44.128,94</b>	<b>360.500,00</b>	<b>223.296,64</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>4.043.468,18</b>	<b>3.669.170,66</b>	<b>3.298.743,87</b>	<b>3.537.964,03</b>	<b>4.636.109,28</b>	<b>4.788.358,60</b>	<b>1.283.892,49</b>	<b>1.423.876,54</b>	<b>13.262.213,81</b>	<b>13.419.369,82</b>

**III. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES OBTENIDOS****A. Ingresos obtenidos por la entidad**

<b>INGRESOS</b>	<b>Previsto</b>	<b>Realizado</b>
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio	31.666,31	27.026,68
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias		
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	3.803.000,00	4.486.813,80
Subvenciones del sector público	8.655.047,50	9.077.047,50
Aportaciones privadas	410.000,00	367.815,74
Otros tipos de ingresos	2.000,00	1.246,41
<b>TOTAL INGRESOS OBTENIDOS</b>	<b>12.901.713,81</b>	<b>13.959.950,13</b>

**B. Otros recursos económicos obtenidos**

<b>OTROS RECURSOS</b>	<b>Previsto</b>	<b>Realizado</b>
Deudas contraídas	1.800.000,00	2.150.000,00
Otras obligaciones financieras asumidas	20.729,42	19.503,14
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>1.820.729,42</b>	<b>2.169.503,14</b>

**IV. CONVENIOS DE COLABORACION CON OTRAS ENTIDADES 2023**

DESCRIPCIÓN	INGRESOS	GASTOS	No produce corriente de bienes y servicios
Con la entidad <b>AVANQUA OCEANOGRÁFIC AGORA, S.L.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		No
Con la entidad <b>COOPERATIVA VALENCIANA LIMITADA TELE TAXI</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		No
Con la entidad <b>EL CORTE INGLES, S.A.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		No
Con la entidad <b>VALENCIA CLUB DE FUTBOL, S.A.D.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		No
Con la entidad <b>VIAJES TRANSVIA TOURS, S.L.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		No
Con la entidad <b>FUNDACION TRINIDAD ALFONSO MOCHOLÍ</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		No
<b>Acuerdo Agrupación Innova Experiencia Andalusí</b> para obtener ayudas para la creación, innovación y fortalecimiento de Experiencias Turismo España, en su convocatoria para el ejercicio 2021.	72.000,00		No
Con la entidad <b>TURISME COMUNITAT VALENCIANA</b> para fomentar la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los diferentes productos, a destacar el cultural, el urbano, el gastronómico, el deportivo, el familiar y el de negocios.	1.500.000,00		No
Con la <b>DIPUTACIÓN DE VALENCIA</b> para favorecer el posicionamiento de València y su provincia como destino de turismo.	650.000,00		No
Con <b>MOSTRA DE VALENCIA E INICIATIVAS AUDIOVISUALES</b> para dar a conocer la ciudad de València como destino turístico de interés cinematográfico		500,00	No
Con la empresa <b>MeetingsPacks SL</b> para la organización del sports & events workshop en València		42.000,00	No
Con la <b>FEDERACIÓN DE FALLAS DE SECCIÓN ESPECIAL</b> , actividades de promoción y difusión de la ciudad de València, en relación con la semana Fallera.		4.000,00	No

## V. DESVIACIONES ENTRE EL PLAN DE ACTUACIÓN Y DATOS REALIZADOS

Respecto del Presupuesto Inicial aprobado por el Patronato para el ejercicio 2023 se han producido las siguientes desviaciones:

- Por el lado de los ingresos:
  - Se aumentó la subvención por parte de la Diputación, pasando de 300.000. € a 650.000 lo que representa un 116%.
  - Hubo un importante incremento los **ingresos por actividad mercantil**, con un total de **4.486.853,33 euros** (IVA no incluido) generados en todos los canales de venta -web, oficinas de turismo, puntos inteligentes, máquinas vending e intermediarios-, frente a los 3.803.000 euros (IVA no incluido) previstos inicialmente, lo que significa un **incremento del 18%** respecto a 2022. Consecuencia de estas mayores ventas nuestro margen bruto de la actividad comercial se ha incrementado en 989.000€ hasta alcanzar la cantidad de 1.774.398,55€.
- Por el lado de los Gastos.
  - Se ha producido una contención de los costes de personal, tanto de gastos salariales como de cargas sociales, al no haberse implementado la nueva Relación de Puestos de Trabajo, y por tanto no se ha producido ninguna incorporación de nuevos efectivos, lo que ha supuesto un menor gasto de 413.283,08 lo que representa un 11%,
  - Se han contenido los gastos generales, que han estado por debajo de la previsión inicial en 74.396,48€, también un 11% menos.

Estos dos factores, incremento de ingresos y contención de los gastos previstos inicialmente, han permitido dedicar mayores recursos a la actividad fundacional en más de un millón doscientos mil euros, es decir se han incrementado las actividades fundacionales, desarrolladas en las tres estrategias: Crear valor para el visitante, Acciones para actualizar Marca y Mercados y Acciones de Destino Turístico inteligente y Gobernanza, pasando de 5.102.700 a 6.278.597,24€.

En definitiva, los mayores ingresos y contención de los gastos han permitido incrementar las acciones fundacionales un 23%, y además producir un excedente de tesorería de 763.876,95€ destinados a reservas (una vez considerados las amortizaciones y las inversiones)

Hay que destacar que las dos subvenciones procedentes de la AVT y la Diputación

(1.500.000 más 650.000) se han justificado en su totalidad, pero exigieron la solicitud de una póliza de crédito por 2.150.00€, dado el desfase temporal entre la ejecución de los gastos y la percepción de las subvenciones.

Para el ejercicio 2024 la aportación que hasta ahora realizaba el Ayuntamiento como Patrono a través de una transferencia ahora se realizará por medio de una Subvención. Con el objeto de que no se produzcan los desfases antes mencionados respecto de las Subvenciones de la AVT y de la Diputación, el Convenio que está en fase de tramitación con el Ayuntamiento, contempla un pago anticipado de las cuantías previstas lo que debería extenderse a los otros dos Convenios

## 15.2. Aplicación de elementos patrimoniales a fines propios

### 1. Grado de cumplimiento del destino de rentas e ingresos

De acuerdo con la normativa legal vigente, la Fundación viene obligada a dedicar al menos el 70% de sus rentas netas a los fines fundacionales y el resto a incrementar bien la dotación fundacional bien las reservas según acuerdo del Patronato, todo ello en el plazo máximo de cuatro ejercicios a partir del momento de su obtención.

La Fundación entiende que todos sus elementos patrimoniales están destinados a la consecución de los fines fundacionales.

El destino propuesto de las rentas e ingresos, de acuerdo con los criterios establecidos en su normativa específica es el siguiente:

Resultado	Ajustes	Base de	Renta a Destinar		2018	2019	2020	2021	2022	2023	%
			Importe	%							
Contable	Positivos	Cálculo	Importe	%							
(250.182,28)	3.230.449,69	2.980.267,41	2.086.187,19	70%	3.324.791,78						111,56%
(3.110,06)	4.713.922,95	4.710.812,89	3.297.569,02	70%		4.731.767,97					100,44%
(22.700,22)	4.672.553,56	4.649.853,34	3.297.569,02	70%			4.690.417,60				100,87%
(165.038,61)	7.323.469,87	7.158.431,26	5.010.901,88	70%				7.341.211,51			102,55%
114.720,13	7.913.406,71	8.028.126,84	5.619.688,79	70%					7.931.230,55		98,79%
763.876,95	8.961.494,08	9.725.371,03	6.807.759,72	70%						8.979.317,92	92,33%

### 2. Recursos aplicados en el ejercicio.

	IMPORTE			TOTAL
<b>1.Gastos en Cumplimiento de Fines</b>				<b>8.961.494,08</b>
	Fondos Propios	Subvenciones, donaciones y legados	Deuda	
<b>2. Inversiones en cumplimiento de fines (2.1 + 2.2)</b>			<b>17.823,84</b>	<b>17.823,84</b>
2.2 Procedentes de ejercicios anteriores			17.823,84	
a ) Deudas canceladas en el ejercicio incurridas en ejercicios anteriores			17.823,84	
<b>TOTAL (1 + 2)</b>				<b>8.979.317,92</b>

El criterio utilizado por la Fundación como base de reparto ha sido considerar los gastos que por su naturaleza son directamente imputables a la actividad promocional y, además de estos gastos, se adicionan los gastos comunes que se reparten entre actividad propia y actividad

mercantil, tal como se indica en la nota 23.

### **NOTA 16. INFORMACIÓN SOBRE MEDIO AMBIENTE**

La Fundación no tiene activos ni ha incurrido en gastos destinados a la minimización del impacto medioambiental y a la protección y mejora del medio ambiente. Asimismo, no existen provisiones para riesgos y gastos ni contingencias relacionadas con la protección y mejora del medio ambiente.

### **NOTA 17. SUBVENCIONES**

Los saldos y variaciones habidas en las partidas que componen las subvenciones, donaciones y legados recibidos en los ejercicios 2023 y 2022, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, son los siguientes:

		2022		Imputación a resultados	Saldo final
Entidad otorgante	Origen	Saldo inicial	Aumentos		
AYUNTAMIENTO DE VALENCIA	Admón. local	261.122,51		(30.534,96)	230.587,55
		<b>261.122,51</b>		<b>(30.534,96)</b>	<b>230.587,55</b>

		2023		Imputación a resultados	Saldo final
Entidad otorgante	Origen	Saldo inicial	Aumentos		
AYUNTAMIENTO DE VALENCIA	Admón. local	230.587,55		(27.026,68)	203.560,87
		<b>230.587,55</b>		<b>(27.026,68)</b>	<b>(203.560,87)</b>

El detalle de las subvenciones de explotación percibidas en los ejercicios 2023 y 2022, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, es el siguiente:

Organismo	Objeto	2023	2022
TURISME COMUNITAT VALENCIANA	Convenio colaboración para el ejercicio de actividades conjuntas	1.500.000,00	1.395.431,07
DIPUTACION DE VALÈNCIA	Favorecer el posicionamiento de València y su provincia como destino de turismo	650.000,00	300.000,00
FUNDACIÓN TRIPARTITA	Cursos de formación al personal, bonificados por la Seguridad Social	-	4.118,4
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO	Innova experiencia andalusí	72.000,00	-
AYUNTAMIENTO DE VALÈNCIA	Aportación Ayuntamiento de Valencia destinada a financiar la actividad fundacional.	6.850.047,50	6.064.900,00
		<b>9.072.047,50</b>	<b>7.764.449,47</b>

La partida comparativa del ejercicio 2022 corresponde al importe de Ingresos de promociones y colaboraciones, según las cuentas anuales del ejercicio anterior. Se modifica el registro en 2023 a la partida de “Subvenciones imputadas a l excedente del ejercicio” a efectos comparativo. Este cambio viene por la salvedad nº 5 en el informe de auditoría del ejercicio anterior.

La Fundación ha cumplido la totalidad de las condiciones generales y particulares establecidas en las correspondientes resoluciones de concesión de las subvenciones recibidas.

La partida comparativa del ejercicio 2022 corresponde al importe de Ingresos de promociones y colaboraciones, según las cuentas anuales del ejercicio anterior. Se modifica el registro en 2023 a la partida de “Subvenciones imputadas a l excedente del ejercicio” a efectos comparativo. Este cambio viene por la salvedad nº5 en el informe de auditoría del ejercicio anterior.

La Fundación ha cumplido la totalidad de las condiciones generales y particulares establecidas en las correspondientes resoluciones de concesión de las subvenciones recibidas.

### **NOTA 18. PROVISIONES Y CONTINGENCIAS**

No se han producido contingencias ni se han dotado provisiones en el ejercicio 2023 ni se produjeron contingencias ni se han dotado provisiones en el ejercicio 2022.

### **NOTA 19. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE**

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2023 no se han puesto de manifiesto hechos relevantes que afecten a las cuentas anuales de la Fundación a dicha fecha.

## **NOTA 20. OTRA INFORMACIÓN**

### **Órganos de gobierno, dirección y representación**

La composición de la Comisión Ejecutiva de la Fundación a final del ejercicio 2023 es la siguiente:

#### **COMISIÓN EJECUTIVA FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA**

PRESIDENTA: D<sup>a</sup>. Paula Maria Llobet Vilarrasa, Presidenta del Patronato

DIRECTOR-GERENTE: D. José Antonio Franco Martínez, quien en ausencia de la Presidenta del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto de la Presidenta.

VOCALES:

- D. Juan Carlos Sanjuán Hernández, designado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
- D<sup>a</sup>. Begoña Puigmoltó Lassala, designada por la Feria de Valencia
- D. Miguel Jiménez Martínez, designado por la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana
- D<sup>a</sup>. Esther Labaig Gallardo, designada por Turisme Comunitat Valenciana
- D. Xavier Pascual i Soler, designado por la Diputación Provincial de Valencia
- D. Alejandro Heras Lorente, elegido por el Consejo General de los Protectores
- D. Carlos De Selva Llobet, elegido por el Consejo General de los Protectores
- D<sup>a</sup>. María Ángeles Fayos Bonell, elegido por el Consejo General de los Protectores
- D<sup>a</sup>. María José Martínez Vicente, elegido por el Consejo General de los Protectores
- D<sup>a</sup>. Isabel Reig Catalá, elegido por el Consejo General de los Protectores:

-SECRETARIO: D. Jonatan Baena Lundgren

La composición del Patronato de la Fundación a final del ejercicio 2023 es la siguiente:

### **PATRONATO FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA**

#### **PRESIDENTE:**

- Ayuntamiento de Valencia, representado por D<sup>a</sup>. Paula María Llobet Vilarrasa, delegada de Turisme, Innovación e Inversiones

#### **VICEPRESIDENTE:**

- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, representada por D. José Vicente Morata Estragués.

#### **VOCALES:**

- Feria de Valencia, representada por D<sup>a</sup>. Begoña Puigmoltó Lassala

- Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana, representada por D<sup>a</sup>. Eva Blasco García

-D. Juan Carlos Caballero Montañés, designado a propuesta del Ayuntamiento de Valencia.

-D. Manuel Espinar Robles, designado a propuesta de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia.

-Turisme Comunitat Valenciana, representado por D<sup>a</sup>. Nuria Montes Diego

-Diputación Provincial de Valencia, representada por D. Pedro Cuesta Tobajas

-D. Eduardo Nogués Meléndez, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. José Antonio Ferri Moscardó, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Javier Gutiérrez Marqués, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Alejandro Del Toro Ibáñez, elegido por el Consejo General de Protectores

-D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D<sup>a</sup>. Isabel M Gil Forteza, elegida por el Consejo General de Protectores.

-D. Rafael Torres García, elegido por el Consejo General de Protectores.

SECRETARIO NO PATRONO: D. Jonatan Baena Lundgren.

DIRECTOR-GERENTE NO PATRONO: D. José Antonio Franco Martínez

Los miembros de los Órganos de Gobierno durante los ejercicios 2023 y 2022 no han recibido importe alguno en concepto de remuneración.

### **Número medio de empleados en el ejercicio**

La distribución del personal medio de la Fundación en los ejercicios 2023 y 2022, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director Gerente	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Subdirector	1,41	0,00	1,41	2,00	0,00	1,91
Jefe De Área	5,00	3,00	8,00	5,00	2,92	7,92
Jefe De Unidad	1,00	3,00	4,00	1,00	3,00	4,00
Técnico	5,74	17,99	23,73	6,00	18,62	24,62
Técnico Medio	0,60	5,00	5,60	0,57	4,93	5,51
Oficial Administrativo	1,23	1,56	2,79	0,25	1,00	1,25
Administrativo-Recepción	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
Informador Com. Turístico	4,08	17,34	21,42	4,70	16,03	20,73
Mozo conductor	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Prácticas	0,95	1,50	2,45	0,73	0,88	1,61
<b>Total personal medio al término del ejercicio</b>	<b>22,02</b>	<b>50,39</b>	<b>72,41</b>	<b>22,26</b>	<b>48,38</b>	<b>70,55</b>

La distribución del personal de la Fundación al cierre de los ejercicios 2023 y 2022, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director gerente	1	0	1	1	0	1
Subdirector	1	0	1	2	0	2
Jefe de área	5	3	8	5	3	8
Jefe de unidad	1	3	4	1	3	4
Técnico	5	17	22	6	19	25
Técnico medio	0	5	5	1	5	6
Oficial administrativo	1	1	2	1	1	2
Administrativo-recepción	0	1	1	0	1	1
Informador com. turístico	4	21	25	5	18	23
Mozo conductor	1	0	1	1	0	1
<b>Total personal al término del ejercicio</b>	<b>20</b>	<b>53</b>	<b>73</b>	<b>24</b>	<b>51</b>	<b>75</b>

La distribución por sexos de los miembros del Patronato al término de los ejercicios 2023 y 2022, que no difiere del número medio en cada uno de los ejercicios, es la siguiente:

	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
PRESIDENTA		1	1	1		1
VICEPRESIDENTE	1		1	1		1
VOCALES	9	4	13	11	2	13
DIRECTOR GERENTE NO PATRONO	1		1	1		1
SECRETARIO NO PATRONO	1		1	1		1
<b>Total personal al término del ejercicio</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>17</b>

### **Honorarios por los servicios prestados por los auditores de cuentas**

La Fundación tiene como auditores asignados a la Intervención General del Ayuntamiento de Valencia, no asumiendo gasto alguno por su servicio como auditores de cuentas en los ejercicios 2023 y 2022.

### **Grado de cumplimiento del Código de conducta para la realización de inversiones financieras temporales**

En cumplimiento del Acuerdo de 20 de noviembre de 2003, del Consejo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, por el que se aprueba el Código de conducta de las entidades sin ánimo de lucro para la realización de inversiones temporales, se ha establecido un criterio de selección y de gestión de inversiones financieras temporales valorando la seguridad, liquidez y rentabilidad que ofrezcan las distintas posibilidades de inversión, con el objetivo de que, en caso de realizar tales inversiones, se produzca el necesario equilibrio entre estos tres principios.

**NOTA 21. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO**

	Nota	31.12.2023	31.12.2022
		<b>705.840,52</b>	<b>(309.783,76)</b>
<b>Resultado del ejercicio antes de impuestos</b>		<b>763.876,95</b>	<b>114.720,13</b>
<b>Ajustes del resultado:</b>		<b>141.135,61</b>	<b>110.754,26</b>
Amortización del inmovilizado (+)	5, 6	148.284,42	143.153,79
Imputación de subvenciones (-)	17	(27.026,68)	(30.534,96)
Ingresos financieros (-)		(55,69)	(581,58)
Gastos financieros (+)		16.431,92	609,12
Otros ingresos y gastos (-/+)	14.f	3.501,64	(1.892,11)
<b>Cambios en el capital corriente:</b>		<b>(179.294,17)</b>	<b>(537.122,72)</b>
Existencias (+/-)		(44.843,96)	50.784,23
Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)		(512.848,17)	(679.324,00)
Otros activos corrientes (+/-)		23.875,94	22.432,12
Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)		358.411,04	72.727,97
Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)		(3.889,02)	(3.743,04)
<b>Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación:</b>		<b>(19.877,87)</b>	<b>1.864,57</b>
Pagos de intereses (-)		(16.431,92)	(609,12)
Cobros de intereses (+)		55,69	581,58
Otros pagos (cobros) (-/+)		(3.501,64)	1.892,11
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		<b>(220.790,19)</b>	<b>(225.386,21)</b>
<b>Pagos por inversiones (-):</b>		<b>(225.910,19)</b>	<b>(225.386,21)</b>
Inmovilizado intangible		(186.955,10)	(192.504,55)
Inmovilizado material		(37.931,13)	(24.931,09)
Otros activos financieros		(1.023,96)	(7.950,57)
<b>Cobros por desinversiones (+):</b>		<b>5.120,00</b>	-
Otros activos financieros		5.120,00	-
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		<b>(235.852,35)</b>	<b>745.634,69</b>
<b>Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero:</b>		<b>(235.852,35)</b>	<b>745.634,69</b>
Emisión:		79.116,25	762.849,41
Deudas con entidades de crédito (+)		-	697.728,14
Otras deudas (+)		79.116,25	65.121,27
Devolución y amortización de:		(314.968,60)	(17.214,72)
Deudas con entidades de crédito (-)		(314.968,60)	(17.214,72)

<b>AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES</b>	<b>249.197,98</b>	<b>210.464,72</b>
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	795.074,86	584.610,14
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	1.044.272,84	795.074,86

## **NOTA 22. PARTES VINCULADAS**

### **22.1) Transacciones entre partes vinculadas**

<b>Operaciones con partes vinculadas</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
<b>Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones</b>		
Excmo. Ayuntamiento de Valencia	6.850.047,50	6.064.900,00
Cámara de comercio	5.000,00	5.000,00
Turisme Comunitat Valenciana	1.500.000,00	1.395.431,04
Diputación de València	650.000,00	300.000,00
	<b>9.005.047,50</b>	<b>7.765.331,04</b>

El importe de las transacciones con el Ayuntamiento de Valencia se corresponde con la aportación económica correspondiente a los ejercicios 2023 y 2022, con destino a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de València con cargo a los presupuestos municipales de los citados ejercicios. El importe de las transacciones con la entidad Diputación de València de Turismo, corresponde a la subvención de explotación concedida en 2023 y 2022, respectivamente, destinadas a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de Valencia. El importe de las transacciones correspondientes a Turisme Comunitat Valenciana se corresponde a la subvención de explotación a la subvención de explotación concedida en 2023 y 2022, respectivamente, destinadas a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de Valencia.

### **22.2) Saldos entre partes vinculadas**

El detalle de los saldos mantenidos al 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

<b>Corto plazo</b>	<b>2023</b>		<b>2022</b>	
	<b>Deudores</b>	<b>Acreedores</b>	<b>Deudores</b>	<b>Acreedores</b>
<b>Otras partes vinculadas:</b>				
<b>Por operaciones actividad propia</b>				
Excmo. Ayuntamiento de Valencia		430,51	-	430,51
Turisme Comunitat Valenciana	1.500.000,00		1.395.431,07	-
Diputación de València	650.000,00		300.000,00	-
<b>Total</b>	<b>2.150.000,00</b>	<b>430,51</b>	<b>1.695.431,07</b>	<b>430,51</b>

El importe del saldo al 31 de diciembre de 2023 con el Ayuntamiento de València corresponde a la adquisición de libros, por otro lado, los importes pendientes de cobro con Turisme Comunitat Valenciana y la Diputación de València, corresponden a subvenciones de explotación concedidas en el ejercicio 2023 pendientes de ser cobradas a cierre de ejercicio.

El importe del saldo al 31 de diciembre de 2022 con el Ayuntamiento de València correspondía a la adquisición de libros, por otro lado, los importes pendientes de cobro con Turisme Comunitat Valenciana y la Diputación de València, correspondían a subvenciones de explotación concedidas en el ejercicio 2022 pendientes de ser cobradas a cierre de ejercicio.

### **22.3) Saldos y Transacciones con el Director Gerente y Alta Dirección**

Los importes recibidos por el Director Gerente y el Subdirector General durante los ejercicios 2023 y 2022 se detallan a continuación:

	2023	2022
Director Gerente hasta el de 3 octubre	71.394,32	91.403,88
Director Gerente a partir del 4 octubre	20.091,27	
Subdirector programas turísticos hasta el 31 mayo	31.868,55	72.190,56
Subdirector de Gestión.	74.355,96	65.973,94
<b>Total</b>	<b>197.710,10</b>	<b>229.568,38</b>

En el ejercicio 2023 se incluye los salarios del ejercicio 2023, un importe de 5.474,94 euros correspondientes a trienios de conformidad con lo establecido en el acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 24 de mayo de 2019 y 769,46 euros correspondientes a atrasos (En el ejercicio 2022 se incluye los salarios del ejercicio 2022 y un total de 7.042,56 euros a trienios de conformidad con lo establecido en el acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 24 de mayo de 2019).

En el ejercicio 2023 se ha producido el cese y nombramiento del director Gerente en el mes de octubre, por lo que se desglosan las cantidades a partir de esa fecha.

Aparte del Director Gerente, del Subdirector de Gestión y el Subdirector de Programas Turísticos no existe otro personal de la Fundación que cumpla la definición de personal de Alta Dirección.

### **NOTA 23. ELEMENTOS PATRIMONIALES AFECTOS A LA ACTIVIDAD MERCANTIL**

El detalle de los elementos patrimoniales afectos a la actividad mercantil mantenidos al 31 de diciembre de 2023 se indica a continuación:

<b>Concepto</b>	<b>Importe</b>	<b>Actividad Propia</b>	<b>Actividad Mercantil</b>
Inmovilizado Intangible	826.491,68	540.896,48	285.595,20
Inmovilizado Material	2.219.117,76	1.452.298,93	766.818,83
Existencias	162.753,16	0,00	162.753,16
<b>Concepto</b>	<b>Importe</b>	<b>Actividad Propia</b>	<b>Actividad Mercantil</b>
<b>Ingresos de la actividad</b>	<b>13.867.777,99</b>	<b>9.444.863,24</b>	<b>4.422.914,75</b>
Ingresos por la actividad propia	9.444.863,24	9.444.863,24	
Ingresos actividad mercantil	4.422.914,75		4.422.914,75
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(2.667.610,82)</b>		<b>(2.667.610,82)</b>
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>63.899,05</b>		<b>63.899,05</b>
<b>Gastos de personal</b>	<b>(3.511.864,42)</b>	<b>(2.298.335,42)</b>	<b>(1.213.529,00)</b>
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(6.866.208,40)</b>	<b>(6.663.158,65)</b>	<b>(203.049,75)</b>
Servicios Exteriores	(572.338,91)	(374.566,51)	(197.772,40)
Tributos	(15.272,25)	(9.994,91)	(5.277,34)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	0,00	0,00	<b>0,00</b>
Otros gastos de gestión corriente	(6.278.597,24)	(6.278.597,24)	
<b>Amortización del Inmovilizado</b>	<b>(129.265,26)</b>	<b>(84.597,49)</b>	<b>(44.667,77)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	<b>27.026,68</b>	<b>17.687,58</b>	<b>9.339,10</b>
	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>			
<b>Otros resultados</b>	<b>(3.501,64)</b>	<b>(2.291,64)</b>	<b>(1.210,00)</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>55,69</b>	<b>36,45</b>	<b>19,24</b>
<b>Gastos financieros</b>	<b>(16.431,92)</b>	<b>(10.753,85)</b>	<b>(5.678,07)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>763.876,95</b>	<b>403.450,20</b>	<b>360.426,75</b>

Existen en el balance de la Fundación elementos de activo que son fácilmente imputables de manera directa a las actividades mercantil y promocional. De igual manera, determinadas partidas de gastos e ingresos pueden atribuirse directamente a una u otra de las actividades mencionadas.

Para el criterio de reparto de los costes indirectos, entendidos como aquellos que son utilizados por las dos actividades, se calcula el porcentaje que supone sobre el total de ingresos aquellos procedentes de aportaciones para fines fundacionales y los derivados de la actividad mercantil. Los porcentajes resultantes de la distribución de los ingresos son los que se aplican como coeficientes para el reparto los gastos de personal comunes a las dos actividades de la Fundación. Y finalmente, se reparten el resto de los gastos y de activos en función de los porcentajes que resultan de dividir el coste de personal de cada actividad sobre el coste total de personal.

#### **NOTA 24. INVENTARIO**

Ver Anexo I

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

**MEMORIA DE ACTIVIDADES FUNDACIONALES CORRESPONDIENTE AL  
EJERCICIO 2023**

## València, a por un crecimiento sostenido y sostenible

La ciudad de **València cerró 2023 marcando un récord en su serie histórica**. Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en su Encuesta de Ocupación hotelera (EOH) y en la Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos (EOAT), alcanzó 5.493.065 pernoctaciones.

A ello hay que sumar el resto de indicadores, también positivos. El Revpar se situó en 90,33 euros, superando a Alicante, Sevilla, Bilbao o Granada y con un incremento del 18,8%. Por su parte, la ocupación hotelera alcanzó el 79,5% y en el Aeropuerto de València se registraron 4,9 millones de llegadas.

Estos datos, junto los otros recogidos en esta Memoria, confirman la recuperación que comenzó en 2022 de un sector turístico que se vio fuertemente afectado por los efectos de la pandemia. La Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana trabajó en 2023 para ayudar a consolidar dicha recuperación, con una intensa actividad promocional que se resume en estas páginas.

Como cada año, los **beneficiarios de la acción fundacional** fueron los **agentes del sector turístico, la ciudad y sus habitantes**, ya que la labor de la Fundación impulsa la difusión de la cultura propia y busca el beneficio económico y social de València.

Visit València encara ahora un **nuevo reto, lograr que este crecimiento turístico sea sostenible y sostenido** en el tiempo. Se marca un nuevo objetivo, trabajar para que la cuenta de resultados del sector sea positiva, pero también la de todo el ecosistema ciudadano.

En este contexto, València es Capital Verde Europea 2024, hito que ayudará a captar al turista respetuoso, sensibilizado y comprometido con el entorno. Además, la Fundación enfocará su labor hacia la transformación tecnológica; a hacer de los rasgos identitarios de la ciudad las palancas de promoción; a consolidar mercados con amplio margen de crecimiento -como EE. UU. o los países nórdicos-; a captar turistas con una mayor capacidad de gasto; y a convertir València en un destino turístico excelente con una irrenunciable apuesta por la calidad.

La Fundación pone así la mirada en un **nuevo modelo, eficaz y eficiente**, para gestionar el **éxito de la actividad turística** y convertirse en **referente mundial del turismo sostenible** en todos los niveles, tanto ambiental como social y culturalmente. En definitiva, un ejemplo mundial de gestión del éxito turístico.

## ÍNDICE

Siguiendo las líneas marcadas en su Plan Estratégico, la Fundación articuló su labor en 2023 en torno a cuatro estrategias, que marcaron la actividad de esta entidad, con diversos programas enfocados a acciones concretas.

### 1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

#### Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

- València Convention Bureau
- València Cultura y Ocio
- VLC Gastronomía
- VLC Sports
- València Shopping
- València Health
- València Film Office
- Unique València
- Naturaleza
- Idiomático y de estudios

#### Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista

- Atención al visitante y ventas
- València Tourist Card
- Digitalización, campañas y mejoras web y oficinas

### 1.2.- ESTRATEGIA II: Marca València. Promoción segmentada y tecnológica

#### Plan 3: Actualización de marca, modernización de soportes y herramientas

#### Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

- España
- Italia
- Países Bajos
- Reino Unido
- Alemania
- Francia
- Suiza
- Irlanda

- Europa del Norte
- Europa del Este
- América

#### **Plan 5: Mejora Conectividad**

- FLY Valencia
- VLC Cruises

### **1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino inteligente y sostenible**

#### **Plan 6: Un destino más inteligente**

- Mejora de la gestión interna y divulgación

#### **Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad**

- Estrategia de Turismo Sostenible
- Destino accesible

### **1.4.- ESTRATEGIA IV: Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa**

#### **Plan 8: Marco institucional. Compromiso y colaboración**

- Refuerzo de la imagen del turismo y gobernanza
- Sensibilización turística
- Calidad
- Pertenencia a organizaciones y asociaciones

#### **Plan 9: Gestión eficiente, transparente y colaborativa**

- Órganos de Gobierno
- Convenios de colaboración
- Nuevas empresas asociadas

## **2. - COYUNTURA 2023**

### **2.1.- Evolución de la demanda**

### **2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar**

### **2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros**

## 1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

### Plan 1: Desarrollo de programas de producto

En 2023 se realizó una intensa labor en el desarrollo de los Programas de Producto, con grandes acciones como la celebración de la **Gala de The World's 50 Best Restaurants** en la ciudad en junio; las reuniones preparatorias de los **Gay Games 2026**; las **actividades conmemorativas del Año Sorolla**; o la organización del **GDS-Forum & City DNA Autumn Conference**, que tuvieron lugar en octubre en València; entre otras.

### València Convention Bureau

Dentro de este programa de producto se atendieron diversas visitas de inspección, como las de **EAACI Congress 2024**, **EFFOST**, **EPC 2024**, **EAS Congress**, **City DNA GDS Forum**, **ESPN** y **FVW Alemania**. Asimismo, se organizó la visita del Congreso de la Asociación ASTP de transferencia de conocimiento entre profesionales; la de los organizadores de **The Next Web 2024**; y la de **World Congress Low Back Pain** de Bélgica, con el objetivo de confirmar el congreso para 2026. Igualmente, recibimos en València la visita de inspección de **European Poultry Conference** para 2024.

Asimismo, la Fundación participó en el encuentro y **Asamblea del Spain Convention Bureau**, donde se analizó la situación de los mercados europeos y las posibilidades de colaboración entre las OETs y los distintos convention bureaus, la sostenibilidad en los eventos como eje de los Fondos Europeos y la digitalización del sector MICE. También acudió por segunda vez a la edición europea del **Iberian MICE Forum**, con 50 compradores europeos, travel & event managers, directivos y proveedores MICE de toda Europa.

El València Convention Bureau asistió a **Eventoplus MIS Madrid** para ponerse al día en nuevos formatos, últimas tendencias y actividades de networking para reuniones e incentivos en España, con 200 organizadores de eventos, DMC's, agencias de eventos e incentivos y corporativos; y alrededor de 100 expositores, destinos, hoteles y proveedores de servicios novedosos. También, como en años anteriores, se organizó y atendió una acción en Fallas junto

con el Palacio de Congresos. Se invitó a un grupo de organizadores a conocer la fiesta, el destino y esta sede.

Además, el València Convention Bureau participó en el **Global Meetings Industry Day en Málaga**, actuando como ponentes en la gala de MPI para presentar la captación del evento Gay Games. Es el mayor y más importante acontecimiento del año para los profesionales de reuniones de todo el mundo, que se congregan para compartir ideas y experiencias sobre el impacto de las reuniones en la economía mundial. También asistió al **Events Club Association Forum**, un workshop con asociaciones europeas que organizan congresos potencialmente interesantes para València.

La Fundación también participó en la **Conferencia modelo VCB de Bolonia Tur** con una ponencia sobre el modelo turístico de Visit València y en las **jornadas directas del Spain Convention Bureau** del mercado americano y del suizo; así como en **M&I Healthcare La Haya 2023** y **The Meetings Space 2023**.

También ayudó a organizar la **GDS-Forum & City DNA Autumn Conference**, que se celebró la primera semana de octubre en València, unas sesiones en las que se reúnen organismos turísticos europeos interesados en la sostenibilidad para debatir estrategias y mejores prácticas, creando nuevos enfoques e iniciativas para una mayor gestión regenerativa de los destinos.

Por lo que respecta a la labor comercial, la Fundación también acudió a **MIS Internacional de Eventoplus**, con vistas a acoger este evento en 2024 en València. Allí se mantuvieron más de 30 citas con clientes internacionales corporativos y agencias; a **Pure Spain** con clientes franceses; **MCE South Europe en Sevilla**; conjuntamente con la OET de Frankfurt se realizó una **presentación con actividad culinaria en Múnich** a las principales **agencias MICE** allí establecidas; la Fundación también participó en la **jornada inversa del Spain Convention Bureau** con clientes del mercado alemán que tuvo lugar en Gran Canaria; organizó un **famtrip** de cuentas importantes de Alemania de Meliá en Valencia donde pudo mostrar la oferta MICE de la ciudad; y atendió un famtrip de **wedding planners indios** en colaboración con la OET de

Mumbai.

Un año más, el València Convention Bureau participó en la **feria IBTM de Barcelona**, donde atendió a más de 70 clientes y realizó una acción gastronómica paralela con Kuoni Tumlare, en la que contactó con los principales responsables de la empresa para Escandinavia, Francia, LATAM y Reino Unido.

Por último, también colaboró en la visita cultural que realizaron los ministros asistentes a la **Conferencia de Comercio de la UE** que tuvo lugar en València; y apoyó la **convención de Trabax**, una de las mayores empresas turísticas de intermediación mexicanas que tiene implantación en toda la zona de LATAM y que trabaja ocio y MICE.

### **València Cultura y Ocio**

El año comenzó con la participación de la Fundación en **FITUR**, con una importante **presencia de la oferta cultural** de la ciudad en el stand y las presentaciones a medios y agentes. Así, el programa cultural llevó a la principal feria de viajes de España **València Music City**, el **Año Sorolla** y las acciones que se desplegaron para celebrarlo; y el **Congreso WTACH**.

Posteriormente, Visit València organizó la **tercera edición de FestIN**, evento que integra la pintura, la arquitectura, la música, el teatro y la ópera como parte de un peculiar menú. En esta ocasión contó con participación también, de espacios singulares de Lliria, Riba-Roja de Turia y Gandia. Las propuestas del festival incluían diversas actividades gastro culturales en el Centre del Carme de Cultura Contemporània (CCCC), IVAM, Palau de Les Arts, CaixaForum, Museo de Bellas Artes de València, Bombas Gens, Celler de PROAVA, Set Espai d'art, Rosa Santos, Galería Jorge López, La Trini Espai d'Art, Galería Ana Serratosa, Sala Russafa y Gabinete de dibujos.

Otras de las acciones destacadas de 2023 en el programa Cultura y Ocio fueron las **presentaciones de destino en Nueva York y Roma** con motivo del **Año Sorolla** para mejorar el posicionamiento de València como destino cultural en estos mercados. El objetivo era atraer

turistas de perfil cultural con mayor capacidad de gasto y promocionar el centenario entre tour operadores de potencial interés para València, para lograr que la incluyan en sus catálogos.

Para dar visibilidad al centenario del pintor, la Fundación también atendió el **viaje de prensa de *El Viajero (El País)***; el del periodista alemán afincado en España Manuel Mayer, que publicó en medios de habla alemana conectados con **aerolíneas del grupo Lufthansa**, en los que la cultura es una de sus principales motivaciones de viaje; y el de ***The world of Culture***, de Países Bajos. Otra de las grandes acciones del centenario fue el rodaje y presentación del **vídeo promocional de Sorolla con la banda Seguridad Social**, con la canción ‘Todo es luz’, inspirada en la obra del pintor.

Asimismo, la Fundación colaboró con el **festival Dansa València** invitando a prensa especializada en esta disciplina de España y Portugal; apoyó con un patrocinio al festival **Deleste** en su undécima edición y atendió el viaje de prensa del periodista inglés Max Andrews, de la prestigiosa revista de arte contemporáneo ***Frieze Magazine***.

En las semanas previas a **Fallas** se organizó un **viaje de prensa** con los principales medios nacionales de viajes para dar visibilidad a la fiesta y a la oferta cultural de la ciudad. Así, medios como ***El Mundo, Viajar, Hola, Time Out o La Vanguardia*** publicaron amplios reportajes sobre València y sus fiestas.

Asimismo, Visit València atendió dos **visitas de inspección del Congreso WTACH**, que se celebró en septiembre en València, y participó en un **workshop de Turespaña con turoperadores de EE. UU. y Canadá** en Palma de Mallorca. Recibió también a medios internacionales que visitaron València con motivo de Cevisama. Igualmente, llevamos a cabo una acción promocional del **Salón de Cómic**. También se trabajó en la inclusión de València en la **red de ciudades musicales MCN** (Music Cities Network), para lo que la ciudad participó activamente en la asamblea anual y jornadas de trabajo que tuvieron lugar en Hamburgo.

La Fundación también colaboró con eventos como el festival Valencia Photo, el Festival

Volumens y Festival Abierto València. Atendió el viaje del artista portugués e influencer Luis Simoes, en colaboración con Turespaña; y otro multimercado con medios especializados, en colaboración con la Fundació del Disseny previo a la feria Habitat.

La tradición y legado en torno a la seda de València fue también objeto de actuaciones promocionales a nivel internacional de la Fundación. Coordinamos, junto con el Colegio del Arte Mayor de la Seda, la presencia de València en el **encuentro internacional de museos de la seda organizado por la International Silk Union** en Hangzhou y asistimos a través de videoconferencia a la asamblea anual de esta organización de la que Visit València es miembro. La jornada además coincidió con la asamblea anual de Silky Cities, organización en la que Visit València es miembro fundador, y a la que también asistió.

Visit València también colaboró en las acciones promocionales para dar visibilidad internacional a la **inauguración del Centro de Arte Hortensia Herrero**, así como a la instalación escultórica en el Jardín del Turia de la artista egipcia afincada en Nueva York **Ghada Amer**; atendió viajes de prensa de los medios *ARTnews*, *Beaux Arts Magazine*, *Architectures À Vivre* y *Art Tribune*.

Por último, la Fundación lanzó el **Mapa de la Música**, una recopilación de los lugares imprescindibles para visitantes interesados en este tipo de contenidos.

### **VLC Gastronomía**

València acogió en junio el acto de **entrega de los prestigiosos galardones *The World's 50 Best Restaurants***, consolidando la posición de la ciudad como referente de la alimentación y la alta gastronomía en el ámbito internacional. Así, en los primeros meses del año la Fundación estuvo inmersa en la preparación de la Gala y los eventos paralelos que se celebraron en la ciudad. Un evento que tuvo una amplia cobertura mediática internacional e hizo que los mejores cocineros del mundo y sus equipos conocieran la ciudad y su increíble gastronomía.

También se lanzó el **vídeo promocional “Delicious València. Eterna y de temporada”**, que fue galardonado con el bronce en la categoría Tourism Film Category en los New York

Festivals TV & Film Awards 2023. El vídeo está inspirado en un poema del escritor valenciano Vicent Andrés Estellés y hace hincapié en los valores de la gastronomía valenciana, basada en el producto de proximidad, de calidad y sostenible.

Por otro lado, en enero la Fundación participó en la **feria Madrid Fusión** mostrando la propuesta gastronómica de la ciudad, basada en el producto local de proximidad y su modelo sostenible y responsable. Así, tanto en el espacio de la Comunitat Valenciana L'Exquisit como en el de Saborea España, siete chefs y dos bartenders, realizaron demostraciones de las últimas novedades culinarias de la ciudad.

Además, Visit València organizó, como ya se ha mencionado en el apartado de Cultura, la tercera edición de **FestIn**, en colaboración con algunos de los principales chefs de la provincia y con proveedores gastronómicos. Un evento que colgó el cartel de 'no hay entradas' en todas sus sedes.

Un año más, Visit València lanzó **dos ediciones de València Cuina Oberta**, el principal festival gastronómico de la ciudad, en el que participaron más de 50 restaurantes en cada convocatoria, entre ellos numerosos establecimientos reconocidos con Soles Repsol y Estrellas Michelin. En la edición de noviembre salimos con una **nueva web y propuestas de experiencias gastronómicas** paralelas muy novedosas, como talleres de arroz o sushi, *showcooking* o visitas a la tira de contar.

Además, en 2023 la Fundación recibió el **premio al vídeo de World Paella Day** en el Zagreb TourFilm Festival del circuito CIFFT; asistió a la **Gala de los Soles Repsol** en Alicante; atendido el blog trip de Cazo y sartén; colaboró en el **viaje de prensa de 14 periodistas gastronómicos** para cubrir el cocinado a cuatro manos entre Ricard Camarena y Alex Atala, chef del 5º mejor restaurante del mundo; y organizó un **press trip de Vanity Fair Italia** sobre la paella y el arroz del *senyoret*.

La Fundación también se volcó en la organización de la **cuarta edición del World Paella Day**,

que se celebró el 20 de septiembre. Además de acciones promocionales en distintas ciudades del mundo en colaboración con Turespaña -Pekín, Bombay, Estocolmo, Abu Dabi y Roma-, en la plaza del Ayuntamiento tuvo lugar la **World Paella Day Cup**, que reunió a 12 chefs internacionales que compitieron por presentar la mejor paella del mundo. Los finalistas de la *WPDCup2023* fueron cocineros procedentes de Alemania, Francia, Italia, Polonia, Rumania, Estados Unidos, México, Colombia, Ecuador, Marruecos, India y Japón, con victoria de este último y una gran repercusión en medios y redes sociales.

### **VLC Sports**

Visit València aprovechó la cita de **FITUR** para poner de manifiesto la oportunidad que para la ciudad de València ha supuesto el trabajo conjunto entre el sector turístico y el deportivo. Así, **presentó cada uno de los eventos deportivos previstos para 2023**, entre los que destacan el Mundial de Gimnasia Rítmica 2023, el Gran Fondo Ciclista Ciudad de València, el Trofeo de la Reina de Vela, la Copa Faulcombridge de Tenis, el BBVA Open Internacional de València, la Copa del Mundo de Triatlón València, el Grandmasters Hockey Valencia 2023 y el Maratón de València.

Además, colaboró en la promoción de la ciudad con el **programa We Coach de la Real Federación Española de Atletismo (RFEA)**. El Programa #WeCoach es una iniciativa impulsada por RFEA y Universo Mujer CSD, cuyo principal objetivo es el de fomentar la práctica deportiva de las mujeres y concienciar sobre la importancia de la actividad física para la salud física y mental. Por otra parte, recibimos a finales de noviembre la visita de los coordinadores de la Federación de Gay Games para valorar el estado de la estructura de trabajo de la candidatura.

En 2023 la Fundación también organizó el **fam trip de touroperadores holandeses 3D Golfvakanties**, la visita anual **Steering Committee Gay Games 2026** para revisar y actualizar el Performance Plan de los próximos años y la visita de inspección de la **Unión Europea de Gimnasia**. Organizó con Evento Plus el **Sports & Events 2023**, el workshop deportivo más importante del año para el producto Sports, al que asistieron 65 agentes deportivos

internacionales y 67 vendedores nacionales e internacionales. Gracias al éxito en València, Evento Plus decidió hacer una edición de invierno en Lloret de Mar, a la que también asistió Visit València, donde contactó a más de 40 operadores deportivos. Adicionalmente, asistió a la **feria Eurobike 2023** a finales de junio en Frankfurt. La Fundación realizó diversas acciones de colaboración y promoción con la RFEG para el **Mundial de Gimnasia Rítmica** que tuvo lugar a finales de agosto en València.

Además, colaboró en los documentales: “Caminos de Sefarad: Diario de una ciclista” para promocionar la ciudad y provincia de València desde un punto de vista cultural y deportivo; y, en segundo lugar “Vive València”, centrado en la oferta de actividades náuticas de la ciudad y provincia presentada directamente por nuestros asociados.

Se atendieron también **cinco viajes de prensa**: uno para el Trofeo de la Reina de Vela con 5 medios de comunicación; otro para el maratón de València, con 8; otro con 3 influencers para el mercado francófono durante el evento Pop in the City València; y dos más para el Dreamhack, en sus ediciones de verano (6) e invierno (3).

La Fundación realizó una **acción promocional de golf** en varios torneos de Italia con el operador deportivo Sports Tours IT y otra de los **Gay Games** en los Eurogames de Berna ante 4.000 participantes. En noviembre asistió a los **Gay Games XI en Guadalajara** (México) y **Hong Kong** para promocionar los juegos de València de 2026, así como para recibir el relevo de la candidatura con dos equipos diversos. Y se desarrolló la **web de Gay Games València 2026**.

Por último, la Fundación patrocinó la VLC International & Soccer Cup 2023, IX Jocs Taronja, la Conquista Bikepacking, el Grandmasters de Hockey, la fase final del Mundial de Softball Femenino, el 26º Torneo internacional de Futvoley, el torneo Iberian Circuit de Dreamhack, la Copa del Mundo de Triatlón de València, el València Skate International Open (VESO), Pop in the City València, el barco Sorolla de la Global Solo Challenge, la Copa Faulcombridge, el maratón de València y el torneo Clash Royale de Dreamhack en su winter edition para mejorar

el posicionamiento de València como destino deportivo y atraer turistas de perfil deportivo y sus familias.

### València Shopping

Dentro del programa de compras, en 2023 la Fundación organizó una **acción con prescriptores de la visita guiada *Made in València*** para darla a conocer entre personal de recepción de los hoteles de la ciudad, guías turísticos, informadores... para que la conocieran de primera mano y pudieran recomendarla al visitante.

Asimismo, se promocionó a los comercios de la ciudad, especialmente a los asociados, en la **campana de Navidad** y se les incluyó en los **programas de los viajes de prensa** atendidos que tenían relación con el *shopping*.

### València Health

Por lo que respecta a este producto, Visit València participó en **Health & tourism Business travel 23 - bookingsmed** con el objetivo de promocionar València como destino de turismo médico y dar visibilidad a las clínicas y hospitales que conforman la oferta médica del programa. Con este workshop online se amplió la red de contactos internacionales entre compradores de servicios médicos.

Asimismo, se finalizó el **audiovisual de presentación de València** como destino de turismo de salud, listo para lanzar una campaña de 6 meses en los principales mercados emisores. Además, durante el mes de abril se realizó una campaña en el medio británico Travel Gossip, portal especializado en viajes.

### València Film Office

Especialmente intensa fue la actividad de la Fundación para incrementar los rodajes en València. En 2023 la **València Film Office** **atendió 327 consultas**, cifra por encima de la de 2022, y se materializaron **167 producciones en la ciudad**, lo que supone un 51% de conversión de este trabajo.

Asimismo, Visit València participó en **Fitur Screen** donde presentó el **Mapa de Rodajes VLC Film Office**, una iniciativa que ubica las localizaciones más importantes donde se han llevado a cabo rodajes de largometrajes o series, tanto en la ciudad de València como en la provincia. También se dio visibilidad a la Gala Premios CIFFT, ya que la ciudad acogió de nuevo en 2023 estos premios mundiales de cine de turismo.

Asimismo, acudió al **Festival de Cannes** y a **Shooting Locations Marketplace**. En septiembre acogió, un año más, las **Jornadas de Producción de Cine Publicitario** que reunieron a importantes agentes del sector audiovisual nacional, organizadas por la Asociación de Productoras de Cine Publicitario.

La Fundación también atendó la **visita de inspección** con la productora de service **Palma Pictures**, con el jefe de localizaciones y dos productoras internacionales que han trabajado en series como *The Crown* o *White Lines*, y en campañas de publicidad para marcas como Burberry, Diesel o Adidas, entre otras. Igualmente, recibió a **10 localizadores internacionales y 12 productores americanos** en sendas visitas de familiarización.

En lo que respecta a **rodajes en la ciudad de València en 2023**, destaca la serie para Disney+ ‘Andor’, del universo Star Wars -la Fundación invitó al equipo inglés a disfrutar de una mascletà desde el Ayuntamiento-, y la serie nacional para NETFLIX, ‘Respira’. También las sesiones fotográficas de firmas como Escada o Louis Vuitton, o el anuncio del último iPhone en la Ciudad de las Artes. Cabe señalar que en 2023 se estrenó Citadel, de los Hermanos Russo (mundo Marvel) en Amazon Prime. Ficción que se rodó en València en 2021.

Además, la **València Film Office participó en diversas mesas y charlas**, como ‘*Hacer cine en València*’, encuentro impulsado por BBO; ‘*El papel de una Film Office*’, en Barreira A+D; ‘*El efecto de las series y los festivales*’ organizada por Turisme CV o ‘*La industria audiovisual como sector estratégico*’, organizada por la Academia Valenciana del Audiovisual, y en una charla en Valencia Film Afers, en el marco de la Mostra de Cine. Asimismo, colaboró con la Universitat de València, a quien el Ayuntamiento le ha encargado un estudio del impacto

económico de los rodajes en València.

La Fundación también produjo **materiales para dar visibilidad a la ciudad como destino de rodajes potenciando la sostenibilidad**. Se crearon camisetas técnicas para equipos de rodaje, bidones de agua para contribuir a la reutilización y uso de fuentes de agua, *tuppers* para favorecer el desperdicio cero en los caterings de los rodajes, papeleras de reciclaje para motivar la separación de residuos y chalecos reflectantes para los rodajes en calles, puentes y carreteras.

Visit València patrocinó varios festivales, el de la Lluna en el ámbito publicitario y Notodofilmfest, un festival internacional que celebra su gala en Madrid donde se entregó un premio en la categoría Valencia Rueda y que motivó el rodaje de más de 15 cortometrajes con València como protagonista. También patrocinó los Premios Berlanga, organizados por la Academia Valenciana del Audiovisual.

Y, por último, cabe destacar que se produjo el **nuevo vídeo promocional de la Film Office**, junto con el Patronato de Turismo.

### Unique València

También se trabajó la promoción de la ciudad como destino premium. La Fundación asistió a **Luxury Spain Hotels & Lifestyle Summit**, para debatir sobre experiencias relacionadas con los servicios de lujo en los ámbitos de hostelería y estilo de vida a través de tres mesas redondas, en las que participó como destino. También acudió a una **misión directa en países del Golfo Pérsico** y otra en EE. UU. organizada por **Luxury Spain**.

Además, la Fundación atendió el **fam trip de Paveway Explorer de Singapur**, que lleva más de una década como agencia de viajes emisores. Sus clientes poseen un alto poder adquisitivo. También organizó el **viaje de prensa de Country and Town House** para promocionar la oferta *unique* de València a través de esta publicación británica; y el famtrip de **agencias de viaje brasileñas de lujo**, realizamos esta acción inversa en colaboración de la OET de Sao Paulo.

Con el fin de conocer las tendencias actuales del sector del turismo del lujo, la Fundación asistió al evento '*Nuevas Tendencias de Turismo y servicios de Lujo*' organizado por la Asociación Española del Lujo en Barcelona. Y se realizó un envío a más de 400 contactos del

segmento premium para hacerles llegar la información de las últimas experiencias incorporadas a la plataforma de Unique València.

Por último, Visit València asistió a **ILTM Cannes**, la principal feria del lujo europea donde mantuvo cerca de 50 reuniones con intermediarios de todo el mundo con vistas a promover la oferta *excellence* de la ciudad y la marca Unique València.

### Naturaleza

Como todos los años, la Fundación **dio visibilidad a la oferta natural de la ciudad en la mayor parte de viajes de prensa, fam trips y visitas de inspección** realizados en 2023.

Además, celebró una Asamblea informativa del Producto, para darlo a conocer entre el sector turístico provincial para incentivar que se asocien a la Fundación. En octubre organizó una visita de prensa para el diario *The Flora Journal*. También produjo el **nuevo video del producto de naturaleza**, que se presentó en el GDS Forum & City DNA Autumn Conference 2023 de València y que ayudará a dar visibilidad a la Capital Verde Europea 2024.

### Idiomático y de estudios

Dentro del Producto de Estudios, la Fundación colaboró con las **Olimpiadas Nacionales de Química 2023**, una acción con las universidades para poner en valor la ciudad como destino de estudios a nivel nacional, y con el XVIII Foro Internacional ELE, de profesores y prescriptores de español.

La Fundación también recibió a la directora de internacionalización de la **empresa Semper Altus**, que es una red de colegios con alrededor de 10.000 estudiantes y presencia en toda Sudamérica, con interés en encontrar destinos internacionales para sus estudiantes.

A nivel internacional, acompañó a una de las escuelas de español asociadas, **Hispania**, a varios **centros educativos de Wuhan** con la intención de poder llegar a un acuerdo de colaboración y un posible hermanamiento entre ciudades a nivel educativo y cultural.

Por último, se cerró un **patrocinio con FEDELE Nacional** para la Semana del Español de Salamanca, con un post-tour de 8 prescriptores que vinieron a conocer la ciudad de València.

## Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista

### Atención al visitante y ventas

La **estrategia de marketing** se puso en marcha con el Plan Estratégico de la Fundación para mejorar la captación de turistas y la atención y ventas omnicanal está a pleno rendimiento. Prueba de ello es que, ya en 2022, a pesar de que hubo algunos meses flojos en visitantes y pernoctaciones por los brotes de la pandemia, **se superaron todos los indicadores informacionales y transaccionales de marketing** -visitantes atendidos, sesiones web, ventas, seguidores en redes sociales y suscriptores a los canales de la Fundación- respecto a 2019, un año en el que el turismo en València marcó récords.

Esta **tendencia se afianzó en 2023**, como demuestran los indicadores más relevantes:

- Se han atendido **297.386 visitantes** en nuestras oficinas turísticas frente a los 212.873 de 2022, lo que supone un **incremento del 39%**. Adicionalmente, se han registrado **72.698 atenciones digitales** (VLC Shop, OITs, chat, email, WhatsApp), un **61% más** que en 2022 (41.784 atenciones).
- En lo que respecta a visitas online, en 2023 se han registrado **8.442.790** visitas a la web, que suponen un incremento del 48% respecto a 2022 (5.698 703 visitas) y del **75,2%** respecto a 2019 (4.817.790).
- El mayor número de visitantes a la web procede de **España e Italia** por este orden, seguidos de **Alemania, Francia, Países Bajos y Reino Unido**. Y las principales páginas vistas en todos ellos son, con algún cambio de orden, ‘Qué visitar en València’, Fallas, Transporte, Agenda, Paella, Albufera y Ciudad de las Artes y las Ciencias.
- En cuanto a los **contenidos**, la web muestra cada vez un mejor posicionamiento en buscadores. La imagen de los resultados de búsqueda a 31 de diciembre, tomando como

referencia los últimos 12 meses, reflejaba que **Visitvalencia.com** estuvo en el **top 3 en todos los idiomas en más de 1.000 keywords** tan relevantes como: qué ver en València, Fallas, Fallas 2023, Albufera Valencia, Lonja de la Seda, Fallas de Valencia, Mascletà, Lonja, Dónde está Valencia, Valencia Paella, Turia, etcétera.

- Por lo que respecta a **redes sociales**, en 2023 se logró un acumulado en todos los perfiles de la Fundación de **478.031 seguidores** y se registró un **alcance total de 60.705.446**. El crecimiento de estos indicadores sobre 2022 fue del 27% y del 259% respectivamente; y del 13% y el 56% respecto a 2019.
- Las **ventas** también mostraron una importante subida en 2023, lo que hizo incrementar notablemente los **ingresos por actividad mercantil**, con un total de **4.486.853,33 euros** (IVA no incluido) generados en todos los canales de venta -web, oficinas de turismo, puntos inteligentes, máquinas vending e intermediarios-, frente a los 3.516.198,52 euros (IVA no incluido) ingresados en el mismo periodo de 2022, lo que significa un **incremento del 27,6%** respecto a 2022.

De las ventas **online**, la mayor cantidad de ingresos y transacciones provienen de **Italia, España, Alemania, Francia y Reino Unido**, por este orden. Y del total de ventas, los productos más demandados son la **València Tourist Card, las entradas para la Ciutat de les Arts i les Ciències, Bioparc Valencia** y el **Valencia Bus Turistic**.

#### **INGRESOS ACTIVIDAD MERCANTIL 4.486.813,80**

<b><i>Ventas</i></b>	<b>4.422.914,75</b>
Ventas Tourist-info	1.216.966,66
Ventas VTC Máquinas Vending	859.697,16
Ventas VTC Intermediarios	198.995,60
Ventas Online	3.750.438,89
Ventas Caja Central	3.467,30
*Abonos VTC	-1.606.650,86
<b><i>Otros ingresos de Actividad</i></b>	<b>63.899,05</b>

Comisiones por Reservas-Tax Free	50.064,81
Publicidad / Gastos envío	13.834,24

(\*Emisión títulos transporte VTC)

### València Tourist Card

Como en ejercicios anteriores, la **València Tourist Card** continúa siendo el producto estrella de la Fundación. En 2023 se consiguieron unos **ingresos de 3.206.976,87** euros (IVA no incluido), un **72,64% más que en 2022** y **81,92% más que en 2019**. Cabe señalar que en septiembre ya se superó el objetivo que se había marcado para este ejercicio: 100.000 unidades en todo 2023.

Entre compras y recogidas de la tienda online e intermediarios **en puntos inteligentes y máquinas vending**, se registraron en los servicios de auto venta y recogida **100.543 tarjetas, un 60,65 %** de todas las ventas que se realizaron en el año.

Entre los usos, destaca el incremento del **44% en el uso del transporte público** frente a años anteriores, consiguiendo consolidar la València Tourist Card como herramienta de movilidad sostenible en la ciudad.

### Digitalización, campañas y mejoras web y oficinas

Todos estos resultados se han conseguido, entre otras cosas, gracias a las siguientes iniciativas:

#### 1.- Refuerzo de la captación online, campañas de inbound y creación de contenidos.

La Fundación lanzó diversas **campañas de inbound marketing** para captar clientes con Hubspot, a través nuevas guías según los intereses del cliente (playa, viaja con amigos, con pareja y en familia) y **campañas de adwords y display**: campaña en buscadores de posicionamiento, campaña VTC y campaña de remarketing redirigiendo a la venta de los productos de empresas asociadas disponible en Visitvalencia.com

Mención especial merece la **campaña realizada en Fallas**, con la creación de contenido en la web con toda la programación e historia de la fiesta, un nuevo vídeo promocional y la comercialización de diferentes productos falleros, como las visitas guiadas o el bono para visitar las fallas de la Federación de Especial. Solo en la **campaña en redes**

**sociales** se consiguió un alcance de **8.515.000**.

También fue especialmente importante la **creación de nuevos contenidos para ofrecer al usuario**, con **nuevas landings sobre la Capitalidad Verde 2024, la agenda deportiva de la ciudad, The World's 50 Best Restaurants o la landng de València, Navidad Mediterránea**; noticias e informaciones como el legado árabe en Valencia, la recopilación de las exposiciones del **Año Sorolla**, las rutas arquitectónicas de Open House, los mejores restaurantes con terraza de la ciudad, un listado de los mejores lugares para desayunar en Valencia, una guía para los estudiantes Erasmus en València o los imprescindibles de la gastronomía valenciana. Además, se revisó **la redacción de los principales productos de la tienda online** de Visitvalencia.com y se **actualizaron los contenidos** con un nuevo **estudio de palabras clave**.

Asimismo, se reeditó el *Folleto de Museos y Monumentos*, la *Guía Turística, la publicación Imprescindibles de València*; y el *Plano Turístico*. También se generó la *Memoria de Actividades* de la Fundación 2022, que está colgada en Visitvalencia.com; el *Folleto de Estadísticas* y el *Balance Turístico*, también del pasado ejercicio.

Por último, respecto a la producción audiovisual y a la cesión de fotos y vídeos que incrementan la visibilidad de València en todo el mundo, se mantuvo la mejora del **Gestor de Imágenes** con producción de nuevos materiales, como el reportaje de alrededores de València, el del Año Sorolla, El Palmar, etcétera. En 2023 se **descargaron 15.342 imágenes** para uso promocional por parte de la Fundación y de terceros. También se mejoró la herramienta para habilitar también la cesión de materiales audiovisuales. Y, con el fin de que el material que se ceda sea de la mejor calidad y homogéneo, se encargó una grabación de los principales recursos turísticos de la ciudad.

## **2.- Continuas mejoras web.**

En este periodo se reforzaron los canales digitales de la Fundación tanto para el turista final como para profesionales. Así, se realizaron mejoras web de **accesibilidad** para una navegación accesible, para una mejor navegación en mobile; desarrollos para que toda la página web fuera navegable con el teclado; desarrollos para que toda la página web se pudiera leer y navegar con lectores de pantallas y programas para personas con

discapacidad; y mejoras de contraste web para que cumpliera con los estándares de accesibilidad WCAG 2.0 AA.

Asimismo, se lanzó **ExpertAccess**, una aplicación para el control de entradas y aforo, que permite a las empresas asociadas a Visit València que venden productos a través de nuestra web, canjear las entradas de los clientes que han comprado sus productos. Además, se desarrolló la taquilla profesional para venta telefónica, con la que el usuario de Visit València puede ahora crear un carrito en su dispositivo según las peticiones del cliente.

Además, se está desarrollando la **taquilla profesional**, una aplicación para poder vender productos y servicios desde el nuevo **Call Center o desde un dispositivo portátil o móvil** como una tablet. Está pensado como una TPV de venta virtual que permite crear carros combinados y enviarlos al cliente a través de un link por email, chat o whatsapp para que pueda pagarlos online. También permite la posibilidad, con una tablet y una TPV externa, de que el informador turístico pueda ofrecer la venta de productos sin tener que estar detrás de un mostrador.

En cuanto a la **digitalización y mejoras en la atención online**, se llevaron a cabo numerosas acciones. Se rediseñó la página de productos de VLC Shop para conseguir mejoras de usabilidad en escritorio y mobile de los productos a la venta de la tienda online. Y se desarrolló una nueva funcionalidad de precios dinámicos, gracias a la cual las empresas asociadas que venden a través de los canales de Visit València pueden ofrecer precios distintos según la temporada, fechas específicas o día de la semana.

Además, en 2023 se comenzaron a desarrollar dos **actuaciones innovadoras**, por un lado, un **Chatbot inteligente basado en ChatGPT** y sobre el dominio de visitvalencia.com, en las fases finales de aprendizaje y entrenamiento para poder publicarse en 2024. Probablemente asistiremos a **un cambio de modelo de navegación por las páginas web** y este chatbot será un **primer paso en el camino**. Por otro lado, se trabajó en la **creación de puntos tecnológicos de atención al turista** que combinen la información y recogida de pedidos, llamados **Digital Hub**, y cuyo primer ejemplo se ubicará frente a la oficina de aeropuerto.

### **3.- Actualización y mejoras en la Red de Oficinas Turísticas y kioscos digitales.**

Para continuar con la línea de mejora en la atención en todos los canales de la Fundación, se reforzó la atención con distintas acciones. Se amplió la apertura de la **Oficina Turística de la Playa**. Las buenas previsiones de ocupación turística en la ciudad llevaron a adelantar la apertura de este punto de atención. Habitualmente abría en junio, pero en 2023, para ofrecer la mejor atención posible en Semana Santa y fines de semana se adelantó al 5 de abril, fecha desde la que estuvo disponible para los visitantes todos los fines de semana de primavera y de forma continuada en verano, hasta el 17 de septiembre.

Asimismo, se **amplió y modernizó la oficina del Aeropuerto**, con la tecnología más actual y mobiliario adaptado para hacerla más atractiva, accesible y mejorar la atención al visitante. Igualmente, se realizaron mejoras en los kioscos digitales para darles más visibilidad en el Aeropuerto.

## 1.2.- ESTRATEGIA II: Marca València. Promoción segmentada y tecnológica

### Plan 3: Actualización de Marca

Para actualizar la imagen de la institución en sustitución de la marca creada en 2005, en este ejercicio **se lanzó la nueva marca de la Fundación Visit València**. Una nueva imagen que inspira y engloba los atributos de la ciudad. València es divertida y amable, pero no es solo eso. Es una gran ciudad con un área metropolitana de más de un millón y medio de personas, con una historia milenaria. Una ciudad con unos recursos económicos potentes, moderna y abierta.

El proceso de creación de marca arrancó con un primer trabajo de investigación y de escucha al sector turístico. Tras esta primera fase de estudio y encuestas previas, se concluyó que la nueva marca turística debía transmitir la idea de una ciudad dinámica y viva, en la que, además, hay un gran impulso creativo, una actividad cultural de primer nivel, un patrimonio histórico interesantísimo y un gran atractivo para la organización de congresos, eventos culturales, profesionales y de negocios.

El diseño del logotipo transmite dinamismo y singularidad, y a la vez se proyecta como un

elemento compacto y sólido. Estas características permiten comunicar la potencia y la vitalidad de la gran ciudad que es València. Por otro lado, se optó por una marca monocromática que permite adaptar el logotipo a los distintos atributos del destino y aporta además una imagen formal y elegante.

Para dar visibilidad y que la nueva imagen de marca comenzara a asociarse inmediatamente a la ciudad tanto por los habitantes como por los futuros visitantes, se lanzó una **campaña de publicidad exterior** en mupis cedidos por el **Ayuntamiento de València** y en **Estaciones de Alta Velocidad de Madrid y Barcelona**; y otra en **redes sociales** tanto en la Comunitat Valenciana como en estos principales mercados emisores: España, Italia, Países Bajos, Alemania y Francia en junio y julio. Esta campaña tuvo un **alcance de 7.940.113 en Meta**, con 17.830.831 impresiones; y **625.665 impresiones en Youtube**, con 173.796 visualizaciones. Todo ello en el conjunto de países incluidos.

En paralelo, se **actualizó con la nueva marca la imagen de las oficinas de turismo** sustituyendo la anterior; la de la **València Tourist Card**, con producción de todos los materiales necesarios para su promoción y venta: puntos inteligentes, máquinas vending, flyers, tarjetas físicas, fundas y cajas de venta; **así como todo el material promocional y de oficina.**

#### **Plan 4: Refuerzo de la promoción y comercialización**

La Fundación desarrolló numerosas **acciones de promoción y comercialización** a lo largo del año. Con apoyo de las agencias de comunicación en los principales mercados emisores -España, Italia, Países Bajos, Alemania, Francia y Reino Unido-, dio visibilidad a València para incrementar los flujos de turismo, desestacionalizar e incrementar el gasto medio del turista.

#### **España**

El año comenzó con **FITUR**, con la presentación del stand de la ciudad con los principales atractivos turísticos y toda la agenda para 2023. La fallera mayor de València, Laura Mengó, y su corte de honor estuvieron presentes. Además, dentro del marco de esta Feria se patrocinó el **evento de blogs nacionales Birratour**, para vender València como destino gastronómico.

Asimismo, la Fundación organizó un **viaje de prensa cultural** con los principales **medios de viaje nacionales**, otro con medios especializados para **Dansa València**, otro para El Viajero (El País) y para periodistas gastronómicos en colaboración con Ricard Camarena, como ya se ha mencionado previamente en los Programas de Cultura y Gastronomía.

También se organizó y atendió el viaje de prensa del programa **Zoom Tendencias de TVE**, en el que se realizó un completo programa para dar a conocer por qué València es la mejor ciudad del mundo para vivir, según el ranking publicado en Internations.

Además, Visit València participó en la **Fira de les Comarques**, celebrada en la Plaza de Toros, para dar a conocer la ciudad entre los visitantes de la provincia.

## Italia

En 2023 se atendieron diversos viajes de prensa de revistas, como *Elle Italia*, *Vanity Fair*, *Il Piave*, *Confidenze*, *Sale & Pepe* o la prestigiosa publicación cultural on line *Artribune*. La Fundación no descuidó el apoyo a los portales y blogs italianos, que son capaces de transmitir distintas perspectivas de la ciudad a targets complementarios. Así, contó con la visita de los portales de turismo familiar *Tre Cuori e una Valigia* y *Familygo*, así como de los influyentes *Trip'N'Roll*. La visita del veterano periodista napolitano **Harry di Prisco** tuvo como resultado la producción de 94 artículos en diferentes medios on line, principalmente sobre la figura de Sorolla en el centenario de su muerte.

Visit València también atendió a otros portales relevantes como *Latestata.it*, un medio local sardo, dentro de la promoción realizada en Cerdeña para estimular los vuelos Cagliari-Valencia ya existentes y los nuevos vuelos Olbia-València con Volotea.

Con este mismo objetivo participó en el **Travel Open Day** en **Cagliari**, una jornada de networking con agencias sardas, para darles a conocer la oferta de València y que transmitan la posibilidad de aprovechar las tres conexiones semanales desde dicha ciudad y los dos semanales que empezaron a operar el 27 de mayo desde Olbia.

Además, la Fundación organizó en colaboración con la Diputación, Costa Blanca y TCV las

etapas para realizar el tramo del **Camino del Cid** de València a Alicante para el famoso portal italiano **Cicliste per caso**, de dos mujeres que realizan recorridos en bicicleta por el mundo. Las vivencias y vídeos de este viaje, que circulan en redes sociales, se presentaron en un **evento en Milán el “Ride & Pride”**, en la velada de la Fundación cultural Il Lazaretto con distintos ponentes institucionales, incluida Turespaña, influencers y activistas.

Asimismo, se lanzó una **campaña en pantallas de gran alcance en estaciones de Metro de Milán, Roma, Brescia y Génova**, 433 pantallas; **trenes**, 3.036 pantallas; y **aeropuertos**, 315 pantallas. El spot de València se emitió 75 veces/día en cada pantalla durante 5 semanas.

También se organizó una **campaña en la web Latitudes** con un amplio dossier editorial en este portal de viajes; y otra con **Valica** consistente en artículos, notificaciones y posts en RRSS de *Turistipercaso*, *Paesionline*, *Artribune* y *Paesidelgusto* durante 3 meses. Otras campañas fueron las realizadas en medios con alto impacto, como **Cosmopolitan**, **Italiaonline/Si Viaggia**, **Gay.it**, **The WOM Travel** o con el grupo Manzoni (medios **Il Venerdì di Repubblica**, **Green & Blue** y **Il Gusto**).

Además, otras acciones fueron las llevadas a cabo en **180 autobuses y tranvías de Milán** y en **230 MUPIs del metro de Roma**, poniendo en valor la Capitalidad Verde Europea 2024 de València y con el objetivo de estimular los en invierno y primavera desde estas dos ciudades, que constituyen dos de los principales núcleos emisores de turistas a València de Europa.

Respecto a las **ferias y otras acciones directas**, además del workshop en Cerdeña ya mencionado, asistimos a la **Feria del Cicloturismo de Bolonia**, poniendo en valor la idoneidad de la ciudad como destino de los viajeros interesados en este tipo de producto, a **TTG Travel Experience**, la principal feria turística profesional italiana; al **workshop organizado por lo aeropuertos de Noreste de Italia** y al **Roadshow de Turespaña del Norte y Centro de Italia**. En estas últimas acciones, además de destacar las novedades de València que puedan interesar a los clientes de todos estos profesionales, se puso en valor la **nueva conexión aérea Verona-Valencia** de Volotea, que empezará a operar en marzo de 2024.

## Países Bajos

Tras el parón por la pandemia, la Fundación volvió a participar en **Vakantiebeurs**, la principal Feria del sector en este mercado, en esta ocasión acompañada por las empresas de bicis asociadas Easyway y Valencia Guias/Valencia Bikes.

Además, Visit València lanzó una campaña de **Oferta única en ciudades de costa españolas**, que consistía en una presentación workshop, la publicación en un artículo en revista profesional y un curso online. También atendió el **viaje de prensa de Leisure & Travel Media**, un grupo de medios holandeses interesados en conocer el producto cultural, en especial el legado de Sorolla, y Dansa València como principales alicientes.

Se lanzaron otras dos campañas: una en un medio online con lectores concienciados con la sostenibilidad **Bart Boetje** y otra en el portal de actividades al aire libre **The Outdoors**. La primera consistió en artículos con razones y consejos para descubrir la ciudad de la forma más sostenible posible, destacando la Capitalidad Verde. La segunda constaba de tres artículos: unos sobre la ciudad y la capitalidad y los otros sobre turismo activo y en la naturaleza en la ciudad y alrededores. Como la tendencia *workation* es un segmento en auge el Países Bajos, también se trabajó, junto con la Oficina Española de Turismo, una campaña dirigida a este público en la mayor **plataforma de noticias del país: Nu.nl**.

## Reino Unido

En este mercado se realizó una intensa promoción en 2023, con diversas campañas promocionales. Es el caso de la campaña **Saga/Titan Travel**, para apoyar la comercialización de viajes a València por parte de este operador que ha incluido la ciudad en su catálogo, con contenido orgánico en sus canales y publicidad en medios externos; o las realizadas con **EasyJet, Kirker Holidays, National Geographic** o **Inspire My Holiday**, todas ellas para reforzar la visibilidad de la ciudad en este país y favorecer las reservas de vacaciones en València.

Otra de las campañas realizadas fue con **Travel Gossip**, portal profesional líder de opinión entre el *trade* de Reino Unido para incrementar la notoriedad de la ciudad como destino de salud y como destino *city break*, y para generar visitas a Visitvalencia.com; y el *co-marketing*

con **Wexas Travel**, operador británico especializado en viajes de lujo y a medida para un *target* senior. Además, la Fundación atendió el **fam trip de Ramblers Holidays**, operador que valora la creación de una oferta de València y viajó para conocer el destino y contenido para dicho paquete.

Visit València también asistió a **IMM London**, un workshop donde se citan los principales medios de comunicación británicos para reforzar el posicionamiento del destino y estrechar lazos para futuras colaboraciones con medios; y a **Unite Europe**, workshop en el que participan los principales operadores turísticos del mercado británico.

Como cada año, en noviembre la Fundación participó en la feria **World Travel Market**, donde presentó las novedades del destino para 2024, con especial protagonismo de la **Capitalidad Verde Europea**. Mantuvimos una intensa agenda de reuniones de trabajo con la industria turística del mercado, entrevistas con medios como **BBC**, una rueda de prensa, un almuerzo informativo y participamos en un workshop con agencias de turismo de lujo británicas.

Además, durante el otoño la Fundación lanzó campañas con **British Airways**, **National Geographic**, **The Independent**, **The Times** y una de publicidad exterior en colaboración con el **aeropuerto de Birmingham**. Todo con el objetivo de reforzar el branding del destino e inspirar a los viajeros a reservar viajes a València durante los meses de diciembre-febrero, como también de cara a la temporada alta de reservas para 2024.

## Alemania

Entre otras acciones, en este país la Fundación participó en **ITB Berlín**, la principal feria del mercado alemán, junto a la Comunitat Valenciana para mantener el buen ritmo de crecimiento que registra el turismo procedente de este mercado.

También atendimos los viajes de prensa del periodista Manuel Meyer, que ya se ha mencionado en el producto cultural; un viaje con medios de la zona **Memmingen**, conexión que estrenamos en la temporada de verano y que se mantiene en la temporada de invierno; y la visita de un grupo de medios interesados en la **cultura y las tradiciones en torno al arroz** que, además de

conocer la ciudad y el Parque Natural de La Albufera, pudieron ampliar su conocimiento sobre el arroz en localidades cercanas como Cullera y Sueca, donde la cultura de este producto está muy presente.

Con el objetivo de promocionar la ciudad como Capital Verde Europea 2024 y como destino de turismo sostenible, la Fundación organizó una visita con periodistas que escriben para los diarios *Hessen Niedersachsen Volkstimme*, *Mitteldeutsche Zeitung*, *Berliner Zeitung* y *Hessische Niedersächsische Allgemeine*.

Una acción interesante por tratarse de un canal nuevo para Visit València y con una gran afluencia de público, fue la **proyección de un vídeo** de la ciudad en cerca de 700 **restaurantes de McDonald's** afiliados a 3Sixty TV en dos oleadas, en enero-febrero y en abril-mayo.

Además, con el objetivo de mantener la notoriedad en medios de comunicación del área de influencia del Aeropuerto de Frankfurt, se realizó una campaña en los diarios del grupo editorial Rhein Main Media. Los diarios regionales *Frankfurter Neue Presse*, *Taunus Zeitung*, *Kreisblatt*, *Frankfurter Rundschau*, *Rhein Main* publicaron un suplemento con un publirreportaje sobre València en el que se destacaba la oferta cultural y el nombramiento de la ciudad como Capital Verde Europea 2024.

Otra **campana** orientada a estimular la demanda de vuelos desde aeropuertos con conexión directa fue la realizada en las **estaciones de metro y tren** de Bonn, Bremen, Düsseldorf, Essen, Hamburgo, Colonia, Bremerhaven, Duisburgo, Flensburg, Lüneburg, Rostock y Wuppertal, en las que se proyectó el vídeo de la nueva campaña “Vibra con Valencia”.

Por último, Visit València colaboró en la reunión de la industria turística alemana en València, en el **FVW|Travel Talk Kongress**, principal congreso profesional del sector germano. La cita contó con la participación de los CEO de las principales empresas turísticas alemanas como FTI, Lufthansa, TUI o Der Touristik, además de compañías referentes como Aida Cruises, o el General Manager en Alemania de Air France, entre otros. Se debatieron temas tan actuales como los avances tecnológicos de la industria, la inteligencia artificial, las tendencias futuras en las reservas o la sostenibilidad en el sector de los cruceros, entre otros. La Fundación

Valencia participó junto al director general de Turespaña, la directora de Marketing y Comercio Electrónico de Alltours y el CEO de MTS Globe en un debate sobre los retos a los que España se enfrenta para mantener su posición como primer destino extranjero para los alemanes.

## Francia

Por lo que respecta al país vecino, en 2023 Visit València asistió a los **workshops de los aeropuertos de Lyon y Toulouse** para conseguir la máxima visibilidad para València ante los profesionales del turismo de estas zonas de influencia, en el primer caso de cara a la reanudación de los vuelos directos con Volotea, y en el segundo para estimular la demanda de vuelos con Ryanair, que retomó la conexión directa desde marzo de 2023.

También asistió al **International Media Marketplace France (IMM France)**, workshop en forma de jornada de networking con los más relevantes medios franceses para profundizar o retomar los contactos con los mismos e informarles de las principales novedades en la ciudad. Al coincidir en fechas con el **Salon Mondial du Tourisme**, aprovechamos el viaje a París para mantener reuniones también en esta feria con algunos de nuestros principales clientes o colaboradores.

Siguiendo con las **acciones directas**, València estuvo presente en junio en el más importante festival gastronómico-cultural de Francia, el **Lyon Street Food Festival**, que se celebra en el centro de esa ciudad con más de 40.000 asistentes y una inmensa repercusión en medios y redes sociales. Realizamos talleres en colaboración con Turespaña y Turisme de la Comunitat Valenciana. Por último, en el segundo semestre la Fundación participó en **Pure Spain**, novedoso formato que reunió a toda la oferta española en París, y se reunió con numerosas agencias de MICE y vacacionales, realizó presentaciones y departió con periodistas tanto en el lugar del evento como en la recepción posterior en la Embajada de España. Finalmente, viajó a Cannes para asistir a **ILTM 2023**, como ya se ha adelantado en el apartado Unique Valencia.

Asimismo, se lanzaron diversas campañas para incrementar la notoriedad de València en Francia ante distintos segmentos estratégicos: empezó el año con una **campaña con VoyagesPirates**, uno de los principales portales turísticos de Francia con *target* esencialmente

de viajeros urbanitas; otra en el reconocido medio profesional *L'Echo Touristique*; una tercera de gran alcance en la popular *Radio Latina*, y finalmente una en la prestigiosa revista *Paris Match*.

También se realizó una campaña en forma de página sobre València e inserción en redes sociales con el portal **Chéri, fais tes valises**, del grupo Voyage Privé.

La Fundación lanzó también campañas en las publicaciones *Désirs de Voyages*, *Cosmopolitan* (coincidiendo con su 50 aniversario), en el portal especializado en turismo sostenible *Fairmoove* y con el turoperador **Marco Vasco**. Por último, terminamos el año con una campaña en **GEO**, otra en las **estaciones de Marsella, Toulouse, Lyon y Lille** en colaboración con la Oficina de Turespaña en París, donde se emitió 200.000 veces un vídeo de València y con una completa campaña con la aerolínea **Volotea** para estimular los vuelos Lyon-Valencia.

Por lo que respecta a viajes de prensa, visitaron València las revistas *Gala* y *Direction Espagne*, y el programa de *TV Télématin, de France 2*, que emitió en agosto dos reportajes sobre el Mercado Central y sobre la DO Arroz de València. También atendió la Fundación en la ciudad a la persona encargada de actualizar los contenidos de la prestigiosa guía verde **Michelin** “*Espagne, Côte Est*” y la periodista Sarah Belmont, que ha publicado entre otros medios en **Beaux-Arts Magazine**, **ARTNews** o **Architecture À Vivre**, como ya se ha mencionado en el Programa de Cultura.

Por último, se apoyó el evento “**Pop in the City**”, en el que participaron 400 mujeres francesas; y la Fundación colaboró con las influencers encargadas de cubrirlo. La repercusión en redes de este evento fue muy relevante.

## Suiza

Además de promocionarse el evento Pop In Valencia en la zona francófona del país, Visit València participó en el **roadshow “Spain Reloaded” en las ciudades Ginebra, Basilea y Zúrich**. Este consiste en breves presentaciones a unas 120 empresas turísticas en las 3 ciudades.

## Irlanda

Con un escenario de crecimiento de este mercado del 139% en pernoctaciones respecto a 2019 y un 50% en capacidad aérea respecto al pasado año, la Fundación desplegó una intensa actividad promocional en este mercado. Asistió al certamen **Holiday World Show**.

Asimismo, impulsó una **campaña con ITTN**, el medio líder de la industria turística del mercado, y una **presentación gastronómica Paella Show Cooking en Dublin** con cerca de 30 agentes y medios seleccionados. En cuanto a acciones inversas, atendió dos **press trip y un fam trip** con cerca de **20 periodistas** y prescriptores de este mercado.

### Europa del Norte

Con el objetivo de apoyar la conectividad, mejorar la notoriedad de marca y activar la demanda, en estos mercados la Fundación puso en marcha dos campañas de co-marketing. Una en las **repúblicas bálticas con Air Baltic** y otra en **Suecia con Ryanair**. Además, atendió al principal **operador de viajes noruego, Escape.no**, que envió a la ciudad a una selección de sus agentes.

Asimismo, se lanzó una **campaña en colaboración con Turespaña** para mejorar la notoriedad del destino en **Dinamarca**. El objetivo era apoyar la nueva conexión directa con Copenhague operada por Norwegian. Ésta será la primera de toda una batería de acciones previstas para ese mercado.

### Europa del Este

En esta zona, en 2023 la Fundación centró su atención en **apoyar las conexiones con Polonia**, que se han incrementado exponencialmente, pasando de tener con tres ciudades a tener cinco. Así, se intensificó la acción promocional y, entre otras actividades, la Fundación impulsó una **campaña de publicidad exterior en Wroklaw**, un almuerzo informativo con medios de comunicación y agencias locales y un workshop virtual con las principales agencias emisoras del mercado.

En **Austria** la Fundación apoyó el incremento de vuelos de Austrian Airlines realizando una campaña conjunta para incentivar los viajes en invierno durante las navidades. Anteriormente invitó a cinco cabeceras importantes del país a descubrir la ciudad.

## América

En este mercado, como ya se ha mencionado anteriormente, Visit València atendió un fam trip de **touroperadores brasileños**, asistió al **workshop de Turespaña para touroperadores de EE.UU. y Canadá** en Palma de Mallorca, participó en la misión comercial organizada por **Luxury Spain en EE.UU.** y atendió el press trip ***I Lob;ve Gay***.

## Plan 5: Mejora de la conectividad

### FLY Valencia

Para potenciar las conexiones aéreas la Fundación volvió a colaborar en la organización del **VIII Fly València Meeting**, foro anual sobre aviación en el que profesionales de compañías que operan en el Aeropuerto de València y profesionales del sector de las agencias de viajes analizan los retos y oportunidades de la ciudad como destino turístico.

Así, el foro tuvo una primera mesa redonda en la que se debatió sobre la previsible y progresiva recuperación de los destinos intercontinentales y la previsión de que el mercado de EE. UU. experimente un crecimiento significativo.

La segunda mesa del foro estuvo conformada por compañías aéreas y destinos turísticos, Air France, KLM, Basquetour y Visit València. En esta mesa se destacó que el Grupo Air France - KLM ha intensificado su apuesta por València y ya ha recuperado los tres vuelos diarios Paris y las dos conexiones diarias a Ámsterdam.

Un año más, el foro se desarrolló en el marco del **Workshop de CEAV** en el que se dieron cita más de 30 expositores entre destinos y empresas turísticos.

### VLC Cruises

Por último, dentro de la promoción y comercialización del destino, la Fundación asistió a **Seatrade Cruise Global 2023** para dar visibilidad a la ciudad como destino de cruceros. Así,

participó en los eventos organizados paralelamente por **CLIA y la OET de Miami** para estrechar relaciones con las navieras y detectar nuevas oportunidades de negocio.

### 1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino inteligente y sostenible

#### Plan 6: Un destino más inteligente

Visit València recibió en 2023 dos galardones por el **estudio realizado sobre el uso de la tarjeta turística València Tourist Card y el comportamiento de los usuarios**. El primero de ellos, en la categoría de Gestión del Dato de Destinos Turísticos Inteligentes, se entregó en el marco del **Congreso Digital Tourist 2023** de Benidorm. El segundo de ellos fue concedido por AMETIC, durante el **Artificial Intelligence Summit 2023**, en la categoría de “Social&Public AI”.

Este estudio, que se realizó en 2022, el año en el que la ciudad fue Capital Europea de Turismo Inteligente, permitió realizar un análisis profundo de los usos y comportamientos de los usuarios de la tarjeta turística València Tourist Card. Es el primero de estas características que se lleva a cabo, y analiza no solo datos sobre los puntos de utilización, sino también los canales de compra, la propia tarjeta y su uso.

El proyecto fue pionero en la implementación de las técnicas más avanzadas de analítica de datos para extraer conocimiento del comportamiento del turista, impactando directamente en la personalización e intereses de cada uno de los viajeros que visitan la ciudad de València. Esta innovadora forma de gestión del dato permite, a partir de los resultados obtenidos, establecer patrones de consumo y lanzar campañas de promoción en fechas determinadas, así como realizar propuesta personalizadas. Dada la metodología utilizada, este estudio puede hacerse extensible a todos los destinos que ya cuentan con tarjetas turísticas.

#### Mejora de la gestión interna y divulgación

Además, la Fundación trabajó en 2023 en la **construcción de un ecosistema digital de gestión**.

Con él se mejoró la gestión de Visit València con el objetivo de ser más eficientes y eficaces en todos los proyectos que se realizan. También, se participó en la redacción de un caso de éxito junto a nuestros proveedores para divulgar el proceso de creación de dicho ecosistema digital integral.

Visit València gestionó la contabilidad y facturación por primera vez con el **nuevo ERP** implantado a lo largo de 2022 y 2023. Esta herramienta permite trabajar asegurando un mayor respeto de la normativa externa e interna y efectuar mejores análisis financieros. Incorpora un nuevo esquema de contabilidad analítica, que va a ser la base del sistema de control de gestión que se desarrollará en los próximos meses.

También inició un proyecto destinado a mejorar la gestión y control de gastos de aprovisionamiento de caja; se puso en marcha un sistema de gestión de las nuevas incorporaciones de recursos humanos; y se abordaron diversas mejoras del CRM b2b con el que Visit València se comunica con empresas y entidades claves para el desarrollo turístico de València.

Asimismo, se creó e implantó una **nueva intranet** que mejora la comunicación interna de la Fundación y facilita diversas gestiones. Entre las funcionalidades de esta herramienta está un calendario de gobernanza que permite conocer en detalle el trabajo que realiza cada departamento.

Por último, la Fundación realizó varias actividades divulgativas en materia de digitalización, entre otras en la reunión **Digital Tourist 2023 #DT2023**.

## Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

### Estrategia de Turismo Sostenible

Dentro de la estrategia de sostenibilidad, la Fundación continuó avanzado en los siguientes proyectos:

- Apoyo al Plan de sostenibilidad turística en destino PSTD y reuniones con servicios municipales (turismo, ciudad inteligente, tecnología de la información, movilidad, residuos, horta, alimentación sostenible, emergencia climática, alumbrado).
- Preparación de las guías de eventos y rodajes sostenibles y los catálogos de buenas prácticas y presentación en Asamblea de socios protectores.
- Preparación del informe de riesgos climáticos del turismo.
- Preparación de informes de huella de carbono e hídrica 2021 y 2022 (realizando auditorías de certificación de los informes 2021).
- Publicación por la OMT del caso Valencia en la nueva guía “UNWTO Climate action in the tourism sector.”
- Participación en seminarios de la red internacional de observatorios de sostenibilidad turística INSTO de la OMT.
- Asistencia a la II Cumbre de destinos sostenibles del OMT.
- Reuniones con el Club de empresas responsables y sostenibles CERS de la CV, la clínica de sostenibilidad de la Universidad Internacional y el grado de turismo de la Facultat d’Economia de la UV.
- Preparación del informe 2023 para auditoria del Global Destination Sustainability index GDSi.
- Participación en el comité asesor de sostenibilidad del Palacio de Congresos.
- Misión climática València 2030: participación en el grupo de trabajo municipal.
- Participación en el proceso consultivo de la Estrategia de transición justa de la Generalitat Valenciana.
- Participación en grupos de trabajo de proyectos nacionales y europeos:
  - VALSIPAM (valorización turística de la huerta)
  - Urban agenda Sustainable tourism partnership
  - Urban agenda partnership
  - Connecta Valencia
  - Necstour climate hub
  - Propuesta “Zentropy turismo de negocios sostenible”

- Presentación del proyecto de descarbonización del turismo en los seminarios “feeling the pulse” del GDS movement.
- Recepción del premio CETT Alimara de la Universitat de Barcelona.
- Asistencia al congreso del Consejo Global de Turismo Sostenible GSTC, preparatoria para el estudio de sostenibilidad del destino, conforme a sus criterios (y futuro proceso de certificación del destino).
- Colaboración como anfitriones de la 1ª reunión internacional del GDS Movement y del congreso de City DNA Alliance.
- Capitalidad Verde Europea: difusión internacional de la designación desde junio 2023, y preparación de plan de acciones de apoyo en el ámbito turístico: promoción internacional, marketing y soportes, viajes de prensa, diseño de rutas temáticas. Visita guiada piloto con motivo del congreso Clean Connect.

### Destino accesible

La Fundación continuó mejorando la accesibilidad de la ciudad como destino turístico. Durante 2023, en seguimiento y desarrollo del plan de acciones "Un Turismo Accesible para todos", resultado del convenio con PREDIF en 2022, se trabajó con el objetivo de mejorar la acogida de todos los visitantes con diversas necesidades de accesibilidad, tanto en los entornos como en los productos y servicios turísticos ofrecidos a los turistas. Se elaboró un **informe de propuestas de acciones prioritarias** para su ejecución en 2023, dentro del programa de actuaciones de turismo accesible para la ciudad de València.

En el marco de FITUR, València fue reconocida por la asociación de personas con discapacidad física, PREDIF, por el trabajo realizado para convertir la ciudad en un destino cada vez más accesible para todas las personas, independientemente de sus capacidades. Este reconocimiento destacaba el salto cualitativo logrado en materia de accesibilidad.

La Fundación mantuvo una **colaboración constante** con diversas asociaciones que representan a diferentes colectivos con discapacidad, como **CERMI CV, Plena Inclusión, ASPAYM, Fesord, y asociaciones de personas con autismo (APNAV, ASPAU, X FRÁGIL y Fundación Mira'm)**. Se llevaron a cabo diferentes acciones con motivo del Día Mundial del

Autismo el 2 de abril, como una mesa divulgativa en la puerta del Ayuntamiento, y del Día Mundial del Turismo el 27 de septiembre, que incluyó una visita guiada inclusiva.

Además, València es ya parte de **ISTO (International Social Tourism Organisation)** y la ciudad asistió a la asamblea anual celebrada en Bruselas. También se colaboró con PREDIF en la organización del fam trip en mayo, como parte del plan estratégico de la Comunitat Valenciana, y se trabajó junto con el Ayuntamiento en la elaboración de los proyectos de Planes de Sostenibilidad Turística de Destino, que incluyen señalización accesible inteligente en puntos turísticos de la ciudad mediante tecnología Návilens y maquetas accesibles Tiflológicas para la interpretación del patrimonio cultural de la ciudad.

Finalmente, la Fundación organizó y participó, junto con Ilunion Accesibilidad, en la **jornada "Retos del Acta Europea de la Accesibilidad para el Turismo"**, donde se abordaron los requisitos en materia de accesibilidad que la legislación exige a las empresas facilitadoras de servicios y productos, especialmente en el ámbito turístico.

#### **1.4. ESTRATEGIA IV: Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa**

##### **Plan 8: Marco institucional. Compromiso y colaboración**

A lo largo de 2023 Visit València continuó el trabajo de coordinación con el Servicio de Turismo para la ejecución del **Plan de Sostenibilidad Turística en Destino 2022-2024** de València financiado con fondos NGEU. Cabe destacar que, fruto de esta labor, se publicó una licitación relativa a un **Plan de Sensibilización Turística para Residentes y Turistas** que, una vez resuelta y adjudicada, se ejecutará en 2024.

Además, se desarrolló y presentó la memoria de renovación del reconocimiento de la ciudad como **Municipio Turístico** para que el Ayuntamiento pueda así recibir fondos provenientes del Fondo de Cooperación Municipal de la Generalitat Valenciana, importe que en 2023 ascendió a 281.030,93 euros.

Adicionalmente, se continuó con el trabajo habitual de **apoyo al Servicio de Turismo** en la respuesta a preguntas, mociones, notas internas u otras necesidades. Destaca en diciembre la

celebración del primer pleno del renovado **Consejo Municipal de Turismo**.

También se continuó con la labor de **apoyo a Invest in València**, reforzando sus actividades con acciones para que los prescriptores que vienen a València la conozcan en su faceta turística.

De manera especial, se atendieron visitas institucionales desde el **Ayuntamiento de Tokio** y por parte del **Ayuntamiento de Xi'An**, ciudad con la que se mantiene un hermanamiento. En ellas intercambió el modelo de gobernanza turística además de diferentes aspectos más específicos de los ámbitos de gestión del destino como es el caso de la accesibilidad turística en el primero, y de la puesta en valor de la seda como activo turístico, en el segundo. Desde Europa, también recibimos una visita institucional desde el **Ayuntamiento de Breda**, en Holanda, para también intercambiar las prácticas de cada ciudad en gestión turística.

Por último, Visit València, organización comprometida con la gobernanza sostenible continuó siendo entidad miembro del **Pacto Mundial de la ONU**, entidad global líder en sostenibilidad organizacional y empresarial. La Fundación asistió, el 27 de septiembre, a la jornada conmemorativa del 8º Aniversario de los ODS en la que se pusieron en común las mejores prácticas sobre esta cuestión. Además, para mantener estándares medibles, transparentes y contrastados de sostenibilidad interna, también desarrolló su primera memoria de sostenibilidad.

### **Sensibilización Turística**

Desde el ámbito de la Sensibilización Turística también se avanzó para enfocar y desarrollar actuaciones dirigidas tanto a residentes como visitantes. Visit València encargó en 2023 un nuevo **Estudio de Percepción Turística por los Residentes en València**, que le permitirá el diseño de acciones futuras de sensibilización.

Además, el grupo de trabajo “Unbalanced Growth” perteneciente al proyecto europeo “EU Urban Agenda” arrancó en septiembre y Visit València colaboró con él aportando propuestas y contrastando conceptos y posibles actuaciones sobre la gestión socialmente sostenible del

crecimiento turístico de un destino.

## Calidad

En lo que respecta a la **Calidad**, desde Visit València se continuó trabajando en el Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED), procurando a las entidades apoyo para la obtención del distintivo “Compromiso de Calidad Turística”. 2023 arrojó un resultado de **176 servicios/establecimientos reconocidos (21 de ellos lo hacían por vez primera) pertenecientes a 31 actividades diferentes.**

En cuanto al sistema integrado de gestión interna, tras la realización de auditorías externas la Fundación mantuvo la **Marca Q** (ISO 14785:2015 Oficinas de Información Turística y UNE 187005:2009 Convention Bureau) así como los certificados **ISO 9001/14001 Gestión de la calidad y ambiental y UNE 170001-2 Accesibilidad universal**, este último en las oficinas de la calle de la Paz, Ayuntamiento, Joaquín Sorolla y Aeropuerto.

## Pertenencia a organizaciones

Para compartir inteligencia y contar con las mejores fuentes de información, la Fundación mantuvo su presencia en las principales organizaciones internacionales y nacionales relacionadas con el turismo:

- Organización Mundial del Turismo (OMT).
- International Congress & Convention Association (ICCA).
- Spain Convention Bureau.
- Mesa del Turismo.
- Asociación Española de Fundaciones.
- Red de Ciudades AVE.
- Red de Destinos Turísticos Inteligentes de España.
- Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana.
- Asociación Española de Destinos para la Promoción del Turismo Gastronómico, Saborea España.
- Asociación Hispano Japonesa de Turismo.

## Plan 9: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

### Órganos de Gobierno

En 2023 tuvieron lugar diversos cambios e incorporaciones al **Patronato** de la Fundación. En representación del Ayuntamiento de Valencia se incorporó D<sup>a</sup>. Paula Maria Llobet Vilarrasa, delegada de Turismo, como presidenta de la Fundación y D. Juan Carlos Caballero Montañés, concejal delegado de Comunicación y Relaciones con los Medios, designado a propuesta también del Ayuntamiento.

En representación de Turisme Comunitat Valenciana, D<sup>a</sup>. Nuria Montes Diego, Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo; en representación de la Diputación Provincial de Valencia, D. Pedro Cuesta Tobajas, diputado de Turismo; y en representación de Feria Valencia D<sup>a</sup>. Begoña Puigmoltó Lassala.

Por su parte, los cambios en la **Comisión Ejecutiva** fueron los siguientes: D<sup>a</sup>. Esther Labaig Gallardo, designada por Turisme Comunitat Valenciana, D. Xavier Pascual i Soler, mantuvo su cargo designado por Diputación Provincial de Valencia y D<sup>a</sup>. Begoña Puigmoltó Lassala, designada por Feria Valencia.

Así, la composición del Patronato de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana en 2023 quedó de este modo:

#### PRESIDENTA:

- Ayuntamiento de Valencia, representado por D<sup>a</sup>. Paula María Llobet Vilarrasa, delegada de Turismo, Innovación e Inversiones.

#### VICEPRESIDENTE:

- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, representada por D. José Vicente Morata Estragués.

#### VOCALES:

- Feria de Valencia, representada por D<sup>a</sup>. Begoña Puigmoltó Lassala

- Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana, representada por D<sup>a</sup>. Eva Blasco García.

-D. Juan Carlos Caballero Montañés, designado a propuesta del Ayuntamiento de Valencia.

-D. Manuel Espinar Robles, designado a propuesta de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia.

-Turisme Comunitat Valenciana, representado por D<sup>a</sup>. Nuria Montes Diego.

-Diputación Provincial de Valencia, representada por D. Pedro Cuesta Tobajas.

-D. Eduardo Nogués Meléndez, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. José Antonio Ferri Moscardó, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Javier Gutiérrez Marqués, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Alejandro Del Toro Ibáñez, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D<sup>a</sup>. Isabel M Gil Forteza, elegida por el Consejo General de Protectores.

-D. Rafael Torres García, elegido por el Consejo General de Protectores.

SECRETARIO NO PATRONO: D. Jonatan Baena Lundgren

DIRECTOR-GERENTE NO PATRONO: D. José Antonio Franco Martínez

2.- La composición de la Comisión Ejecutiva de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana en 2023 fue:

PRESIDENTA: D<sup>a</sup>. Paula Maria Llobet Vilarrasa, delegada de Turismo, Innovación e Inversiones, presidenta del Patronato

DIRECTOR-GERENTE: D. José Antonio Franco Martínez, quien en ausencia de la presidenta del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto de la Presidenta.

VOCALES:

- D. Juan Carlos Sanjuán Hernández, designado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia.
- D<sup>a</sup>. Begoña Puigmoltó Lassala, designada por la Feria de Valencia.
- D. Miguel Jiménez Martínez, designado por la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana.
- D<sup>a</sup>. Esther Labaig Gallardo, designada por Turisme Comunitat Valenciana.
- D. Xavier Pascual i Soler, designado por la Diputación Provincial de Valencia.
- D. Alejandro Heras Lorente, elegido por el Consejo General de los Protectores.
- D. Carlos De Selva Llobet, elegido por el Consejo General de los Protectores.
- D<sup>a</sup>. María Ángeles Fayos Bonell, elegido por el Consejo General de los Protectores.
- D<sup>a</sup>. María José Martínez Vicente, elegido por el Consejo General de los Protectores.
- D<sup>a</sup>. Isabel Reig Catalá, elegido por el Consejo General de los Protectores.

-SECRETARIO: D. Jonatan Baena Lundgren

### Convenios de colaboración

En 2023 la Fundación mantuvo diversos acuerdos de colaboración con diferentes instituciones para impulsar la actividad turística de la ciudad desde diferentes ámbitos. En el marco del Programa de Colaboraciones establecido por los Estatutos de la Fundación para sus Protectores, mantuvo convenios con **El Corte Inglés, Teletaxi, Oceanográfico, el Valencia Club de Fútbol, Fundación Trinidad Alfonso y Viajes Transvia Tours**, como colaboradores, potenciando la actividad turística y económica de la ciudad.

Se suscribió la prórroga del convenio con el **Palacio de Congresos** y con la **Ciutat de les Arts i les Ciències** para la promoción de la ciudad de València y captación de eventos y reuniones para la ciudad y de los recintos en particular.

También se firmó un nuevo convenio con **Turisme Comunitat Valenciana** para el fomento de la imagen de la ciudad de València como referente de los diferentes productos, entre los que destacan el cultural, el urbano, el gastronómico, el deportivo, el familiar y de negocios.

Y otro con la **Diputación de València**, con la finalidad de favorecer el posicionamiento de València y su provincia como destino de turismo de naturaleza, gastronómico, deportivo,

cultural y de ocio.

Asimismo, se suscribió un acuerdo entre la Fundación y la empresa **Meetings Packs SL** para la organización del *Sports & events workshop* en València en marzo de 2023, con el fin de impulsar el turismo deportivo de la ciudad.

Por último, se firmó un convenio de colaboración con la **Mostra de València** para la celebración del *Festival Mostra de València, Cinema del Mediterrani* y así dar a conocer la ciudad de València como destino turístico de interés cinematográfico a agentes de prensa especializada y prescriptores internacionales.

### **Nuevas empresas asociadas**

En 2023 se **incorporaron a la Fundación** las siguientes empresas:

#### PROGRAMA VALÈNCIA CONVENTION BUREAU

- MA'S EVENTS (Espectáculos y producciones artísticas Más SL)
- INFINITO EVENTOS (Eventos Infinito & Comunicación SL)
- MERCADO DE LA IMPRENTA (Macellum Market SL) (También en VLC Gastronomía)
- WORKOUT EVENTS (Workout Events SL)
- 5 SENSES ONE EVENT (Spain 5 senses events and holidays SL)
- GRUPOIDEX (Idex, ideas y expansion SL)
- WEADDYOU (Weaddyou SL)
- HOTEL VALENCIA CENTER (Hotel Valencia Center SLU)
- HOTEL AZZ CONGRESS (Azz Hoteles SL).

#### PROGRAMA CULTURA Y OCIO

- CATEDRAL DE VALÈNCIA (Santa Iglesia Catedral Asunción Nuestra Señora)
- FEDERACIÓ VALENCIANA DE LA INDUSTRIA Musical (FEVIM)
- FLIGHT MODE VALENCIA (Ilaria Fortuna)
- HORTA VIVA (Miquel Angel Minguet Cuartero)
- HOTEL PALACIO VALLIER (Explotaciones Turísticas 2021 SL)
- HOTEL PLAZA DEL MERCADO (Explotaciones Turísticas 2021 SL)
- HOTEL MARQUÉS HOUSE (Explotaciones Turísticas 2021 SL)
- HOTEL PUERTA SERRANOS (Explotaciones Turísticas 2021 SL)
- WINE GOGH (Vipealo SLU)
- PELICAN BIKE (Harmoniafamily SL)
- LOVE TO ROCK (Love to Rock Festivales, SL)

#### PROGRAMA VLC GASTRONOMIA

- ALENAR BODEGA MEDITERRANEA (Poke de la Mediterranea SLU)
- LA CALITA (Habana-VLC SL)

- RESTAURANTE LA JULIANA (Total Leisure SL)
- LIVING BAKKALI (Explotación BKL Aragón SL)
- LLISA NEGRA (Valencia París Montreal SL)
- RARO (Pelador de gambas SL)
- RESTAURANTE LEVANTE PLAZA (Grupo VV Levante SL)
- ATENEA SKY (Atenea Sky Club, SL)
- MERCADER (Zorros del mar Patacona 18, SL)
- ZUMERÍA NATURALIA (M<sup>a</sup> Isabel Benito)
- FIERRO (Tándem Gastronómico SL)
- SIMPOSIO (Simposio Eventos Gastronómicos SL)
- ALBACORA (Barlovento Marina SL)
- GIRAMON (Giramón Comunidad de Bienes)
- KUZINA (Kuzina Café SL)
- OTARU (Daikon Restauración SL)
- ALEJANDRO PLATERO RESTAURANTE (MULANDHARA Restauración SL).

#### PROGRAMA SHOPPING

- CANDELA EN RAMA (Candela Blasco Caño)
- EDIT 32 (Edit Store 4, SL)
- MAROCAS (Marta Ródenas Carbonell)
- ABANICOS BURRIEL (Abanicos Burriel SL) .

#### PROGRAMA IDIOMÁTICO Y DE ESTUDIOS

- MICAMPUS GALILEO GALILEI (Micampus Galileo Galilei SL)
- EUROPEAN SPORT BUSINESS SCHOOL (ESBS) (Aidea Develop SL)

#### PROGRAMA VALÈNCIA HEALTH

- COBRE 29 MASSAGE & SPA (Sogne Wellnes SL)

#### PROGRAMA VLC SPORTS

- WAVEPOL EXPERIENCE (Polo Marine Services SL)
- ASE ARQUITECTOS (ASE Arquitectos, consultores y seguridad SLP)
- LUANVI (Luanvi SA)
- MIOBIO (Alimentación y vida S.L)
- CLUB DEPORTIVO LES ABELLES (Club Deportivo Les Abelles)
- TARONJA GAMES (Agencia Deportiva Unojuño SL)

#### PROGRAMA VLC NATURE

- VALENCIA MOUNTAIN ENTHUSIASTS (Dimitrius Blatovs)
- FIELD AND HORSE (Field and horse turismo activo SL)
- BIOPARC VALENCIA (Rain Forest Valencia SA)
- BODEGAS NODUS (Bodegas Nodus SLU)
- HUERTO RIBERA (Espasegur SL)

- BIKES4TOURS (Eduardo Rivas de Andrés)
- ASOCIACIÓN DE GUÍAS DE BIRDING DE LA CV (Asociación de guías de Birding de la Comunitat Valenciana)
- DESCUBRE L'HORTA (Descubre L'Horta SLU).
- VISIT ALBUFERA (Visit Albufera CB).

Por su parte, han **causado baja** de la Fundación en este periodo:

VALÈNCIA CONVENTION BUREAU

Centre de Idiomes de la Universitat de València SLU, Cutt/Events, Digital Brand, Fryda, Palau Balmes, Pirotècnia Ricardo Cabballer y Tilesa Kenes Spain.

CULTURA Y OCIO

Bikes and Roll, Caimán Producciones, Sala Girasol, Tours in Valencia, Tuk Turia, Valencia Excursions y Visitas Guiadas Valencia.

GASTRONOMÍA

Atmosphere, Balandret, Bautista Martí, Crudo Bar, D'otra manera, Leixuri, Mercatbar, Origin, Spaghetti & Blues, Taberna la Senia y Levante Plaza.

IDIOMÁTICO Y ESTUDIOS

DC Empresarial.

VLC SHOPPING

Abanicos Carbonell y Poppyns.

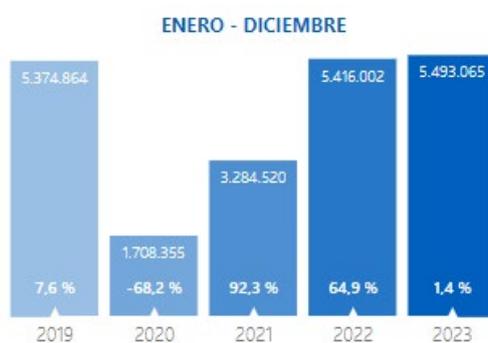
VLC SPORTS

Intereuropa.

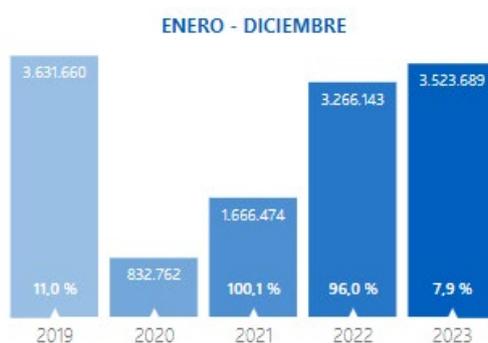
## 2. - COYUNTURA 2022

### 2.1.- Evolución de la demanda

València cerró 2023 con un récord en pernoctaciones. Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en su Encuesta de ocupación hotelera (EOH) y la Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos (EOAT), refleja el **mejor acumulado de toda la serie histórica: 5.493.065**. Esto supone un incremento del 1,4% respecto a 2022 y del 2% respecto a 2019.



Las **pernoctaciones internacionales** (3.523.689) subieron un 7,9% respecto a 2022 (3.266.143) y se aproximan ya a las cifras prepandemia. Cabe señalar que el incremento es mayor respecto al pasado ejercicio porque en los primeros meses de 2022 todavía se dieron restricciones que afectaron a los movimientos internacionales.

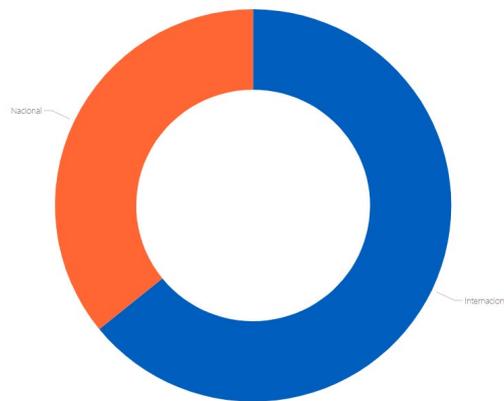


En lo que respecta a la **demanda nacional**, hay crecimiento respecto a 2019, pero no respecto a 2022, ya que en ese año el turismo nacional subió extraordinariamente debido a las

restricciones aún vigentes para movimientos internacionales. Así, las **pernoctaciones nacionales** (1.969.376) están ligeramente por debajo de las del año pasado (, pero mejoran sustancialmente respecto a las cifras prepandemia.



Así, la **demanda internacional en 2023 supuso el 64% del total**, frente al 35% de las pernoctaciones nacionales.

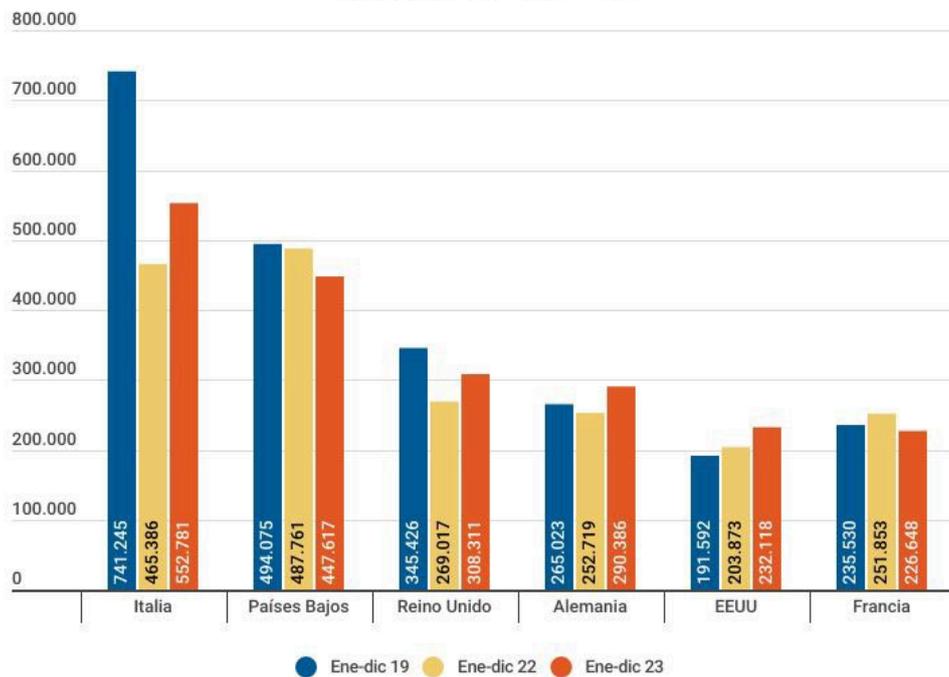


En el desglose de **pernoctaciones de los principales mercados emisores internacionales** se observó, que un buen número de países incrementaron sus pernoctaciones respecto a 2022 y algunos se aproximaron a las de 2019.

Italia continuó liderando la lista de países emisores internacionales, con 552.781 pernoctaciones en 2023. Subió un 19% respecto a 2022, aunque continuó un 25% por debajo de las cifras prepandemia. En lo que respecta a Países Bajos, con 447.617 pernoctaciones, bajó un 9% respecto a 2022 y 2019.

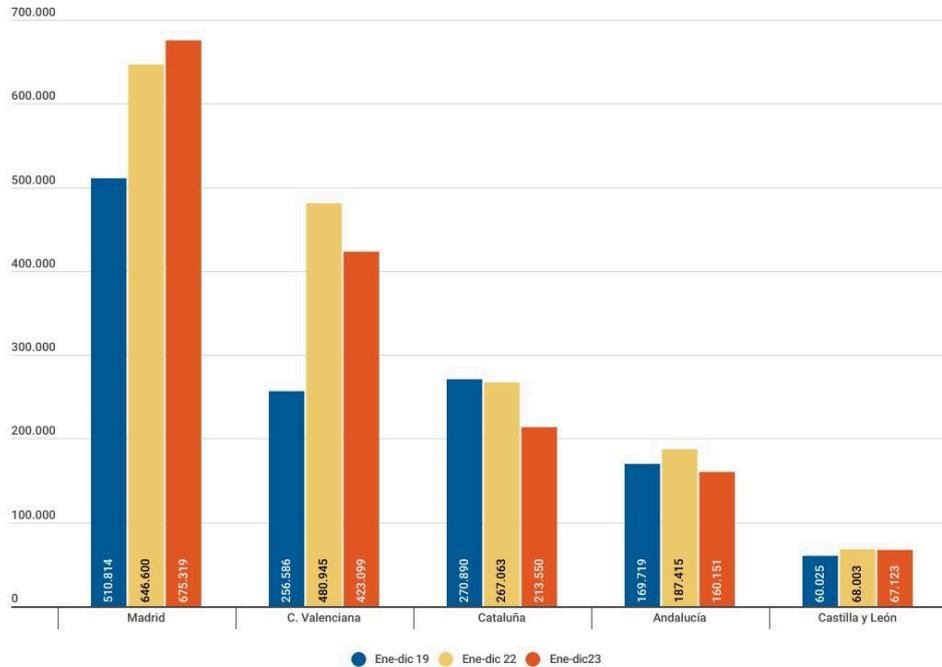
Les siguieron Reino Unido con 308.311 pernoctaciones, un 15% más que en 2022 y -11% respecto a 2019; Alemania con 290.386, alrededor de un 15% más que en 2022 y por encima de 2019; EE. UU. que mostró un excelente comportamiento, con 232.118 pernoctaciones, un 14% más que el pasado ejercicio y muy por encima de 2019; y Francia, con 226.648 pernoctaciones, que baja un 10% respecto a 2022, pero se acerca a las cifras prepandemia.

### Comparativa de pernoctaciones por mercado Ene-dic 19 - 22 - 23



En el análisis de los principales emisores nacionales, el mejor comportamiento en 2023 lo mostraron los visitantes de Madrid y de la Comunitat Valenciana. Los viajeros de ambas procedencias registraron cifras muy por encima de las que acostumbraban antes de la pandemia, como puede verse en el gráfico. Les siguieron en cantidad de pernoctaciones Cataluña, Andalucía y Castilla y León.

### Comparativa de pernoctaciones por CCAA (top 5) Ene-dic 19 - 22 - 23

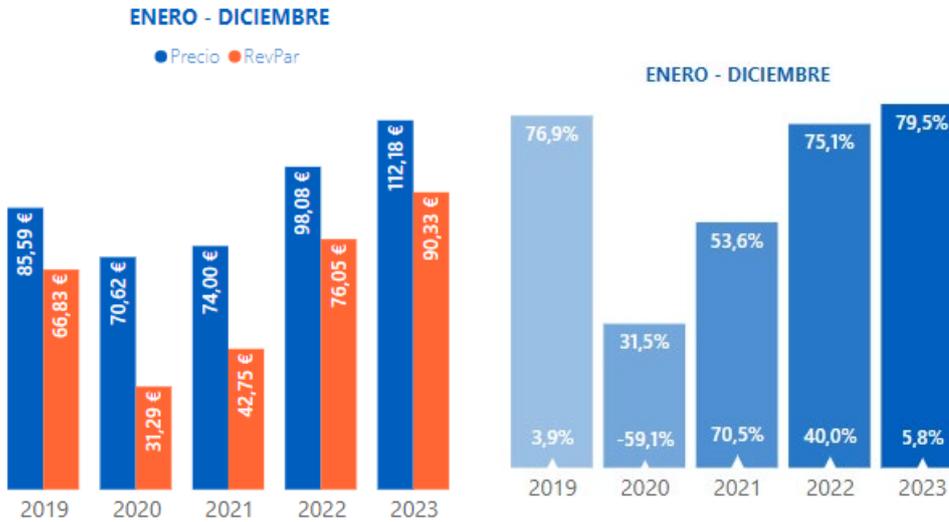


En lo referente a los **viajeros**, el resultado fue igualmente positivo. La cifra total de 2023 ascendió a 2.319.546, un 5% más que en 2022 y 2019; con 1.058.082 turistas nacionales y 1.261.464 internacionales.



Los indicadores de rentabilidad hotelera también fueron positivos en 2023. El **precio medio** se situó en **112,18€** (+14,4% respecto a 2022 y cerca del 30% frente a 2019) y el **RevPar** en **90,33€** (+18,8% y +30%). Por su parte, la **ocupación** ha alcanzado el **79,5%**, lo que supone 4,4

puntos porcentuales por encima de 2022 y 2,6 respecto a 2019.



Por lo que respecta a **llegadas aéreas**, se alcanzaron 4.989.051, un 22,8% más que en 2022 y alrededor de un 15% más que en 2019. Por procedencia, 3.539.728 llegadas fueron internacionales (+26,8%) y 1.449.323 nacionales (+14,1%).



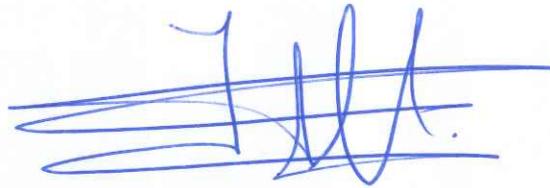
Por último, en 2023 llegaron al puerto de València 269 escalas frente a las 298 y 203 de 2022 y 2019. La cifra de pasajeros alcanzó los 786.588, un 26% más que el pasado año y un 80% más que en 2019.

## FORMULACIÓN DE CUENTAS ANUALES

En cumplimiento de la normativa de Fundaciones vigente, el Director Gerente de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA formula las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a la 117.

Valencia, 29 de febrero de 2024

Director Gerente

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping horizontal and vertical strokes, positioned above the name of the Director Gerente.

D. José Antonio Franco Martínez

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA INVENTARIO  
DE BIENES Y DERECHOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023**

	<b>Coste</b>	<b>Amortización / Valor Razonable</b>	<b>Valor Neto</b>
Inmovilizado Intangible	1.533.001,36	-1.081.114,08	451.887,28
Anticipos para Inmovilizado Intangible	374.604,40		374.604,40
Inmovilizado Material	3.567.790,41	-1.348.672,65	2.219.117,76
Existencias	162.753,16		162.753,16
Efectivo en caja y bancos	1.044.272,84		1.044.272,84
<b>Total Bienes</b>	<b>6.682.422,17</b>	<b>-2.429.786,73</b>	<b>4.252.635,44</b>
Depósitos y fianzas constituidos	46.408,46		46.408,46
Deudores	2.323.126,69		2.323.126,69
Otros	19.438,03		19.438,03
<b>Total Derechos</b>	<b>2.388.973,18</b>		<b>2.388.973,18</b>
<b>Inventario Total</b>	<b>9.071.395,35</b>	<b>-2.429.786,73</b>	<b>6.641.608,62</b>

**Inventario Inmovilizado Intangible 2023**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fecha adquisición</b>	<b>Valor adquisición 31/12/23</b>	<b>Amortización acumulada 31/12/23</b>	<b>Valor neto contable 31/12/23</b>
AF1405	MARCA VLC TVCB	01/01/2022	11.941,04	-11.940,69	0,35
AF1411	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE	01/01/2022	5.701,73	-5.701,24	0,49
AF1470	MARCA VLC VALENCIA INT.	01/01/2022	9.941,89	-9.941,89	0,00
AF1567	MARCA VLC EXCELLENCE	01/01/2022	2.583,31	-2.583,31	0,00
AF1568	MARCA TURISMO VALENCIA 6,9,14.	01/01/2022	19.145,63	-19.145,63	0,00
AF1569	MARCA VLC VALENCIA	01/01/2022	2.891,89	-2.891,89	0,00
AF1570	MARCA VLC BIKE	01/01/2022	5.181,36	-5.181,36	0,00
AF1571	MARCA VLC MEETINGS	01/01/2022	5.313,45	-5.313,45	0,00
AF1573	MARCA VLC CITY BREAKS	01/01/2022	1.386,18	-1.386,18	0,00
AF1574	MARCA VLC ESPACIO NATURAL	01/01/2022	1.386,18	-1.386,18	0,00
AF1575	MARCA OCIO Y NEGOCIO	01/01/2022	833,15	-833,15	0,00
AF1581	MARCA "INCREIBLE PERO CIERTA"	01/01/2022	4.089,98	-4.089,98	0,00
AF1604	MARCA VLC RESTAURANT WEEK	01/01/2022	2.683,45	-2.683,45	0,00
AF1607	MARCA FLORA, ARQUI,MARA,BO..	01/01/2022	5.848,56	-5.848,56	0,00
AF1609	MARCA DESTINO VALENCIA	01/01/2022	4.046,70	-4.046,70	0,00
AF1617	MARCA UVELECES	01/01/2022	5.598,80	-5.598,80	0,00
AF1639	MARCA VLC SHOPPING MARZO	01/01/2022	3.084,46	-3.084,46	0,00

## ANEXO I

AF1642	MARCA PHOTONICS	01/01/2022	613,07	-613,07	0,00
AF1655	MARCA VLC SHOPPING OCTUBRE	01/01/2022	1.132,80	-1.132,80	0,00
AF1662	MARCA VALENCIA FILM OFFICE	01/01/2022	1.015,17	-1.015,17	0,00
AF1671	MARCA VALENCIA CARD	01/01/2022	3.999,17	-3.999,17	0,00
AF1675	MARCA VALENCIA CRUISE CARD	01/01/2022	3.531,50	-3.531,50	0,00
AF1685	MARCA VLC DISCOUNT CARD	01/01/2022	1.035,21	-1.035,09	0,12
AF1686	MARCA VLC & FRIEND	01/01/2022	2.465,43	-2.465,43	0,00
AF1701	MARCA FLY VALENCIA	01/01/2022	1.714,84	-1.462,13	252,71
AF1703	MARCA VLC SPORTS	01/01/2022	1.320,16	-1.121,44	198,72
AF1705	MARCA ESPAÑOLA VLC	01/01/2022	5.426,92	-4.556,47	870,45
AF1707	MARCA COMUNITARIA VLC VALENCIA	01/01/2022	27.842,10	-23.214,64	4.627,46
AF1708	MARCA SALUD	01/01/2022	1.714,84	-1.430,27	284,57
AF1709	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE Y	01/01/2022	9.510,82	-9.127,65	383,17
AF1710	MARCA AGENDA VLC 2015	01/01/2022	1.152,10	-931,04	221,06
AF1711	MARCA VLC VALENCIA 926711	01/01/2022	1.129,62	-906,12	223,50
AF1713	MARCA VLC VALENCIA 882244	01/01/2022	13.154,68	-10.557,75	2.596,93
AF1725	MARCA VALENCIA CULINARY MEETIN	01/01/2022	1.571,07	-1.053,29	517,78
AF1734	MARCA VISIT VALENCIA	01/01/2022	1.885,75	-1.320,48	565,27
AF1735	MARCA URBAN TOURISM TRENDS	01/01/2022	1.570,14	-1.099,06	471,08
AF1736	MARCA VLC VALENCIA EN USA	01/01/2022	2.240,92	-1.568,54	672,38
AF1743	VIDEO 360° FALLAS	01/01/2022	8.712,00	-8.712,00	0,00
AF1747	AUDIOVISUAL PAELLA	01/01/2022	15.069,95	-15.069,95	0,00
AF1755	REPORTAJE FOTOGRAFICO NAVIDAD	01/01/2022	19.602,00	-19.602,00	0,00
AF1762	MARCA TURISMO VALENCIA 9, 16,	01/01/2022	1.210,00	-582,70	627,30
AF1766	MARCA VISIT VALENCIA	01/01/2022	6.564,50	-2.776,60	3.787,90
AF1771	MARCA DESTINO VALENCIA	01/01/2022	2.868,82	-1.074,31	1.794,51
AF1773	MARCA VISIT VALENCIA 2020	01/01/2022	4.840,00	-1.770,66	3.069,34
AF1792	MARCA VALENCIA GAY GAMES	01/01/2022	4.855,25	-836,75	4.018,50
AF1189	PROG. CONTABILIDAD + LLAVE	01/01/2022	592,59	-592,59	0,00
AF1394	MODULO FACTURACION GESTIIMIL	01/01/2022	1.043,64	-1.043,64	0,00
AF1420	SIGIT BB.DD. INFONOVA	01/01/2022	383.419,16	-383.419,16	0,00
AF1458	AMPLIACION LICENCIAS/MODULOS G	01/01/2022	4.093,79	-4.093,79	0,00
AF1516	DESARROLLOS GESIIMIL	01/01/2022	7.800,96	-7.800,96	0,00
AF1559	SIGIT (SOPRA 2008)	01/01/2022	46.019,93	-46.019,93	0,00
AF1560	SIGIT (SOPRA 2009)	01/01/2022	63.108,78	-63.108,78	0,00
AF1566	VPN SEDES REMOTAS OIT-CENTRAL	01/01/2022	4.828,70	-4.828,70	0,00
AF1594	SIGIT SOPRA (2010)	01/01/2022	19.733,75	-19.733,75	0,00
AF1656	SIGIT SOPRA 2011	01/01/2022	24.340,29	-24.340,29	0,00
AF1657	PROYECTO VTC PALMA TOOLS 2011	01/01/2022	50.307,00	-50.307,00	0,00
AF1661	PLATAFORMA RESTAURANTES	01/01/2022	37.800,00	-37.800,00	0,00
AF1689	MEJORAS GESIIMIL	01/01/2022	9.680,00	-9.680,00	0,00
AF1759	SIT SISTEMA INFORMACION TURIST	01/01/2022	101.821,50	-51.213,25	50.608,25

## ANEXO I

AF1767	SIT SISTEMA INFOR TUR.FASE 2	01/01/2022	11.313,50	-4.753,61	6.559,89
AF1768	ELABORACION PLAN DIGITALIZACIO	01/01/2022	15.609,00	-6.808,27	8.800,73
AF1769	API EXPERTICKET Y STS. COLOSUS	01/01/2022	18.022,95	-8.627,07	9.395,88
AF1779	SIT SISTEMA DE INFOR.FASE 2(2)	01/01/2022	52.707,60	-16.719,39	35.988,21
AF1782	SIT FASE 2 IMPLEMENTACION	01/01/2022	72.472,95	-22.123,23	50.349,72
AF1783	INTEGRACION SIST VENTAS EXPERT	01/01/2022	150.678,88	-45.996,50	104.682,38
AF1786	WEB VISITVALENCIA DRUPAL 18-19	01/01/2022	77.254,64	-20.492,85	56.761,79
AF1787	WEB VISITVALENCIA DRUPAL 2020	01/01/2022	97.211,20	-25.786,82	71.424,38
AF1788	WEB VISITVALENCIA DRUPAL 2021	01/01/2022	43.733,96	-11.601,50	32.132,46
			<b>1.533.001,06</b>	<b>-1.081.114,08</b>	<b>451.887,28</b>

Inventario Inmovilizado Material 2023

Nº	Descripción	Fecha adquisición	Valor adquisición 31/12/23	Amortización acumulada 31/12/23	Valor neto contable 31/12/23
-	SOLAR CORTES VALENCIANAS	01/04/2003	481.410,14	0,00	481.410,14
AF1177	MESA Y CONJUNTO	01/01/2022	917,48	-917,48	0,00
AF1200	MESA, ALA Y CAJONERA	01/01/2022	880,13	-880,13	0,00
AF1245	ALBAÑILERIA	01/01/2022	32.832,66	-6.804,00	26.028,66
AF1246	INSTALACION ELECTRICA E ILUMIN	01/01/2022	52.905,76	-44.437,00	8.468,76
AF1247	INSTALACION FONTANERIA Y SANEA	01/01/2022	4.154,69	-2.154,00	2.000,69
AF1248	INSTALACION DE CLIMATIZACION	01/01/2022	100.809,98	-52.209,00	48.600,98
AF1249	CARPINTERIA METALICA	01/01/2022	25.618,28	-5.311,00	20.307,28
AF1250	CARPINTERIA METALICA Y CERRAJE	01/01/2022	25.877,41	-5.372,00	20.505,41
AF1251	SOLADOS, ALICATADOS Y REVESTIM	01/01/2022	73.026,39	-15.144,00	57.882,39
AF1252	VIDRIERA Y PROTECCION SOLAR	01/01/2022	21.643,63	-4.482,00	17.161,63
AF1253	PROTECCION CONTRA INCENDIOS	01/01/2022	6.767,42	-1.410,00	5.357,42
AF1254	AISLAMIENTOS ACUSTICOS	01/01/2022	4.780,12	-996,00	3.784,12
AF1256	VARIOS	01/01/2022	9.087,36	-9.087,36	0,00
AF1258	SEGURIDAD Y SALUD	01/01/2022	3.395,05	-3.395,05	0,00
AF1259	ALBAÑILERIA (AMPLIACION)	01/01/2022	5.947,32	-1.224,00	4.723,32
AF1260	CERRAJERO (AMPLIACION)	01/01/2022	2.101,92	-436,00	1.665,92
AF1261	FONTANERO (AMPLIACION)	01/01/2022	618,28	-311,00	307,28
AF1265	INSTALACION CAJA FUERTE (AMPLI)	01/01/2022	334,08	-334,08	0,00

## ANEXO I

AF1266	INSTALACION CUADROS (AMPLIACION)	01/01/2022	501,12	-501,00	0,12
AF1267	ELECTRICIDAD (16-12-02) (AMPLIACION)	01/01/2022	10.042,99	-8.291,00	1.751,99
AF1268	CERRAJERIA (AMPLIACION)	01/01/2022	452,66	-104,00	348,66
AF1269	FONTANERO (AMPLIACION)	01/01/2022	2.055,47	-1.065,13	990,34
AF1271	AMUEBLAMIENTO INTERIOR MOSTRAD	01/01/2022	2.465,39	-2.465,00	0,39
AF1272	PREINSTALACION DE ALARMAS	01/01/2022	1.529,49	-1.259,00	270,49
AF1273	LAMPARA DPCHO. DIRECCION Y ELE	01/01/2022	2.016,08	-2.016,00	0,08
AF1274	PARTIDA DIRECCION FACULTATIVA	01/01/2022	8.551,59	-1.785,00	6.766,59
AF1275	PROYECTOS ARQUITECTOS (SAN JUAN)	01/01/2022	19.534,98	-4.052,83	15.482,15
AF1276	PROYECTO ARQUITECTOS (FCO.DIAZ)	01/01/2022	19.534,98	-4.052,83	15.482,15
AF1280	EDIFICIO CORTES VALENCIANAS	01/01/2022	978.824,49	-203.048,26	775.776,23
AF1289	INST. ELECTRICA ENTRESUELO	01/01/2022	4.701,37	-3.558,76	1.142,61
AF1291	INSTALACION ENROLLABLES	01/01/2022	5.591,34	-4.429,91	1.161,43
AF1292	INST ELECTRICA DPCHO ENTRADA P	01/01/2022	4.853,52	-3.836,91	1.016,61
AF1293	HABILITACION DPCHO. CRISTAL	01/01/2022	23.042,77	-18.188,02	4.854,75
AF1308	AMPLIACION CAJAS ORDENADOR	01/01/2022	943,65	-743,13	200,52
AF1426	DIVISION DESPACHOS SUBDIRECCION	01/01/2022	14.102,55	-14.102,55	0,00
AF1476	CLIMATIZACION OFICINA CENTRAL	01/01/2022	31.717,77	-31.717,77	0,00
AF1477	PTA. SEGURIDAD ENTLO. 2.	01/01/2022	5.575,59	-5.575,59	0,00
AF1503	PERSIANA ENTRADA CENTRAL	01/01/2022	11.291,34	-11.291,34	0,00
AF1513	CAMBIO VENTANALES	01/01/2022	49.689,55	-49.689,55	0,00
AF1629	DESPACHO ADMON. Y 3 PZAS. GARA	01/01/2022	307.172,80	-43.004,49	264.168,31
AF1677	ACTIVACION LEASING 2011	01/01/2022	24.599,02	-2.951,89	21.647,13
AF1678	ACTIVACION LEASING 2012	01/01/2022	350.992,26	-42.119,12	308.873,14
AF1741	DIVISION DPCHO. DIR -SALA JUNTA	01/01/2022	18.973,44	-18.973,44	0,00
AF1761	PLUSVALIA EDIFICIO CORTES VALE	01/01/2022	27.500,00	-1.773,65	25.726,35
AF1770	PLUSVALIA 2019	01/01/2022	1.980,23	-95,97	1.884,26
AF1474	MOBILIARIO OIT PLAYA	01/01/2022	8.358,22	-8.358,22	0,00
AF1487	VITRINAS OIT AEROPUERTO	01/01/2022	832,09	-832,09	0,00
AF1492	MOBILIARIO AEROPUERTO	01/01/2022	1.377,98	-1.377,98	0,00
AF1500	EQUIP. INFORM. OFICINA PLAYA	01/01/2022	650,63	-650,63	0,00
AF1511	HABILITACION OIT AYUNTAMIENTO	01/01/2022	27.986,97	-27.986,81	0,16
AF1512	TV PLASMA AEROPUERTO	01/01/2022	3.525,35	-3.525,35	0,00
AF1514	MOBILIARIO ENTRESUELO	01/01/2022	18.940,45	-18.940,45	0,00
AF1515	HABILITACION ENTRESUELO	01/01/2022	2.847,26	-2.847,26	0,00

## ANEXO I

AF1517	LICENCIAS+EQUIPO VTA. PLAYA	01/01/2022	626,37	-626,37	0,00
AF1524	PUERTA ELECTRICA OIT AYTO.	01/01/2022	14.787,41	-14.787,41	0,00
AF1528	ESTANTERIAS ENTLO.	01/01/2022	1.766,69	-1.766,69	0,00
AF1529	MESAS ENTLO.	01/01/2022	1.198,67	-1.198,67	0,00
AF1626	HABILITACION OIT JOAQUIN SOROL	01/01/2022	120.583,09	-120.583,09	0,00
AF1637	HABILITACION OIT AEROPUERTO	01/01/2022	29.941,25	-29.941,25	0,00
AF1651	ALARMA 2011 PROSEGUR	01/01/2022	3.655,05	-2.596,47	1.058,58
AF1669	HABILITACION OIT AEROPUERTO	01/01/2022	47.005,84	-47.005,84	0,00
AF1206	CAJA FUERTE CORTES VCIANAS.	01/01/2022	1.382,13	-1.382,13	0,00
AF1212	MOBILIARIO SALA DE JUNTAS	01/01/2022	2.090,32	-2.090,32	0,00
AF1226	ACCESORIOS DESPACHO DIRECCION	01/01/2022	996,48	-996,48	0,00
AF1227	PLACAS SEÑALIZACION INTERIOR	01/01/2022	2.221,40	-2.221,40	0,00
AF1230	PLANTAS ORNAMENTALES CORTES VC	01/01/2022	2.232,11	-2.232,11	0,00
AF1234	ACCESORIOS BAÑO VIP CROMADOS	01/01/2022	626,61	-626,61	0,00
AF1235	1 EQUIPO MESA, SILLA Y BUCK	01/01/2022	1.025,42	-1.025,00	0,42
AF1236	ARMARIOS ARCHIVADORES	01/01/2022	1.596,69	-1.596,42	0,27
AF1263	MUEBLES BAÑO (AMPLIACION)	01/01/2022	742,40	-742,00	0,40
AF1264	ENCIMERA CRISTAL 2ª PLANTA- AM	01/01/2022	371,20	-371,20	0,00
AF1279	DESTRUCTORAS DE PAPEL TAROS (2	01/01/2022	1.074,16	-1.047,34	26,82
AF1281	MESA, ALA, Y SILLA (2 U.)	01/01/2022	1.999,47	-1.947,88	51,59
AF1287	CARRETILLA ALMACEN	01/01/2022	489,87	-466,07	23,80
AF1295	MOBILIARIO DESPACHO- HALL-BIBLI	01/01/2022	70.653,41	-70.653,29	0,12
AF1299	ARMARIOS DESCANSILLO ESCALERAS	01/01/2022	664,38	-645,55	18,83
AF1300	MOBILIARIO AREA PROMOCION (2 U	01/01/2022	1.801,16	-1.749,11	52,05
AF1303	MESAS DESPACHO ADMINISTRACION	01/01/2022	1.892,92	-1.840,01	52,91
AF1304	MOBILIARIO BIBLIOTECA (2 U.)	01/01/2022	1.683,82	-1.634,35	49,47
AF1305	CARRITO TV Y FAX	01/01/2022	864,99	-839,42	25,57
AF1306	ARMARIOS-SILLAS DPCHO. ADMON.	01/01/2022	1.952,36	-1.895,51	56,85
AF1328	VIDEOPROYECTOR MITSUBISHI SE1U	01/01/2022	1.067,20	-1.031,49	35,71
AF1330	CAMARAS FOTOS (2U) Y VIDEO	01/01/2022	2.227,20	-2.131,21	95,99
AF1349	SILLAS CAJONERA BIBLIOTECA	01/01/2022	1.731,48	-1.679,51	51,97
AF1351	MOBILIARIO 1 ENTRESUELO 2	01/01/2022	17.872,55	-17.872,55	0,00
AF1352	MOBILIARIO 2 ENTRESUELO 2	01/01/2022	409,25	-409,25	0,00
AF1353	MOBILIARIO 3 ENTRESUELO 2	01/01/2022	602,91	-584,35	18,56

## ANEXO I

AF1354	MOBILIARIO 4 ENTRESUELO 2	01/01/2022	3.627,23	-3.626,84	0,39
AF1355	MOBILIARIO 5 ENTRESUELO 2	01/01/2022	10.947,86	-10.595,37	352,49
AF1356	MOBILIARIO 6 ENTRESUELO 2	01/01/2022	330,95	-319,89	11,06
AF1357	MOBILIARIO 7 ENTRESUELO 2	01/01/2022	44,89	-44,89	0,00
AF1358	MOBILIARIO 8 ENTRESUELO 2	01/01/2022	839,06	-810,23	28,83
AF1359	MOBILIARIO 9 ENTRESUELO 2 FAX	01/01/2022	562,60	-562,47	0,13
AF1360	MOBILIARIO 10 ENTLO 2 CENTRALI	01/01/2022	10.493,53	-10.493,53	0,00
AF1364	MESA MODEM II	01/01/2022	172,55	-172,55	0,00
AF1371	DESTRUCTORA FELLOWES PS220	01/01/2022	632,36	-589,12	43,24
AF1384	ARMARIOS COMUNIC- PROMOC (3U)	01/01/2022	1.041,03	-960,50	80,53
AF1462	PLACAS ACERO INOX VLC	01/01/2022	2.242,05	-2.242,05	0,00
AF1485	ARMARIOS GRISES OFICINA CENTRA	01/01/2022	2.690,22	-2.690,22	0,00
AF1501	SILLON SUBDIRECCIÓN	01/01/2022	680,62	-680,62	0,00
AF1530	MUEBLES BAJOS ENTRESUELO	01/01/2022	2.473,73	-2.473,73	0,00
AF1532	PLASMA 50"+ALTAVOCES+HDMI+PIE	01/01/2022	4.704,95	-4.704,95	0,00
AF1541	A.A. CUARTO INFORMATICO	01/01/2022	5.719,03	-5.719,03	0,00
AF1549	CAMARAS FOTOGRAFICAS DIGITALES	01/01/2022	923,45	-923,45	0,00
AF1578	MOBILIARIO CORTES VALENCIANAS	01/01/2022	4.459,46	-4.459,46	0,00
AF1647	MOBILIARIO CORTES ADMON 11	01/01/2022	13.971,72	-13.971,72	0,00
AF1650	MOBILIARIO OIT AEROPUERTO	01/01/2022	5.800,60	-5.800,60	0,00
AF1714	MOB CORTES SILLAS, MESAS Y TAB.	01/01/2022	5.243,53	-3.967,51	1.276,02
AF1716	AMPLIACION MOBILIARIO AYTO	01/01/2022	5.905,45	-4.400,89	1.504,56
AF1721	SILLAS 2016	01/01/2022	2.552,45	-1.821,53	730,92
AF1729	MEJORAS MOBILIARIO AYTO	01/01/2022	2.786,27	-1.859,50	926,77
AF1733	2 MESAS, 4 SILLAS SERVICIOS GE	01/01/2022	2.247,28	-1.379,44	867,84
AF1754	MOBILIARIO CORTES 2018	01/01/2022	1.750,36	-1.050,20	700,16
AF1758	3 MUEBLES Y BIOMBO PLANTA BAJA	01/01/2022	1.738,53	-832,59	905,94
AF1760	MOSTRADOR, MESAS SILLAS (AYTO	01/01/2022	18.162,32	-14.326,51	3.835,81
AF1764	ARMARIOS RRHH MK Y ALMACEN	01/01/2022	1.134,28	-524,64	609,64
AF1775	ARMARIOS FILM OFFICE 2020	01/01/2022	1.125,30	-395,16	730,14
AF200004	MOBILIARIO DE ART 382 A ART.387	22/12/2023	1.905,90	-5,00	1.900,90
AF1688	TABLETS NEXUS 5U	01/01/2022	1.387,11	-1.387,11	0,00
AF1690	MONITOR 21'	01/01/2022	180,29	-180,29	0,00
AF1699	I PAD 15.1/07/14 15.2 15.3	01/01/2022	1.466,52	-1.466,52	0,00
AF1700	2 PC: PC6 Y PC7	01/01/2022	2.954,82	-2.954,82	0,00
AF1704	2PC: PC129 Y PC135	01/01/2022	2.282,06	-2.282,06	0,00

## ANEXO I

AF1712	23 PC-1 PORTATIL-1IMAC-SERVIDO	01/01/2022	53.184,26	-53.184,26	0,00
AF1715	MAQUINA VENDIND INTELIGENTE	01/01/2022	14.875,00	-14.875,00	0,00
AF1720	iMAC02	01/01/2022	1.276,55	-1.276,55	0,00
AF1723	1PC: PC699	01/01/2022	987,44	-987,44	0,00
AF1724	1 PORTATIL: PC162	01/01/2022	724,79	-724,79	0,00
AF1726	1PC: PC11	01/01/2022	910,92	-910,92	0,00
AF1727	PORTATIL AYUNTAMIENTO DELL VOS	01/01/2022	1.191,12	-1.191,12	0,00
AF1728	1 PORTATIL Y 2PC: PC93-562-705	01/01/2022	2.411,70	-2.411,70	0,00
AF1731	1PC: PC130	01/01/2022	867,33	-867,33	0,00
AF1732	EQUIPOS INFORMATICOS AGOSTO 20	01/01/2022	5.476,22	-5.476,22	0,00
AF1745	PC ESTUDIOS HP400 M	01/01/2022	1.217,79	-1.217,79	0,00
AF1746	VIDEO WALL, GESTOR COLAS, TACT	01/01/2022	44.393,69	-44.393,69	0,00
AF1750	PORTATIL PC826	01/01/2022	1.585,71	-1.585,71	0,00
AF1751	PORTATIL PC825	01/01/2022	1.585,71	-1.585,71	0,00
AF1752	EQUIPO PC PARA TECNICO Y MONIT	01/01/2022	1.239,89	-1.239,89	0,00
AF1753	PANTALLA TACTIL JOAQUIN SOROLL	01/01/2022	4.142,65	-4.142,65	0,00
AF1763	PORTATIL HP ELITEBOOK 840 4G S	01/01/2022	1.194,18	-1.194,18	0,00
AF1765	VARIOS MATERIAL INFORMAT. 2019	01/01/2022	11.108,73	-11.108,73	0,00
AF1774	TABLETS MARKETING 2020	01/01/2022	1.207,58	-1.039,88	167,70
AF1776	TV LG ELECTRONICS 75 SALA JUNT	01/01/2022	1.277,99	-1.027,05	250,94
AF1777	EQUIPOS INFORMATICOS CORTES 20	01/01/2022	11.340,48	-9.004,50	2.335,98
AF1778	ORDENADORES 4T2020	01/01/2022	3.276,68	-2.514,49	762,19
AF1784	PORTATILES Y BASES CORTES 2021	01/01/2022	13.852,08	-9.025,95	4.826,13
AF1785	PORTATILES 1T 2021 CORTES VALE	01/01/2022	13.961,91	-8.351,52	5.610,39
AF1789	PORTATILES 2°SEMESTRE 2021	01/01/2022	12.547,17	-6.382,07	6.165,10
AF1790	MAT INFORMATICO 3TRIMES 2021	01/01/2022	7.105,33	-3.556,20	3.549,13
AF1791	PORTATILES 2°SEM (2)	01/01/2022	1.557,88	-644,32	913,56
AF1793	PORTATILES 1°SEM 2022	01/01/2022	7.917,03	-3.049,15	4.867,88
AF1794	EQUIPO VTAS. AYTO 2022	01/01/2022	1.793,22	-586,24	1.206,98
AF1795	EQUIPO VTAS PLAYA 2022	01/01/2022	1.793,22	-626,05	1.167,17
AF1796	PORTATILES 4°TRIM 2022	01/01/2022	11.896,77	-3.297,87	8.598,90
AF200001	EQUIPO VIDEOCONFERENCIA POLYSTUDIO X50	27/12/2023	3.558,36	-12,00	3.546,36
AF200002	Display interactivo 75" Clevertouch Impact Max Android 11	31/12/2023	13.431,47	-156,00	13.275,47
AF1668	CICLOMOTOR JET4 125	01/01/2022	1.699,00	-1.699,00	0,00
AF1298	LIBROS BIBLIOTECA	01/01/2022	320,44	-320,41	0,03
			<b>3.567.790,40</b>	<b>-1.348.672,75</b>	<b>2.219.117,76</b>

**Inventario existencias 2023**

<b>Descripción</b>	<b>Importe</b>
BRAND MAN - FOLLETO MERCADO ALEMÁN 2022	962,88
BRAND MAN - FOLLETO MERCADO FRANCÉS 2022	928,71
BRAND MAN - FOLLETO MERCADO ITALIANO 2022	1.055,70
CAJAS CARTÓN GRANDES	502,32
CAJAS CARTÓN PEQUEÑAS	664,50
DÍPTICO TOP TEN 2024 ESPAÑOL	304,00
DIPTICO TOP TEN 2024 FRANCÉS	152,00
DIPTICO TOP TEN 2024 INGLÉS	304,00
DIPTICO TOP TEN 2024 ITALIANO	152,00
FLYER TOP TEN 2024 - INGLÉS	45,90
FLYER TOP TEN 2024 - CASTELLANO	33,48
FOLLETO GENÉRICO CHINO 01/2020 (Edic. 2018)	136,36
FOLLETO GENÉRICO JAPONÉS 01/2018	136,64
FOLLETO GENÉRICO POLACO 01/2019 (Edic.2018)	37,80
FOLLETO GENÉRICO RUSO 01/2020 (Edic. 2018)	55,00
FOLLETO IMPRESCINDIBLES ALEMAN 02/2023	657,00
FOLLETO IMPRESCINDIBLES ESPAÑOL 02/2023	1.086,12
FOLLETO IMPRESCINDIBLES FRANCES 02/2023	681,66
FOLLETO IMPRESCINDIBLES INGLES 02/2023	571,50
FOLLETO IMPRESCINDIBLES ITALIAN 02/2023	1.316,88
FOLLETO IMPRESCINDIBLES NEERLAN 02/2023	604,62
FOLLETO MUSEOS Y MONUMENTOS AL 02/2023	387,50
FOLLETO MUSEOS Y MONUMENTOS ESP 01/2023	643,05
FOLLETO MUSEOS Y MONUMENTOS FR 02/2023	770,35
FOLLETO MUSEOS Y MONUMENTOS ING 02/2023	1.524,27
FOLLETO MUSEOS Y MONUMENTOS IT 02/2023	644,49
GAY GAMES - APLAUDIDOR 01/2023	542,64
GAY GAMES - GLOBO GIGANTE 2022	133,10
GUIA CRUCEROS 2022	324,09
GUIA TURISTICA ALEMAN 01/2023	1.215,00
GUIA TURISTICA ESPAÑOL 01/2023	3.740,00
GUIA TURISTICA FRANCES 01/2023	1.665,00
GUIA TURISTICA INGLES 01/2023	3.052,50
GUIA TURISTICA ITALIANO 01/2023	1.215,00
GUIA VALÈNCIA IN BICICLETA 2023 (italiano)	9,12
MER - BLOC DE NOTAS 2023 cuadrados	340,85
MER - BLOC NOTAS Logo Visit València 2022	403,38
MER - BOLÍGRAFO MARCA VALÈNCIA 2023	721,92
MER - BOLSA PAPEL MARCA VLC 2023	923,78

**ANEXO I**

MER - BOLSA TELA MARCA VLC 2023	1.929,60
MER - BOTELLA CLOSCA VISIT VALÈNCIA 01/2022	348,27
MER - LANDYARD 01/2023 - NUEVA MARCA VLC	463,97
MER - MONODOSIS CREMA SOLAR 01/2023	2.008,25
MER - VISERA MARCA VALÈNCIA 01/2023	3.230,85
MER - BOTELLA CLOSCA 01/2023 - VIP	11.842,80
MUSEOS Y MONUMENTOS ESP 02/2023	3.100,00
PARAGUAS NARANJA MARCADO (ACOMPAÑAMIENTO)	445,00
PLANO PLEGADO 02/2023	6.502,73
PLANO TALONARIO 02/2023	1.827,24
PRECINTO VISIT VALÈNCIA 2022	972,00
SOST. - CARTERA TARJETERO	20,00
SOST. - LLAVEROS	80,00
SOST. - TUPPERBAG	156,00
VFO - BOTELLA 01/2023	1.184,28
VFO - CAMISETA 01/2023 - TALLA L	339,20
VFO - CAMISETA 01/2023 - TALLA M	322,24
VFO - CHALECO REFLECTANTE AMARILLO 01/2023	1.101,42
VFO - CHAPA IMÁN DR. WHO 2019	169,20
VFO - CHAPA IMÁN TOMORROWLAND 2019	253,44
VFO - FIAMBRERA 01/2023	685,98
VFO - PAPELERA DE RECICLAJE RODAJES	337,62
VFO - PEGATINA ORGÁNICO	137,24
VFO - PEGATINA PAPEL	166,44
VFO - PEGATINA PLÁSTICO	156,95
VFO - PEGATINA RUEDA-RECICLA-REDUCE-REUTILIZA	286,34
VFO - PEGATINA VIDRIO	59,86
VLC CULTURA - BOLSA TELA RUTA GRIAL	117,00
VLC DELICIOUS - BOLSA TELA 2021	997,03
VLC DELICIOUS - BOLSA TELA + 50 BEST 01/2023	95,40
VLC DELICIOUS - CUCHARA (Solo WPD) 2023	354,33
VLC DELICIOUS - DELANTAL (Solo WPD) 2023	561,68
VLC DELICIOUS - LÁMINAS (Solo Gastro)	362,10
VLC DELICIOUS - LIBRETAS 01/2023	552,50
VLC HEALTH - TIRITAS (sólo VLC HEALTH)	357,24
VLC SHOPPING - SALVAMANTELES 2023 ESPAÑOL	10,00
VLC SHOPPING - SALVAMANTELES 2023 INGLÉS	9,80
VLC SPORT - LLAVERO PELOTA FUTBOL 01/2019	350,98
VLC SPORT - MOCHILAS 01/2023	4.577,58
VLC SPORT - PULSERA SPORTS 2019	107,46
VLC SPORT - TOALLAS MUNDIAL GIMNASIA RÍTMICA	39,06
VTCARD - FLYER 01/2023	602,00
VTCARD - CAJAS MÁQUINAS VENDING 02/2023	2.462,72
VTCARD - FUNDA PORTATARJETA 2023 (VTCARD 24-48-72)	1.856,00
WDC - KIT NOLLA WDC	1.552,95
<b>Total folletos</b>	<b>81.737,86</b>

## ANEXO I

<b>Descripción</b>	<b>Importe</b>
BOLSA DE PLASTICO	2,79
GUIA TURISTICA ALEMAN	471,04
GUIA TURISTICA CASTELLANO	517,12
GUIA TURISTICA FRANCES	586,24
GUIA TURISTICA INGLES	442,88
GUIA TURISTICA ITALIANO	514,56
VALENCIA TOURIST CARD 24 H	10.900,59
VALENCIA TOURIST CARD 48 H	16.578,84
VALENCIA TOURIST CARD 72 H	49.246,03
VALENCIA TOURIST CARD 7 DIAS	1.755,21
<b>Total artículos de venta</b>	<b>81.015,30</b>
<b>Total Inventario existencias</b>	<b>162.753,16</b>