

Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana

Cuentas Anuales de 2020

Incluye Informe de Auditoría de Cuentas Anuales

Grant Thornton
Avda. Aragón, 30 13º A
(Edificio Europa)
46021 VALENCIA
T +34 96 337 23 75
F +34 96 337 15 19
valencia@es.gt.com
www.grantthornton.es

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

Al Patronato de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA (la Fundación), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2020, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica y la memoria de actividades fundacionales correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Fundación a 31 de diciembre de 2020, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales* de nuestro informe.

Somos independientes de la Fundación de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Reconocimiento de ingresos por subvenciones originadas por la actividad de la Fundación

Los ingresos por la subvención de explotación recibida del Ayuntamiento de València han supuesto el 90% de los ingresos de la actividad propia del ejercicio 2020, realizada por la Fundación para el cumplimiento de sus fines fundacionales sin ánimo lucrativo por los que fue constituida. El reconocimiento de estos ingresos implica el cumplimiento de las condiciones y términos establecidos en la subvención de explotación aprobada a favor de la Fundación. Identificamos esta área como aspecto más relevante a considerar en la auditoría de la Fundación, de forma que identificamos como riesgo de incorrección material de nuestra auditoría el adecuado registro de estos ingresos, conforme a la normativa aplicable.

Nuestros procedimientos de auditoría han consistido en evaluar los procedimientos y criterios empleados por la Dirección de la Fundación para la justificación, cálculo, registro, aplicación legal y cobro de estos ingresos, en consonancia con la correspondiente subvención de explotación. Adicionalmente, hemos solicitado y analizado la confirmación por parte del Ayuntamiento de València.

Responsabilidad del Director Gerente en relación con las cuentas anuales

El Director Gerente es responsable de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, y del control interno que considere necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales, el Director Gerente es responsable de la valoración de la capacidad de la Fundación para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si el Director Gerente tiene intención de liquidar la Fundación o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de cuentas anuales

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales.

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.

- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Fundación.
- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por el Director Gerente.
- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por el Director Gerente, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Fundación para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden ser causa de que la Fundación deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.


Nos comunicamos con el Director Gerente de la Fundación en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación al Director Gerente de la Fundación, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.

Grant Thornton, S.L.P. Sociedad Unipersonal

ROAC nº S0231



José Enrique Contell García

ROAC nº 2468

5 de marzo de 2021



GRANT THORNTON, S.L.P.

2020 Núm. 30/20/03147

SELLO CORPORATIVO: 96,00 EUR

Informe de auditoría de cuentas sujeto
a la normativa de auditoría de cuentas
española o internacional

FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

CUENTAS ANUALES CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO 2020

FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y DE 2019

(Expresado en euros)

ACTIVO	Notas en la memoria	31/12/2020	31/12/2019
ACTIVO NO CORRIENTE		3.012.264,45	2.795.363,64
Inmovilizado intangible	Nota 5	627.388,45	339.129,76
Patentes, licencias, marcas y similares		106.219,31	124.254,59
Aplicaciones informáticas		346.703,30	137.620,53
Otro inmovilizado		174.465,84	77.254,64
Inmovilizado material	Nota 6	2.344.002,56	2.415.360,44
Terrenos y construcciones		2.229.483,92	2.271.898,04
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		114.518,64	143.462,40
Inversiones financieras a largo plazo	Nota 8	40.873,44	40.873,44
Otros activos financieros		40.873,44	40.873,44
ACTIVO CORRIENTE		895.724,31	1.124.381,01
Existencias	Nota 12	118.487,87	104.093,72
Comerciales		118.487,87	104.093,72
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	Nota 8	553.863,98	421.867,85
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	Nota 8	9.900,63	45.870,88
Cientes por ventas y prestaciones de servicios		3.773,93	33.795,07
Personal		4.788,00	1.975,06
Activos por impuesto corriente	Nota 13	1.338,70	10.100,75
Periodificaciones a corto plazo		18.627,74	11.961,49
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	Nota 8	194.844,09	540.587,07
Tesorería		194.844,09	540.587,07
TOTAL ACTIVO		3.907.988,76	3.919.744,65

FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y DE 2019

(Expresado en euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas en la memoria	2020	2019
PATRIMONIO NETO		3.080.429,01	2.944.527,08
Fondos propios	Nota 11	2.792.276,69	2.814.976,91
Dotación Fundacional		851.853,02	851.853,02
Reservas		1.963.123,89	1.966.233,95
Excedente del ejercicio	Nota 3	(22.700,22)	(3.110,06)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	Nota 17	288.152,32	129.550,17
PASIVO NO CORRIENTE		71.560,24	92.299,14
Deudas a largo plazo		54.025,45	71.012,79
Acreeedores por arrendamiento financiero	Notas 7.1 y 9.1	54.025,45	71.012,79
Pasivo por impuesto diferido	Nota 13	17.534,79	21.286,35
PASIVO CORRIENTE		755.999,51	882.918,43
Provisiones a corto	Nota 9.1	521,71	-
Deudas a corto plazo	Nota 9.1	71.784,36	57.173,23
Acreeedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1	16.987,71	16.753,63
Otros pasivos financieros		54.796,65	40.419,60
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	Nota 9.1	683.693,44	825.745,20
Acreeedores varios		469.486,88	552.701,72
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		1.171,65	244,06
Otras deudas con las Administraciones Públicas	Nota 13	213.034,91	244.795,32
Anticipos de clientes		-	28.004,10
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		3.907.988,76	3.919.744,65

FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
CUENTA DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE A LOS EJERCICIOS
TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020 Y DE 2019
 (Expresada en euros)

CUENTA DE RESULTADOS	Notas en la memoria	2020	2019
A) EXCEDENTE DEL EJERCICIO			
Ingresos de la actividad propia	Nota 14.e	5.439.900,30	4.909.561,09
Cuotas asociados y afiliados		-	340.190,54
Aportaciones de usuarios		-	13.351,29
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	Nota 22.1	4.883.676,00	4.135.000,00
Subvenciones imputadas al excedente del ejercicio	Nota 17	556.224,30	421.019,26
Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil	Nota 14.e	981.203,28	4.004.195,69
Aprovisionamientos	Nota 14.a	(884.446,37)	(3.078.407,98)
Consumo de mercaderías		(855.196,37)	(3.078.407,98)
Deterioro de mercaderías y otros aprovisionamientos		(29.250,00)	-
Otros ingresos de la actividad	Nota 14.e	22.181,47	81.138,29
Gastos de personal		(2.909.483,00)	(3.063.265,88)
Sueldos, salarios y asimilados		(2.291.635,21)	(2.393.441,76)
Cargas sociales	Nota 14.b	(617.847,79)	(669.824,12)
Otros gastos de la actividad		(2.509.236,91)	(2.788.495,75)
Servicios exteriores	Nota 14.c	(415.337,02)	(457.935,56)
Tributos		(17.616,19)	(16.507,70)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		(18.119,16)	(9.869,45)
Otros gastos de gestión corriente	Nota 14.d	(2.058.164,54)	(2.304.183,04)
Amortización del inmovilizado	Notas 5 y 6	(182.106,67)	(201.776,33)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	Nota 17	8.089,02	3.758,65
Otros resultados	Nota 14.f	12.249,41	127.637,23
A.1) EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD		(21.649,47)	(5.654,99)
Ingresos financieros		60,57	3.848,02
De valores negociables y otros instrumentos financieros		60,57	3.848,02
Gastos financieros		(1.111,32)	(1.303,09)
Por deudas con terceros		(1.303,09)	(1.303,09)

A.2) EXCEDENTE DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS		(1.050,75)	2.544,93
A.3) EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS		(22.700,22)	(3.110,06)
Impuestos sobre beneficios	Nota 13	-	-
A.4) VARIACIONES DE PATRIMONIO NETO RECONOCIDA EN EL EXCEDENTE DEL EJERCICIO	Nota 13	(22.700,22)	(3.110,06)
B) INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE AL PATRIMONIO NETO			
Subvenciones recibidas	Nota 17	166.691,17	133.308,82
B.1) VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO POR INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO		166.691,17	133.308,82
C) RECLASIFICACIONES AL EXCEDENTE DEL EJERCICIO			
Subvenciones recibidas	Nota 17	(8.089,02)	(3.758,65)
C.1) VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO POR RECLASIFICACIONES AL EXCEDENTE DEL EJERCICIO		(8.089,02)	(3.758,65)
D) VARIACIONES DE PATRIMONIO NETO POR INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE AL PATRIMONIO NETO (B.1+C.1)		158.602,15	129.550,17
F) AJUSTE POR ERRORES		-	16.407,60
D) RESULTADO TOTAL, VARIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO EN EL EJERCICIO (A.4+D+E+F+G+H)		135.901,93	142.847,71

FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
MEMORIA DEL EJERCICIO 2020

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 2020, 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 2020, las correspondientes al ejercicio anterior. Las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2019, 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 celebrada el 9 de marzo de 2020.

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 2019 se registró una regularización correspondiente a una inversión en inmovilizado intangible por importe de 16.407,60 euros, contabilizada como gasto en 2018, aumentando las reservas en el mismo importe. No se han registrado correcciones en 2020.

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 2020 formulada por el Director Gerente, así como la aprobada para el ejercicio 2019, son las que se muestran a continuación:

	2020	2019
Base de reparto		
Excedente del ejercicio	(22.700,22)	(3.110,06)
Distribución		
A Reservas destinadas a Fines Fundacionales	(22.700,22)	(3.110,06)

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 en 3 años, a razón de un 33% 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, entendiéndose 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 2020 es el siguiente:

	31/12/2019	Altas	31/12/2020
Coste			
Patentes, licencias, marcas y similares	233.747,42	7.708,82	241.456,24
Aplicaciones informáticas	968.063,14	275.859,43	1.243.922,57
Anticipos para inmov. intangibles	77.254,64	97.211,20	174.465,84
Total Coste	1.279.065,20	380.779,45	1.659.844,65
Amortización Acumulada			
Patentes, licencias, marcas y similares	(109.492,83)	(25.744,10)	(135.236,93)
Aplicaciones informáticas	(830.442,61)	(66.776,66)	(897.219,27)
Total Amortización Acumulada	(939.935,44)	(92.520,76)	(1.032.456,20)
Inmovilizado Intangible, Neto	339.129,76	288.258,69	627.388,45

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2019 es el siguiente:

	31/12/2018	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2019
Coste					
Patentes, licencias, marcas y similares	225.972,92	7.774,50	-	-	233.747,42
Aplicaciones informáticas	929.661,28	44.945,45	(6.178,35)	(365,24)	968.063,14
Anticipos para inmov. intangibles	-	77.254,64	-	-	77.254,64
Total Coste	1.155.634,20	129.974,59	(6.178,35)	(365,24)	1.279.065,20
Amortización Acumulada					
Patentes, licencias, marcas y similares	(37.484,99)	(72.007,84)	-	-	(109.492,83)
Aplicaciones informáticas	(805.307,84)	(31.313,12)	6.178,35	-	(830.442,61)
Total Amortización Acumulada	(842.792,83)	(103.320,96)	6.178,35	-	(939.935,44)
Inmovilizado Intangible, Neto	312.841,37	26.653,63	-	(365,24)	339.129,76

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 2020 y 2019 estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2020	31/12/2019
Propiedad industrial	68.015,82	49.838,31
Aplicaciones informáticas	646.979,92	574.806,68
Total	714.995,74	624.644,99

NOTA 6. INMOVILIZADO MATERIAL

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2020 es el siguiente:

	31/12/2019	Altas	31/12/2020
Coste			
Terrenos y construcciones	2.824.545,31	-	2.824.545,31
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	874.105,55	18.228,03	892.333,58
Total Coste	3.698.650,86	18.228,03	3.716.878,89
Amortización Acumulada			
Terrenos y construcciones	(552.647,27)	(42.414,12)	(595.061,39)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(730.643,15)	(47.171,79)	(777.814,94)
Total Amortización Acumulada	(1.283.290,42)	(89.585,91)	(1.372.876,33)
Inmovilizado Material, Neto	2.415.360,44	(71.357,88)	2.344.002,56

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2019 es el siguiente:

	31/12/2018	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2019
Coste					
Terrenos y construcciones	2.822.565,08	1.980,23	-	-	2.824.545,31
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	909.573,49	15.175,72	(50.099,14)	(544,52)	874.105,55
Total Coste	3.732.138,57	17.155,95	(50.099,14)	(544,52)	3.698.650,86
Amortización Acumulada					
Terrenos y construcciones	(525.487,13)	(27.160,14)	-	-	(552.647,27)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(709.447,06)	(71.295,23)	50.099,14	-	(730.643,15)
Total Amortización Acumulada	(1.234.934,19)	(98.455,37)	50.099,14	-	(1.283.290,42)
Inmovilizado Material, Neto	2.497.204,38	(81.299,42)	-	(544,52)	2.415.360,44

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 2020 y 2019, estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2020	31/12/2019
Construcciones	157.375,17	157.375,17
Instalaciones técnicas	138.614,65	138.614,65
Otras Instalaciones	15.230,51	15.230,51
Mobiliario	68.269,52	68.269,52
Equipos proceso de información	144.534,17	122.967,69
Elementos de transporte	1.699,00	1.699,00
Total	525.723,02	504.156,54

Arrendamientos financieros

Del importe contabilizado en el inmovilizado material, 307.172,80 euros se mantienen bajo contratos de arrendamiento financiero al cierre del ejercicio 2020 (307.172,80 euros al cierre del ejercicio 2019).

Otra información

No se han producido pérdidas por baja de elementos del inmovilizado material en el ejercicio 2020 ni en el ejercicio 2019.

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 2020:

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	16.753,63	16.987,71	54.025,45

La Fundación tenía los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2019:

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	17.845,02	16.753,63	71.012,79

El importe total de los pagos futuros por los arrendamientos financieros al cierre de los ejercicios 2020 y 2019 es el siguiente:

	31/12/2020	31/12/2019
Pagos futuros mínimos al cierre del ejercicio	71.013,16	89.890,78
(-) Gastos financieros no devengados	(2.071,28)	(3.751,44)
Valor de la opción de compra	1.627,08	1.627,08
Total	70.568,96	87.766,42

7.2) Arrendamientos operativos (la Fundación como arrendatario)

El cargo a los resultados del ejercicio 2020 en concepto de arrendamiento operativo ha ascendido a 54.436,36 euros (64.429,47 euros en el ejercicio anterior).

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

	31/12/2020	31/12/2019
Hasta 1 año	50.158,96	49.597,96
Entre uno y cinco años	26.200,00	52.400,00
Total	76.358,96	101.997,96

NOTA 8. ACTIVOS FINANCIEROS

El detalle de activos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2020 y 2019 es el siguiente:

	Créditos, derivados y otros 31/12/2020	Créditos, derivados y otros 31/12/2019
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	40.873,44	40.873,44

El detalle de activos financieros a corto plazo a 31 de diciembre de 2020 y 2019 es el siguiente:

	Créditos, derivados y otros 31/12/2020	Créditos, derivados y otros 31/12/2019
Activos a valor razonable con cambios en cuenta de resultados	194.844,09	540.587,07
Efectivo y otros activos líquidos	194.844,09	540.587,07
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	563.764,61	467.738,73
Total, activos financieros	758.608,70	1.008.325,80

8.1 Préstamos y partidas a cobrar

La composición de este epígrafe a 31 de diciembre de 2020 y 2019 es la siguiente:

	31/12/2020		31/12/2019	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	-	3.773,93	-	33.795,07
Usuarios y otros deudores de la actividad	-	553.863,98	-	421.867,85
Personal	-	4.788,00	-	1.975,06
Activos por impuesto corriente	-	1.338,70	-	10.100,75
Fianzas y depósitos	40.873,44	-	40.873,44	-
Total préstamos y partidas a cobrar	40.873,44	563.764,61	40.873,44	467.738,73

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2020 y al 31 de diciembre de 2019 no incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia.

No existen deudas por insolvencias firmes reconocidas en la cuenta de resultados durante los ejercicios 2020 y 2019.

8.2. Otra información

No se han reclasificado instrumentos financieros durante los ejercicios 2020 y 2019.

NOTA 9. PASIVOS FINANCIEROS

Los pasivos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2020 y 2019 son los siguientes:

	Derivados y otros	Derivados y otros
	31.12.2020	31.12.2019
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	54.025,45	71.012,79

Los pasivos financieros a corto plazo al 31 de diciembre de 2020 y 2019 son los siguientes:

	Derivados y otros	Derivados y otros
	31.12.2020	31.12.2019
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	755.999,51	882.918,43

9.1) Débitos y partidas a pagar

Su detalle a 31 de diciembre de 2020 y 2019 es el siguiente:

	31/12/2020		31/12/2019	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
Por operaciones comerciales				
Acreeedores	-	469.486,88	-	552.701,72
Total saldos por operaciones comerciales	-	469.486,88	-	552.701,72
Por operaciones no comerciales				
Provisiones a corto plazo	-	521,71	-	-
Deudas por arrendamiento financiero (Nota 9.2)	54.025,45	16.987,71	71.012,79	16.753,63
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	-	1.171,65	-	244,06
Fianzas y depósitos	-	54.796,65	-	40.419,60
Otras deudas con las administraciones públicas	-	213.034,91	-	244.795,32
Anticipos recibidos	-	-	-	28.004,10
Total saldos por operaciones no comerciales	54.025,45	286.512,63	71.012,79	330.216,71
Total Débitos y partidas a pagar	54.025,45	755.999,51	71.012,79	882.918,43

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 2020 y 2019 proceden de los contratos de arrendamiento financiero.

El tipo medio de las deudas a largo plazo en los ejercicios 2020 y 2019 es del 3,31%.

b) Clasificación por vencimientos

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2020, por anualidades, es el siguiente:

	2022	2023	2024	Total
Deudas financieras				
Arrendamiento financiero	17.224,31	17.464,58	19.336,56	54.025,45

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2019, por anualidades, era el siguiente:

	2021	2022	2023	2024	Total
Deudas financieras					
Arrendamiento financiero	16.987,34	17.224,31	17.464,58	19.336,56	71.012,79

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:

	2020 Días	2019 Días
Periodo medio de pago a proveedores	14,67	28,22
Ratio de las operaciones pagadas	14,50	29,07
Ratio de operaciones pendientes de pago	15,96	12,60
	Importe (euros)	Importe (euros)
Total pagos realizados	3.491.196,72	6.020.483,39
Total pagos pendientes	450.401,59	324.388,90

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 2020 y 2019 ha sido el siguiente:

Concepto	Dotación Fundacional	Reservas	Excedente del ejercicio	Total
Saldo inicial del 2019	851.853,02	2.200.008,63	(250.182,28)	2.801.679,37
Aplicación del excedente	-	(250.182,28)	250.182,28	-
Otras variaciones	-	16.407,60	-	16.407,60
Excedente del ejercicio	-	-	(3.110,06)	(3.110,06)
Saldo final del 2019	851.853,02	1.966.233,95	(3.110,06)	2.814.976,91
Saldo inicial del 2020	851.853,02	1.966.233,95	(3.110,06)	2.814.976,91
Aplicación del excedente	-	(3.110,06)	3.110,06	-
Excedente del ejercicio	-	-	(22.700,22)	(22.700,22)
Saldo final del 2020	851.853,02	1.963.123,89	(22.700,22)	2.792.276,69

Al cierre de los ejercicios 2020 y 2019 el excedente negativo de los citados ejercicios 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 2020, por importe de 118.487,87 euros (104.093,72 euros en el ejercicio anterior), corresponde a Valencia Tourist Card, folletos y merchandising.

En el ejercicio 2020 se ha registrado una corrección valorativa por deterioro de existencias por importe de 29.250,00 euros.

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 2020 y 2019 es el siguiente:

	31/12/2020		31/12/2019	
	Deudores	Acreedores	Deudores	Acreedores
No Corriente				
Impuesto sobre el Valor Añadido diferido inversiones	-	17.534,79	-	21.286,35
Total saldos no corrientes	-	17.534,79	-	21.286,35
Corriente				
Impuesto sobre el Valor Añadido	-	33.592,58	-	38.354,40
Impuesto sobre el Valor Añadido diferido inversiones	-	3.751,56	-	3.751,44
Retenciones por IRPF	-	110.337,44	-	123.576,60
Organismos de la Seguridad Social	-	65.353,33	-	79.112,88
Impuesto sobre beneficios	1.338,70	-	10.100,75	-
Total saldos corrientes	1.338,70	213.034,91	10.100,75	244.795,32
Total	1.338,70	230.569,70	10.100,75	266.081,67

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

Resultado contable del ejercicio 2020	Aumentos	Disminuciones	(22.700,22)
Resultados exentos	-	928.038,31	(928.038,31)
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)			(950.738,53)
Resultado contable del ejercicio 2019	Aumentos	Disminuciones	(3.110,06)
Resultados exentos	-	150.382,00	(150.382,00)
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)			(153.492,06)

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2020 tienen el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Concepto	Ingresos	Gastos	Rentas
De la actividad fundacional Art. 6.1º Ley 49/2002	5.439.900,30	(4.511.861,99)	928.038,31
De origen empresarial Art. 7 Ley 49/2002	981.203,28	(1.931.941,81)	(950.738,53)
Totales	6.421.103,58	(6.443.803,80)	(22.700,22)

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2019 tenían el carácter de exentas, excepto las de las actividades económicas de carácter mercantil:

Concepto	Ingresos	Gastos	Rentas
De la actividad fundacional Art. 6.1º Ley 49/2002	4.909.561,09	(4.759.179,09)	150.382,00
De origen empresarial Art. 7 Ley 49/2002	4.004.195,69	(4.157.687,75)	(153.492,06)
Totales	8.913.756,78	(8.916.866,84)	(3.110,06)

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 2020 la Fundación tiene abiertos a inspección los ejercicios 2016 y siguientes del Impuesto sobre Sociedades y los ejercicios 2017 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:

	2020	2019
Artículos Souvenirs	5.370,53	22.054,33
Bus Turístic	24.094,76	262.221,69
Entradas Recintos Turísticos	244.723,68	1.385.065,91
Compras Valencia Tourist Card	215.346,25	942.760,70
Menú Portal Ofertas	364.582,83	366.773,29
Guías Turísticas	13.251,00	21.436,00
Visitas guiadas	31.471,47	77.348,17
Compras artículos y servicios destinados a la actividad	898.840,52	3.077.660,09
Variación de existencias de bienes destinados a la actividad	(43.644,15)	747,89
Deterioros de existencias	29.250,00	-
Total Aprovisionamientos	884.446,37	3.078.407,98

b) Cargas sociales

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

	2020	2019
Seguridad Social a cargo de la empresa	589.916,21	629.721,23
Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones	20.004,00	20.135,00
Otros gastos sociales	7.927,58	19.967,89
Total Cargas sociales	617.847,79	669.824,12

c) Servicios exteriores

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

	2020	2019
Arrendamientos y cánones	54.436,36	64.429,47
Reparaciones y conservación	118.362,39	81.606,32
Servicios profesionales independientes	85.466,90	84.064,54
Primas de seguros	14.977,96	12.679,67
Servicios bancarios y similares	13.414,22	30.220,72
Suministros	23.822,33	28.468,80
Otros servicios de explotación	104.856,86	156.466,04
Total Servicios exteriores	415.337,02	457.935,56

d) Otros gastos de la actividad

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

	2020	2019
Servicios de atención al visitante	69.022,54	125.589,66
Acciones de Marketing y Comunicación	392.619,53	388.878,02
Acciones Promocionales	1.596.522,47	1.789.715,36
Material promocional y presentaciones en destino	34.163,53	63.234,86
Asistencia a ferias y otras acciones directas	77.380,03	209.330,32
Viajes familiarización	9.900,60	36.832,83
Productos	575.097,83	683.698,17
Apoyo a eventos y congresos	55.571,84	22.320,88
Pertenencia a organismos	-	27.541,41
Otras acciones promocionales, marketing online	361.382,68	525.471,16
Marketing digital	483.025,96	221.285,73
Total Otros gastos de la actividad	2.058.164,54	2.304.183,04

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	2020		2019	
	Euros	%	Euros	%
Ingresos por cuotas asociados y otros	-	-	353.541,83	4%
Ingresos por patrocinios	4.883.676,00	76%	4.135.000,00	46%
Subvenciones a la explotación	556.224,30	9%	421.019,26	5%
Ingresos de la entidad por la actividad propia	5.439.900,30	85%	4.909.561,09	55%
Ingresos por comisiones	8.431,47	-	31.866,12	-
Otros ingresos	13.750,00	-	49.272,17	-
Otros ingresos de explotación	22.181,47	-	81.138,29	-
Ventas de la actividad mercantil	981.203,28	15%	4.004.195,69	45%
Total	6.443.285,05	100%	8.994.895,07	100%

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:

	2020	2019
Ingresos	12.364,69	133.476,94
Ingresos excepcionales	12.364,69	133.476,94
Gastos	(115,28)	(5.839,71)
Gastos excepcionales	(115,28)	(5.839,71)
Resultados	12.249,41	127.637,23

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

15.1. Actividad de la Fundación**I. ACTIVIDADES REALIZADAS**

La *Fundació Visit València* se marcó en el ejercicio 2020 el objetivo de implementar un plan de promoción centrado en el proceso de superación de la pandemia. Comenzó a trabajar intensamente en posicionar la ciudad como un destino seguro y saludable, adaptándose a las nuevas tendencias del turismo, monitorizando la realidad sanitaria de los principales destinos emisores, mercado a mercado, y ajustando los tiempos y las acciones a desarrollar.

El plan de actuación se ha ejecutado de acuerdo con las indicaciones dadas por el Protectorado de Fundaciones de la Comunidad Valenciana 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 Valencia 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

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	23,75	39.841
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	
	LÍNEA DE NEGOCIO	
	PREVISTO	REALIZADO
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-	(43.644,15)
Aprovisionamientos	3.380.000,00	928.090,52
Gastos de personal	820.078,25	727.370,75
Otros gastos de explotación	136.570,00	108.267,12
Amortización del inmovilizado	15.800,00	9.105,33
Gastos financieros	350,00	277,83
Subtotal gastos	4.352.798,25	1.729.467,40
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	13.750,00	20.943,30
Cancelación de deuda no comercial	4.250,00	4.188,32
Subtotal inversiones	18.000,00	25.131,62
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	4.370.798,25	1.754.599,02

5. Objetivo

Mejora de la capacidad de generar negocio para el destino turístico.

ACTIVIDAD 2**1. Identificación**

Denominación: ESTRATEGIA: CREAR VALOR PARA EL VISITANTE

Tipo de actividad: Fundacional

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: La creación de valor para el visitante se ha ejecutado articulando una oferta diversa y atractiva que responde y supera sus expectativas.

Acciones desarrolladas:

- Se ha estructurado la oferta y los servicios turísticos en torno a un programa de productos.
- Especial hincapié en los productos Sports, MICE, Cultura y Gastronomía.
- Impulsamos la promoción del producto Valencia Film Office y Valencia Unique.
- Se ha invertido en los productos Naturaleza, Turismo idiomático y de Aprendizaje, así como el Turismo médico.

Lugar de desarrollo: Las acciones se llevaron a cabo a nivel local, nacional e internacional. Han tenido lugar en nuestras oficinas de turismo, y en la web de 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	Nº horas / año
Personal asalariado	26,75	44.873
Personal voluntario		

3. Beneficiarios de la actividad

La ciudad de València y sus habitantes, siendo beneficiarios directos los agentes económicos relacionados con el sector turístico, la ciudad y sus habitantes, ya que esta labor impulsa la difusión de la cultura propia y busca generar un beneficio económico y social para la ciudad de València.

4. Recursos económicos empleados en la actividad

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 2	
	ACCIONES DE CREAR VALOR	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	1.115.306,42	931.034,56
Otros gastos de explotación	987.735,20	782.702,28
Amortización del inmovilizado	18.960,00	10.926,40
Gastos financieros	476,00	355,62
Subtotal gastos	2.122.477,62	1.725.018,86
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	18.700,00	25.131,96
Cancelación de deuda no comercial	5.780,00	5.361,04
Subtotal inversiones	24.480,00	30.493,00
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	2.146.957,62	1.755.511,86

5. Objetivo

Hemos mantenido la continua mejora de atención al visitante. Las oficinas permanecieron cerradas al público desde mediados de marzo hasta junio, y fueron abriendo escalonadamente tras adaptar sus instalaciones a la nueva normativa y protocolos.

Colaboración de los actores turístico de la ciudad en torno a productos turísticos.

Hemos implementado herramientas digitales avanzadas para la gestión del marketing y la atención al visitante, debido a las nuevas necesidades surgidas por la pandemia. La atención en las oficinas ha sido presencial o de comunicación online como chatbos.

ACTIVIDAD 3**1. Identificación**

Denominación: ACCIONES ENCAMINADAS A LA MARCA Y PROMOCIÓN EN MERCADOS

Tipo de actividad: Fundacional

Sector de la actividad: Turismo

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

Nuestra comercialización se ha dirigido a los operadores que venden por internet. En los mercados intercontinentales la promoción es la colaboración directa con touroperadores. También nos hemos dirigido a aquellos prescriptores que influyen sobre los comercializadores y sobre la opinión pública (medios de comunicación, portales internet, blogs, redes sociales, etc.).

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 indirectas, se desarrollaron en destino, con viajes de familiarización, de prensa, etc.

2. Recursos humanos empleados en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	18,25	30.614
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	688.865,73	814.655,24
Otros gastos de explotación	1.559.101,80	1.424.894,01
Amortización del inmovilizado	142.200,00	81.948,00
Gastos financieros	294,00	311,17
Subtotal gastos	2.390.461,53	2.321.808,42
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	133.550,00	188.489,69
Cancelación de deuda no comercial	3.570,00	4.690,91
Subtotal inversiones	137.120,00	193.180,60
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	2.527.581,53	2.514.989,02

5. Objetivo

Nuevas estrategias de contenidos, adaptándonos a los efectos de la pandemia, la marca Visit Valencia aportó valor en las distintas fases del confinamiento y la desescalada, con la nueva imagen de *València ON*.

Diseño de nuevos soportes y publicaciones en versión impresa y/o digital, como la guía turística, flyers para comercialización de bicis y la ruta Shopping, guías gastronómicas, etc.

Pertenece a los siguientes organismos: ECM, OMT, Asociación Española de Fundaciones, Asociación Española de Turismo Gastronómico y Mesa de Turismo.

Llevamos a cabo una agenda anual de acciones de promoción segmentadas por mercado, de manera que el destino siga presente en los soportes del sector emisor en cada país (webs de viajes, catálogos, etc.) y en las diferentes herramientas que el turista utiliza para tomar sus decisiones de viaje (medios de comunicación, internet, redes sociales, blogs, etc.).

En todos los mercados emisores se mantuvo el marketing relacional con trade y prescriptores y el envío de contenidos interesantes para los medios de comunicación sobre la ciudad de València como destino.

ACTIVIDAD 4

1. Identificación

Denominación: ACCIONES DE ESTRATEGÍA DE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE Y GOBERNANZA

Tipo de actividad: Fundacional

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: Ha sido necesario invertir en innovación y tecnología, de manera que se vaya integrando toda la información que pueda ser interesante para la toma de decisiones públicas y privadas más eficientes en términos de rentabilidad y sostenibilidad. Para abordar todos los cambios que requiere dicha estrategia, la Fundación ha necesitado adaptar su organigrama y mejorar sus capacidades para dar respuesta a los nuevos desafíos. Entre ellos, mejorar la capacidad de interlocución y colaboración público-privada a través de un nuevo estilo de gobernanza más participativo.

Lugar de desarrollo: Estos productos serán los contenidos de las acciones de marca y promoción en los diferentes mercados y de aquellas que tengan lugar en Valencia.

2. Recursos humanos a emplear en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	9,25	15.517
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 TURÍSTICO INTELIGENTE	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	656.062,60	436.422,45
Otros gastos de explotación	401.256,00	193.488,78
Amortización del inmovilizado	139.040,00	80.126,93
Gastos financieros	280,00	166,70
Subtotal gastos	1.196.638,60	710.204,86
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	133.000,00	184.301,03
Cancelación de deuda no comercial	3.400,00	2.512,99
Subtotal inversiones	136.400,00	186.814,02
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	1.333.038,60	897.018,88

5. Objetivo

En 2020 se diseñó el Proyecto de Sostenibilidad Turística.

Proseguimos con la construcción de la segunda fase del SIT, ofreciendo una mayor explotación de fuentes *big data*.

Incrementamos la cantidad de información disponible para hacer un seguimiento integral de la evolución del turismo, enfocando la generación de información y el análisis de la misma a la toma de decisiones eficientes.

Fomentar la calidad de la experiencia del turista en la ciudad. Mantuvimos las certificaciones de calidad, gestión ambiental y accesibilidad, sometiéndonos a la auditoría integral anual, por una entidad externa acreditada.

Difusión de la información disponible para ayudar a las empresas asociadas a mejorar sus operaciones y construir un sector competitivo.

II. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES EMPLEADOS 2020.

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1 LÍNEA DE NEGOCIO		Actividad 2 ACCIONES DE CREAR VALOR		Actividad 3 ACC. ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS		Actividad 4 ACC. DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE		Total actividades	
	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO
Gastos por ayudas y otros										
a) Ayudas monetarias										
b) Ayudas no monetarias										
c) Gastos por colaboraciones y órganos de gobierno										
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		-43.644,15								-43.644,15
Aprovisionamientos	3.380.000,00	928.090,52								3.380.000,00
Gastos de personal	820.078,25	727.370,75	1.115.306,42	931.034,56	688.865,73	814.655,24	656.062,60	436.422,45	3.280.313,00	928.090,52
Otros gastos de explotación	136.570,00	108.267,12	987.735,20	782.702,28	1.559.101,80	1.424.894,01	401.256,00	193.488,78	3.084.663,00	2.909.483,00
Amortización del Inmovilizado	15.800,00	9.105,33	18.960,00	10.926,40	142.200,00	81.948,00	139.040,00	80.126,93	316.000,00	2.509.352,19
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										182.106,67
Gastos financieros	350,00	277,83	476,00	355,62	294,00	311,17	280,00	166,70	1.400,00	1.111,32
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros										
Diferencias de cambio										
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Impuestos sobre beneficios										
Subtotal gastos	4.352.798,25	1.729.467,40	2.122.477,62	1.725.018,87	2.390.461,53	2.321.808,42	1.196.638,60	710.204,86	10.062.376,00	6.486.499,55
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	13.750,00	20.943,30	18.700,00	25.131,96	133.550,00	188.489,69	133.000,00	184.301,03	299.000,00	418.865,97
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico	4.250,00	4.188,32	5.780,00	5.361,04	3.570,00	4.690,91	3.400,00	2.512,99	17.000,00	16.753,26
Cancelación de deuda no comercial	18.000,00	25.131,61	24.480,00	30.493,00	137.120,00	193.180,60	136.400,00	186.814,02	316.000,00	435.619,23
Subtotal inversiones	4.370.798,25	1.754.599,02	2.146.957,62	1.755.511,87	2.527.581,53	2.514.989,02	1.333.038,60	897.018,88	10.378.376,00	6.922.118,78
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS										

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

INGRESOS	Previsto	Realizado
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	4.691.700,00	1.003.384,75
Subvenciones del sector público	4.977.676,00	5.447.989,32
Aportaciones privadas	391.000,00	-
Otros tipos de ingresos	2.000,00	12.425,26
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	10.062.376,00	6.463.799,33

B. Otros recursos económicos obtenidos

OTROS RECURSOS	Previsto	Realizado
Deudas contraídas	-	-
Otras obligaciones financieras asumidas	-	-
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	-	-

IV. CONVENIOS DE COLABORACION CON OTRAS ENTIDADES 2020

DESCRIPCIÓN	INGRESOS	GASTOS	Corriente de bienes y servicios
Convenio 1. Con CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 2. Con AVANQUA OCEANOGRÁFIC AGORA, S.L. para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 3. Con COOPERATIVA VALENCIANA LIMITADA TELE TAXI para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 4. Con EL CORTE INGLES, S.A. para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 5. Con VALENCIA CLUB DE FUTBOL, S.A.D. para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 6. Con VIAJES TRANSVIA TOURS, S.L. para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 7. Con FUNDACION TRINIDAD ALFONSO MOCHOLÍ para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 8. Con C.P. C.I. PARQUE COMERCIAL Y DE OCIO BONAIRE para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	Exención de la cuota	-	No
Convenio 9. Con TURISME COMUNITAT VALENCIANA para el fomento de la imagen de València como referente en el turismo de diferentes productos	350.000,00	-	No
Convenio 10. Entre el PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO y el AYUNTAMIENTO DE VALÈNCIA , a través de la Fundación, para fomentar la reactivación del Turismo	200.000,00	-	No
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	550.000,00	-	

V. DESVIACIONES ENTRE EL PLAN DE ACTUACIÓN Y DATOS REALIZADOS

Las desviaciones en la ejecución del presupuesto respecto del Plan de Actuaciones se pueden explicar por las siguientes razones:

- a) El impacto de la pandemia en el turismo tuvo reflejo, como no podía ser de otra manera, en los flujos de visitantes a las oficinas turísticas y a la web visitvalencia.com, así como en toda la actividad mercantil de la Fundación. Las oficinas permanecieron cerradas al público desde mediados de marzo hasta junio, y fueron abriendo escalonadamente, el resultado ha sido un descenso de las ventas del 75% respecto al ejercicio anterior.
- b) Se han reforzado las líneas de trabajo fomentando el consumo turístico entre residentes y el entorno de proximidad, a través de campañas, creando contenidos en medios de comunicación y redes sociales. Ante el cierre o limitaciones para el viaje de los mercados internacionales, se planteó la redacción de un Plan de Impulso a corto plazo para el apoyo a la oferta de la ciudad y para la reorientación de las acciones hacia el mercado valenciano y español. Sin embargo, dada la situación de crisis sanitaria que ha persistido durante todo el año, no se pudieron alcanzar las cifras de negocio previstas inicialmente.
- c) Con el fin de apoyar a las empresas asociadas locales, se acordó exonerar del pago de las cuotas correspondientes a 2020. No obstante, no ha sido necesario obtener financiación alternativa privada ya que la aportación municipal se incrementó en un 11% respecto de lo previsto inicialmente, cubriendo asimismo las necesidades de tesorería de la Fundación.

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:

Ejercicio	Resultado contable	Ajustes positivos	Base de cálculo	Renta a Destinar		2016	2017	2018	2019	2020	%
				Importe	%						
2016	388.467,44	4.106.492,24	4.494.959,68	3.146.471,78	70%	4.242.668,77					94,39%
2017	264.572,03	4.279.621,39	4.544.193,42	3.180.935,39	70%		4.410.292,40				97,05%
2018	(250.182,28)	3.230.449,69	2.980.267,41	2.086.187,19	70%			3.324.791,78			111,56%
2019	(3.110,06)	4.713.922,95	4.710.812,89	3.297.569,02	70%				4.731.767,97		100,44%
2020	(22.700,22)	4.672.553,56	4.649.853,34	3.254.897,34	70%					4.690.417,60	100,87%

2. Recursos aplicados en el ejercicio

1. Gastos en cumplimiento de fines		4.672.553,56	
	Fondos Propios	Subvenciones, donaciones y legados	Deuda
2. Inversiones en cumplimiento de fines (2.1 + 2.2)			
2.2 Procedentes de ejercicios anteriores			17.864,04
TOTAL (1 + 2)		4.690.417,60	

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.

15.3. Gastos de administración

Los órganos de gobierno no han recibido importe alguno por la administración de los bienes y derechos que integran el patrimonio de la Fundación.

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 2020 y 2019, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, son los siguientes:

Entidad otorgante	Origen	2020			
		Saldo inicial	Aumentos	Imputación a resultados	Saldo final
AYUNTAMIENTO DE VALENCIA	Adm. local	129.550,17	166.691,17	(8.089,02)	288.152,32
		129.550,17	166.691,17	(8.089,02)	288.152,32

		2019			
Entidad otorgante	Origen	Saldo inicial	Aumentos	Imputación a resultados	Saldo final
AYUNTAMIENTO DE VALENCIA	Adm. local	-	133.308,82	(3.758,65)	129.550,17
		-	133.308,82	(3.758,65)	129.550,17

El detalle de las subvenciones de explotación percibidas en los ejercicios 2020 y 2019, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, es el siguiente:

Organismo	Objeto	2020	2019
TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Convenio colaboración para el ejercicio de actividades conjuntas	350.000,00	350.000,00
SECRETARÍA DE ESTADO DE PRESUPUESTOS. Dirección General de Fondos Europeos. Subdirección General de cooperación territorial europea	CASTWATER: Proyecto europeo de sostenibilidad, dirigido a mejorar la eficiencia en la gestión turística del agua en el sector turístico	6.224,30	71.507,26
PATRONAT PROVINCIAL DE TURISME DE LA C.V.	Fomentar la reactivación del turismo en València y su provincia	200.000,00	-
	Total	556.224,30	421.507,26

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

Al cierre del ejercicio 2019, la Fundación revirtió las provisiones dotadas en el ejercicio 2018, que ascendían a un total de 133.974,51 euros, con origen en las cuantías reclamadas en el despido objetivo por causas organizativas de la subdirectora adjunta y del jefe del área de comercialización, una vez finalizados los procedimientos judiciales mediante sentencias favorables a la Fundación.

El importe registrado al cierre del ejercicio 2020 corresponde a la reclamación presentada por una empleada de la Fundación ante la imposición de una sanción de suspensión de empleo y sueldo.

NOTA 19. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2020 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 2020 es la siguiente:

- PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, Presidente del Patronato
- DIRECTOR GERENTE: D. Antonio Bernabé García, quien en ausencia del Presidente del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto del Presidente
- VOCALES:
 - D. Miguel Ángel Fernández Torán, designado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
 - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia
 - D^a. Eva Blasco García, designada por la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana
 - D. Herick Campos Arteseros, designado por Turisme Comunitat Valenciana
 - D. Alejandro Heras Lorente, elegido por el Consejo General de los Protectores
 - D. Carlos De Selva Llobet, elegido por el Consejo General de Protectores
 - D^a. María Ángeles Fayos Bonell, elegida por el Consejo General de Protectores
 - D^a. María José Martínez Vicente, elegida por el Consejo General de los Protectores
 - D^a. Isabel Reig Catalá, elegida por el Consejo General de los Protectores
- SECRETARIO: D. José Antonio Martínez Beltrán, Secretario del Patronato

La composición del Patronato de la Fundación a final del ejercicio 2020 es la siguiente:

- PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, delegado de Turisme i Internacionalització, en representación del Ayuntamiento de València
- VICEPRESIDENTE: D. José Vicente Morata Estragués, en representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
- VOCALES:
 - D. Luis Martí Bordera, en representación de la Feria de Valencia
 - D^a. Eva Blasco García en representación de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana
 - D. Carlos Galiana Llorens, 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
- D. Francesc Colomer Sánchez, en representación de Turisme Comunitat Valenciana
- 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^a. Isabel M^a. Gil Forteza, elegida por el Consejo General de Protectores
- D. Rafael Torres García, elegido por el Consejo General de Protectores

- SECRETARIO NO PATRONO: D. José Antonio Martínez Beltrán
- DIRECTOR GERENTE NO PATRONO: D. Antonio Bernabé García

Los miembros de los Órganos de Gobierno durante los ejercicios 2020 y 2019 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 2020 y 2019, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2020			2019		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director Gerente	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Subdirector	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Jefe de Área	5,00	2,92	7,92	5,00	2,92	7,92
Jefe de Unidad	1,00	3,00	4,00	1,00	3,00	4,00
Técnico	5,00	16,01	21,01	4,71	15,95	20,66
Técnico Medio	1,00	4,72	5,72	0,67	4,72	5,39
Oficial Administrativo	0,00	1,49	1,49	0,00	2,00	2,00
Administrativo-Recepción	0,00	1,00	1,00	0,00	0,49	0,49
Informador Com. Turístico	4,00	17,38	21,38	8,64	15,56	24,20
Mozo conductor	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Prácticas	0,59	2,04	2,63	0,20	0,00	0,20
Total	19,59	48,56	68,15	23,22	44,64	67,86

La distribución del personal de la Fundación al cierre de los ejercicios 2020 y 2019, por categorías y sexos, es la siguiente:

	31.12.2020			31.12.2019		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director Gerente	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Subdirector	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Jefe de Área	5,00	3,00	8,00	5,00	3,00	8,00
Jefe de Unidad	1,00	3,00	4,00	1,00	3,00	4,00
Técnico	5,00	17,00	22,00	5,00	17,00	22,00
Técnico Medio	1,00	5,00	6,00	1,00	5,00	6,00
Oficial Administrativo	0,00	1,00	1,00	0,00	2,00	2,00
Administrativo-Recepción	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
Informador Com. Turístico	4,00	16,00	20,00	7,00	15,00	22,00
Mozo Conductor	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Prácticas	1,00	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00
Total	20,00	47,00	67,00	22,00	46,00	68,00

La distribución por sexos de los miembros del Patronato al término de los ejercicios 2020 y 2019, que no difiere del número medio en cada uno de los ejercicios, es la siguiente:

	2020			2019		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
PRESIDENTE	1	-	1	1	-	1
VICEPRESIDENTE	1	-	1	1	-	1
VOCALES	10	2	12	11	2	13
SECRETARIO NO PATRONO	1	-	1	1	-	1
Total	13	2	15	14	2	16

Honorarios por los servicios prestados por los auditores de cuentas

El importe de los honorarios devengados por los servicios de auditoría de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020 ha ascendido a 13.800,00 euros (13.800,00 euros en el ejercicio anterior). Los honorarios facturados por otros servicios relacionados con la auditoría han ascendido a 3.250,00 euros en el ejercicio 2020 (2.000,00 euros en el ejercicio anterior).

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

		2020	2019
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
	Notas	70.017,76	57.412,55
Resultado del ejercicio antes de impuestos		(22.700,22)	(3.110,06)
Ajustes al resultado		210.188,15	77.704,97
Amortización del inmovilizado	Notas 5 y 6	182.106,67	201.776,33
Correcciones valorativas por deterioro		47.369,16	9.869,45
Imputación de subvenciones	Nota 17	(8.089,02)	(3.758,55)
Ingresos financieros		(60,57)	(3.848,02)
Gastos financieros		1.111,32	1.303,09
Otros ingresos y gastos		(12.249,41)	(127.637,23)
Cambios en el capital corriente		(128.668,83)	(6.140,88)
Existencias		(43.644,15)	747,89
Deudores y otras cuentas a cobrar		(114.145,04)	(25.883,22)
Otros activos corrientes		(6.666,25)	(11.961,49)
Acreedores y otras cuentas a pagar		20.887,97	(108.391,55)
Otros pasivos corrientes		14.898,76	8.876,02
Otros activos y pasivos no corrientes		(0,12)	130.471,47
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación		(12.300,16)	(11.041,48)
Pagos de intereses		(1.111,32)	(1.303,09)
Cobros de intereses		60,57	362,36
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios		-	(10.100,75)
Otros pagos (cobros)		12.249,41	-
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		(399.007,48)	(122.991,06)
Pagos por inversiones		(399.007,48)	(130.722,94)
Inmovilizado intangible	Nota 5	(380.779,45)	(113.566,99)
Inmovilizado material	Nota 6	(18.228,03)	(17.155,95)
Cobro por desinversiones		-	7.731,88
Otros activos		-	7.731,88
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(16.753,26)	(16.541,93)
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero		(16.753,26)	(16.541,93)
b) Devolución y amortización de		(16.753,26)	(16.541,93)
2. Deudas con entidades de crédito		(16.753,26)	(16.541,93)
AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES		(345.742,98)	(82.120,44)
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		540.587,07	622.707,51
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio		194.844,09	540.587,07

NOTA 22. PARTES VINCULADAS**22.1) Transacciones entre partes vinculadas**

Operaciones con partes vinculadas	2020	2019
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		
Ayuntamiento de València	4.878.676,00	4.130.000,00
Cámara de Comercio de Valencia	5.000,00	5.000,00
Total	4.883.676,00	4.135.000,00

El importe de las transacciones con el Ayuntamiento de Valencia se corresponde con la aportación económica correspondiente a los ejercicios 2020 y 2019, con destino a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de València con cargo a los presupuestos municipales de los citados ejercicios.

22.2) Saldos entre partes vinculadas

El detalle de los saldos mantenidos al 31 de diciembre de 2020 y 2019 es el siguiente:

Corto plazo	2020		2019	
	Deudores	Acreedores	Deudores	Acreedores
Por operaciones actividad propia				
Ayuntamiento de València	-	245,31	-	166.691,18
Total	-	245,31	-	166.691,18

El importe del saldo al 31 de diciembre de 2020 con el Ayuntamiento de València corresponde a la adquisición de libros. El saldo al 31 de diciembre de 2019 correspondía al importe pendiente de invertir en relación a la subvención de capital recibida (Nota 17).

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 2020 y 2019 se detallan a continuación:

	2020	2019
Director Gerente (*)	87.064,95	95.124,29
Subdirector General	69.127,32	67.687,38
Total	156.192,27	162.811,67

(*) Incluye los salarios del ejercicio 2020 y un total de 6.283,47 euros a trienios (en el ejercicio 2019, 79.098,72 euros correspondientes a salarios y 16.025,57 euros a trienios, 5.993,76 euros a trienios del ejercicio y 10.031,81 euros de ejercicios anteriores), de conformidad con lo establecido en el acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 24 de mayo de 2019.

Aparte del Director Gerente y del Subdirector General 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 2020 se indica a continuación:

Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Inmovilizado intangible	627.388,45	439.171,92	188.216,53
Inmovilizado material	2.344.002,56	1.640.801,79	703.200,77
Existencias	118.487,87	82.941,51	35.546,36


Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Ingresos de la actividad	6.421.103,58	5.439.900,30	981.203,28
Ingresos por la actividad propia	5.439.900,30	5.439.900,30	-
Ingresos actividad mercantil	981.203,28	-	981.203,28
Aprovisionamientos	(884.446,37)	-	(884.446,37)
Otros ingresos de explotación	22.181,47	-	22.181,47
Gastos de personal	(2.909.483,00)	(2.036.653,71)	(872.829,29)
Otros gastos de explotación	(2.509.236,91)	(2.361.234,11)	(148.002,80)
Servicios exteriores	(415.337,02)	(290.738,14)	(124.598,88)
Tributos	(17.616,19)	(12.331,43)	(5.284,76)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(18.119,16)	-	(18.119,16)
Otros gastos de gestión corriente	(2.058.164,54)	(2.058.164,54)	-
Amortización del inmovilizado	(182.106,67)	(127.475,65)	(54.631,02)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	8.089,02	5.662,36	2.426,66
Otros resultados	12.249,41	8.574,65	3.674,76
Ingresos financieros	60,57	42,40	18,17
Gastos financieros	(1.111,32)	(777,93)	(333,39)
Total	(22.700,22)	928.038,31	(950.738,53)

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 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

Adjunto en Anexo I



FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
MEMORIA DE ACTIVIDADES FUNDACIONALES CORRESPONDIENTE AL
EJERCICIO 2020



INTRODUCCIÓN

Según refleja el barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los efectos de la pandemia del Covid-2019 hicieron que el turismo mundial registrase su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%. Los destinos de todo el mundo recibieron mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido a un desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes.

Como no podía ser de otro modo, València no fue ajena a este impacto. La ciudad encadenaba ejercicios con crecimientos en todos sus registros turísticos, cuando en marzo de 2020 el nuevo escenario rompió esa tendencia.

Así, la Fundación Visit València se marcó el objetivo de implementar un plan de promoción centrado en el proceso de superación de la pandemia. Comenzó a trabajar intensamente en posicionar la ciudad como un destino seguro y saludable, adaptándose a las nuevas tendencias del turismo, monitorizando la realidad sanitaria de los principales destinos emisores, mercado a mercado, y ajustando los tiempos y las acciones a desarrollar.

Asimismo, la ciudad se planteó desafíos más ambiciosos en materia de desarrollo sostenible. Visit València asumió compromisos importantes, como incorporar los ODS en su Plan Estratégico, fundamentales para el futuro de la actividad turística.

Otra prioridad en 2020 fue apoyar a las empresas turísticas valencianas y continuar haciéndolas partícipes del diseño de la estrategia turística. Para ello, se lanzó de forma coordinada con el sector el Plan de Estímulo al Turismo y se convocaron talleres para escuchar y consensuar los proyectos prioritarios a adoptar. Se trataba de impulsar la digitalización y la estrategia de marketing, seguir avanzando en el horizonte de destino inteligente y en el plan de desarrollo sostenible, para garantizar así un turismo responsable y respetuoso en el futuro, que contribuya al desarrollo económico y social.

Con todo ello, la proyección de València como destino turístico sostenible, saludable y seguro se incrementó en 2020. Fue elegida como la ciudad más saludable, según el estudio de Money.co.uk; y la mejor ciudad para vivir del mundo, según la encuesta del portal "Expats" de InterNations. Además, entró en el 'top 20' del City Brand Barometer 2020, que recoge las 109 ciudades con los sectores turísticos más fuertes y de mayor crecimiento.

ÍNDICE

1.- NUEVO PLAN DE ESTÍMULO AL TURISMO 2020

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 Medical Destination

València Film Office

Naturaleza

Unique València

Idiomático y aprendizaje

Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista

El front desk: oficinas más inteligentes y accesibles

Atención y ventas

Fomento del consumo local

1.2.- ESTRATEGIA II: Marca Valencia, promoción segmentada y tecnológica

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

Campaña Modo València ON

Presencia en redes sociales

Publicaciones

Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

Acciones multimercado y de comunicación

España

Italia

Países Bajos, Bélgica, Austria y Suiza

Reino Unido

Alemania

Francia

Mercados Intercontinentales

Plan 5: Mejora Conectividad

Fly Valencia

VLC Cruises

1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino inteligente y sostenible

Plan 6: Un destino más inteligente

Sistema de Inteligencia Turística

CRM / Gestión de las Relaciones con clientes

Infraestructura informática

Control de gestión

Mejora continua del sistema de gestión y calidad

Pertenencia a organizaciones y asociaciones

Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

Estrategia de Turismo Sostenible

Verificación de la huella de carbono

Nuevos soportes de atención al visitante accesibles

Plan 8: Alojamientos legales, calidad y convivencia

Plan 9: Hospitalidad, excelencia y talento

Sistema Integral de Calidad en el Destino

Promoción del Talento

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

Plan 10: Marco institucional. Compromiso y colaboración

Apoyo al sector y monitorización

Información de valor

Refuerzo de la imagen del turismo y gobernanza

Acuerdos entre Administraciones

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Órganos de Gobierno

Nuevas empresas asociadas

Convenios de colaboración

2.- MEDIDAS SANITARIAS Y DE GESTIÓN DEL TELETRABAJO

3.- COYUNTURA 2020

2.1.- Evolución de la demanda

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros

1.- NUEVO PLAN DE ESTÍMULO AL TURISMO 2020

En los primeros compases de 2020 la coyuntura turística en la ciudad registraba una evolución similar a la de los ejercicios anteriores, con un incremento acumulado hasta febrero en pernoctaciones del 18,4% (728.003) y mejoras en todos los indicadores de rentabilidad, como son precio medio: +12,1% (81,5€); RevPar: +19,7% (53,6€); y ocupación: + 3 puntos (65,08%).

No obstante, esta positiva evolución de la actividad turística se vio paralizada por la irrupción del COVID-19, que sumó a la tragedia de pérdidas humanas un enorme impacto económico y social, abriendo una profunda crisis económica que afectaba con mayor dureza a la actividad turística. Asimismo, acrecentó la necesidad de concienciación en torno a combatir el cambio climático y de apostar por la sostenibilidad medioambiental, el consumo responsable y la valorización del entorno de proximidad.

Desde la Fundación Visit València, se hizo necesario adaptar el Plan de Actuaciones del ejercicio y el Plan Estratégico del Turismo, València 2020 a las nuevas circunstancias, por lo que en abril se comenzaron a elaborar las Bases para un Plan de Estímulo al Turismo, de forma cohesionada y coordinada con el sector y los diferentes colectivos que conforman el Consejo Municipal de Turismo.

El Plan de Estímulo marcó el trabajo y toda la labor de la Fundación en 2020, con los siguientes objetivos:

- Ubicar la sostenibilidad y la inteligencia en el centro de la estrategia.
- Progresar en la estrategia de marketing digital.
- Fomentar la reactivación de la oferta y el consumo local.
- Reactivar la demanda turística y la conectividad.
- Reforzar los negocios locales y apoyar a las empresas.
- Involucrar a la sociedad local en la reactivación.

Los beneficiarios de esta actividad fundacional fueron, un año más, los agentes del sector turístico, la ciudad y sus habitantes, ya que esta labor impulsa la difusión de la cultura propia y busca generar un beneficio económico y social para la ciudad de València.

1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

Las Bases del Plan de Estímulo del Turismo lanzado en 2020 mantenían como una de las prioridades de la acción de Visit València la promoción de una oferta de valor que destaque la confianza y seguridad en todos los productos y servicios de la ciudad, tal como ya establecía el Plan Estratégico. En este sentido, se continuó trabajando intensamente en los principales productos turísticos de la ciudad, ya constituidos como Programas de Producto en años anteriores. Especial hincapié se hizo en productos como el València Convention Bureau y Film Office, ya que dicho Plan de Estímulo recalca la necesidad de impulsar el turismo MICE y reactivar los rodajes lo antes posible.

València Convention Bureau

Hasta el establecimiento del Estado de Alarma, la Fundación atendió las visitas de inspección de MICE Peak, para traer este workshop a València; y de las candidaturas KubeCon, Liferay y la Gala Michelin para las ediciones de 2020-2021. También organizó un famtrip pre-fallas, de la mano de Palacio de Congresos, con asociaciones y agencia y participó en los workshops *Mice & Forum Inside* y *M&I HealthCarenal*.

Dentro del terreno asociativo, participó en el workshop *Pitch Perfect*, base para el establecimiento de la alianza de Convention Bureau europea (EU CVB Network), de la que València forma parte junto con Salzburgo, Gotemburgo, Ljubljana, Florencia, Lyon y Rotterdam. Gracias a su incorporación a la alianza europea de Convention Bureaus 'EU CVB Network', multiplicó sus acciones estos meses.

En los meses posteriores, durante el confinamiento, el trabajo no cesó, preparando el producto para la reapertura de los mercados, debido a los amplios márgenes de tiempo con los que trabaja este segmento. Así, para recuperar la actividad MICE en València, la Fundación realizó una presentación de destino online de la mano de Event One DMC y Pitch Perfect, a agencias MICE de Bélgica en abril; y otra con MICEBoard, para agencias MICE alemanas en mayo. También participó en el workshop internacional *Face to Face Online Travel Market*; y en la feria virtual *Viajes El Corte Inglés*, con stand y espacio tanto para destino VLC como para Convention Bureau.

La Fundación consiguió confirmar 11 eventos para el periodo 2021-2023 con cerca de 9.000 delegados para la ciudad. Otros hitos importantes fueron el Oro en los premios *Best European Destination & People's Choice Destination de Events*, y la posición 48 en el ranking ICCA a nivel mundial, con una subida de 44 puestos.

En paralelo a todo esto, se lanzó una nueva campaña del Valencia Convention Bureau, en colaboración con Turisme Comunitat Valenciana, bajo el lema "*València meet surprise*", dirigida a los profesionales intermediarios, organizadores de eventos y prescriptores del segmento MICE. El objetivo de la misma era poner en valor la sostenibilidad del destino, los espacios al aire libre, la facilidad de accesos, la movilidad y la amplitud de espacios; así como ofrecer la imagen de seguridad necesaria para mantener la confianza en València como destino de reuniones.

La campaña se gestionó con contenido audiovisual, a través de redes sociales, principalmente en LinkedIn. Asimismo, en el marco de la campaña, se optó por el desarrollo de un Chatbot para incrementar la información facilitada a los profesionales, responder dudas, reducir incertidumbres, incrementar la agilidad en las respuestas y sistematizar y actualizar la información de una manera constante.

Ya en el segundo semestre del año, organizó una visita de inspección para un evento de una marca de coches alemana. Participó en *Business Exchange*, de la mano de la alianza de destinos europea. Realizó una presentación a cinco asociaciones europeas con partners locales de la mano de ICCA: EAAP/WAAP, IACM, EUPHA, IAHR y EEACI; y en el webinar capítulo ibérico de MPI: en el panel de destinos. También gestionó apariciones en el blog de MPI, Eventoplus y HQ Magazine.

En los últimos meses del año, participó en las Jornadas híbridas organizadas por el Spain Convention Bureau con los mercados francés, italiano y británico; y en la Feria Virtual IBTM.

València Cultura y Ocio

El año comenzó fuerte con la primera edición de Fest/n, un festival gastro-cultural impulsado por la Fundación, que se celebró en 14 espacios emblemáticos de la ciudad, en el que los amantes del arte y de la gastronomía pudieron disfrutar de experiencias en las que participaron chefs valencianos como Quique Dacosta, Begoña Rodrigo, Miguel Ángel Mayor, Ricard Camarena, Pablo Ministro o Javier Mascaraque.

El Centre del Carme Cultura Contemporània, Institut Valencià d'Art Modern (IVAM), Bombas Gens, Fundación Bancaja, Palau de les Arts, Berklee, Convent Carmen, el Cellar del S.XIII y el Mercado Colón fueron los espacios que participaron en el festival, así como las principales galerías de arte contemporáneo de la ciudad, como Luis Adelantado, Ana Serratosa, Rosa Santos, Shiras Galería, Set Espai d'Art y Galería Thema, con diferentes actividades programadas.

Además, los primeros meses permitieron promocionar el producto cultural y de ocio de la ciudad en FITUR; asistir al encuentro de profesionales de la cultura Pública 2020 en Madrid; colaborar con Feria de València en el Salón del Cómic; atender un press trip con una televisión de Líbano que buscaba los vestigios del pasado árabe de la ciudad; participar en la mesa redonda *Encontrémoslas Festivals a Escena*; apoyar la candidatura de València para el congreso internacional de ICOM; y organizar la cena de prensa internacional con motivo de la celebración de Cevisama.

Otras acciones promocionales fueron el lanzamiento de un vídeo de música de bandas en estación de Alameda; la actualización del folleto *Museos, Monumentos y Espacios Singulares*; la incorporación de oferta teatral a la venta en *VLC shop*; y la generación de contenidos para web y redes sociales; difusión de la oferta cultural virtual de la ciudad; reestructuración de la agenda de eventos de cultura y ocio de la ciudad; y difusión de la progresiva reactivación de los recursos culturales y de ocio.

Para la promoción del Año Jubilar del Santo Cáliz, se creó un espacio específico en la web en siete idiomas y se mantuvieron reuniones con el Arzobispado y Turisme CV para las futuras acciones promocionales. Asimismo, se reactivó la visita guiada de esta ruta, y se le dio difusión mediante notas de prensa y en campañas en publicaciones estratégicas, como Descubrir o Agenttravel. Asimismo, se atendió el rodaje de una productora francesa para un documental sobre esta reliquia. Por último, se preparó el lanzamiento de una nueva campaña audiovisual y se trabajó en la reapertura de Aula Grial como centro de interpretación y atención al peregrino.

Respecto a la Ruta de la Seda, la Fundación participó en diferentes jornadas online: "Xacobeo 2021 y la Ruta de la Seda" organizadas por el Instituto Galego de Análise e Documentación Internacional (IGADI); Silk Cities, organizada por Lion y una jornada convocada por el Instituto Seda España Asociación en colaboración con Turisme Comunitat Valenciana para participar en la plataforma piloto cliente/ producto, SILK RS3 Platform, ruta temática inteligente a nivel internacional con contenidos de la Ruta de la Seda.

Por otra parte, Visit València también colaboró con los eventos Marítima 01; *Volumens*; *Abierto València*, con la organización de un press trip con diferentes medios especializados en cultura; el festival de arquitectura OPH València y apoyó la candidatura ICOM.

Dentro de este apartado, se firmó un convenio de colaboración con la Asociación de València Capital Mundial del Diseño 2022, junto con la que se impulsó la campaña "Greetings from..." para felicitar la Navidad, con ilustraciones de 10 diseñadores valencianos: www.greetingsfromvalencia.com

VLC Gastronomía

Por lo que respecta a Gastronomía, la agenda en los primeros meses fue inagotable. Además del lanzamiento de *Fest/n* conjuntamente con el producto Cultura y Ocio, como ya se ha mencionado; y de la colaboración en *Clec Fashion Festival*, junto con el producto Shopping, en los primeros meses del año la Fundación promocionó el Esmorzaret con una acción con medios y público final en Madrid Fusión y lanzó la cuarta edición del *Valencia Culinary Festival*, un evento dedicado a la alta cocina en el que 18 de los mejores restaurantes de la ciudad citaron en la ciudad a algunos de los chefs más destacados del panorama nacional e internacional. Especialmente destacada fue la Noche de la Gastronomía Valenciana, una velada en el Veles e Vents que contó con los primeros espadas de la gastronomía valenciana.

Asimismo, se gestionaron acciones paralelas, como el viaje de prensa multimercado internacional con 10 medios para promocionar los aspectos gastronómicos del destino, coincidiendo con Clec y Valencia Culinary Festival. Entre los medios atendidos en esta acción destaca *Forbes UK*, *ActuFr* o *FeinschmeckerDU*. También se organizó un viaje de prensa nacional para promocionar L'horta de València, patrimonio mundial por la FAO, y su vinculación con la gastronomía local.

Durante el confinamiento y las etapas de desescalada, cabe destacar la creación de contenidos gastronómicos con recetas y propuestas de *delivery* o *take away* a los usuarios de la web de Visit València y las redes sociales, así como la gestión del blog gastronómico y contenidos durante la reapertura de terrazas y salas.

Para reactivar el consumo en los restaurantes de la ciudad, se lanzaron dos ediciones de *València Cuina Oberta*, del 16 al 26 de julio y del 19 al 29 de noviembre, con sendos premios para el Menú Modo València ON para las creaciones más sostenibles. Entre ambas ediciones se comercializaron más de 12.000 menús, con un impacto estimado de más de medio millón de euros.

En septiembre se organizó el World Paella Day, que se celebró en más de 40 países, desde Argentina a China o Australia, pasando por la práctica totalidad de países europeos; con un original video subtulado en 10 idiomas que logró ser tendencia en redes sociales. Además, se lanzó la primera World Paella Day CUP, que se retransmitió desde Mestalla y tuvo gran repercusión en medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales, con un impacto estimado de más de un millón de euros.

Visit València también apoyó la celebración de Mediterránea Gastrónoma, con una 'restaurant week' paralela en la que participaron más de 20 restaurantes asociados y se lanzaron acciones de comunicación, envíos de cava y naranjas a medios nacionales y notas de prensa informativas para que se unieran al *streaming* durante la Feria.

VLC Sports

Dentro del producto deportivo, en los primeros meses del año la Fundación atendió un fam trip con 6 operadores y prescriptores de basket; el Congreso de operadores deportivos Tours, con 38 empresas y otro fam trip con 8 operadores deportivos de Oslo.

Posteriormente participó en la Feria especializada ISPO 2020, que se celebró en versión online. Asimismo, participó en la promoción y coordinación turística para la candidatura a la Fase Final de la ACB de Baloncesto, de los Taronja Games y de la Optiorange; así como en la presentación de la candidatura a Sail GP 2021, 2022 y 2023. Igualmente, colaboró en la promoción y difusión del Maratón y Medio Maratón Trinidad Alfonso 2020 y en la València Boat Show celebrados en València, animando esta vez a seguir estos eventos online.

Visit València trabajó también en la modificación del DOGV en lo referente a ocupación en las embarcaciones náuticas, ahora del 100%, y delimitación a nuestras aguas territoriales de las mismas, ahora con libertad de movimiento.

Otra de las principales acciones en las que trabajó la Fundación en 2020 fue la candidatura para acoger los Gay Games en 2026, cuya presentación lideró, junto a otras instituciones. Así, realizó un gran número de reuniones y entrevistas, y generó nuevas creatividades, audiovisuales y gestiones para dar visibilidad a esta candidatura en redes sociales. Gracias al trabajo realizado, València pasó el corte y será una de las tres ciudades finalistas a acoger este evento.

Además, para promocionar el turismo deportivo y la oferta de la ciudad para turismo familiar, colaboró en la grabación de una nueva edición de Masterchef Junior, apoyando el rodaje de un episodio de este programa en la Alquería del Basket que se emitió en Navidad.

València Shopping

En los primeros meses, como ya se ha mencionado, la Fundación colaboró activamente en Clec Fashion Festival, con acciones de promoción y atendiendo un viaje de prensa que generó apariciones de València como referente dentro del mundo de la moda. Además, los periodistas pudieron conocer de primera mano algunos de los comercios más emblemáticos de la ciudad, a través de la *Ruta Shopping Made in València* realizada expresamente para ellos.

Posteriormente, al igual que en los productos de Cultura y Gastronomía, también en este fue importante la generación de contenido para web y redes sociales durante las diferentes fases del confinamiento. Se lanzaron posts animando al consumo online en el Día de la Madre, sobre aperitivos valencianos... Y posteriormente se adaptaron los contenidos web a la nueva situación, con información sobre aperturas en las diferentes fases.

Por otro lado, la Fundación asistió al webinar *Futuro del Comercio* y participó en uno de los paneles del *Summit Virtual Shopping & Quality Tourism* y se reunió virtualmente con las asociaciones que están en el programa para presentar el proyecto de la nueva Tarjeta València ON, animándoles a participar.

También se reactivó la *Ruta Shopping Made in València*, con la necesaria readaptación de horarios y recorridos. Esta visita guiada fue una de las que se ofreció como promoción especial dentro de las acciones del Día Mundial del Turismo. En el último trimestre del año se incluyó en un press trip para *Traveler* una visita a diversas tiendas relacionadas con el diseño.

Además, se continuó trabajando en la incorporación de nuevos miembros al programa y, fruto de las necesidades derivadas de la situación, se crearon dos nuevas categorías de asociados dentro del programa, para dar cabida a *comercios artesanos y profesionales que ofrecen servicios*, como asesoramiento y formación para *retail*, que puedan ser de utilidad para los miembros del mismo.

València Medical Destination

Este producto comenzó el año con la participación en *Fitur Health*, tanto en la parte expositiva como en el workshop; y posteriormente en el congreso *Medical Tourism* celebrado en Atenas en febrero. Asimismo, se produjo un tríptico bilingüe español/inglés con los miembros del programa València Medical Destination, que se distribuyó hoteles, oficinas turísticas y durante FITUR. También se actualizaron los contenidos e imágenes de los miembros del programa en el apartado web València Medical Destination y se tradujo al inglés y francés.

Durante los meses de confinamiento, se recibieron diversas peticiones de cotizaciones de tratamientos o intervenciones que fueron derivadas a los miembros del programa más apropiados. El programa también renovó su Comité y eligió nuevo presidente del mismo.

Además, en los últimos meses, la Fundación participó en el evento webinar *Health Tourism after Covid19*, al congreso virtual Turismo Médico y al webinar Vithas nueva normalidad.

València Film Office

València Film Office es un programa con un fuerte potencial de estímulo del destino, por el impacto de la actividad de los rodajes en la economía local y, especialmente, por la capacidad de mostrar y promocionar el destino. Por ello, la Fundación mantuvo una actividad constante en este producto, comenzando en los primeros meses del año con la participación presencial en *Fitur Screen* y posteriormente, de manera virtual, en *Conecta Fiction*, *Marché du Film Festival de Cannes* y *FICCI Frames India*.

Justo antes de la declaración del Estado de Alarma, la Fundación organizó una jornada de los Urban Tourism Trends para buscar conclusiones sobre '*Cómo aprovechar los rodajes en los destinos turísticos*', que contó con 100 asistentes y con la participación de la coordinadora de Madrid Film Office, Ángeles Vacas; la directora de Andalucía Film Commission, Piluca Querol; la directora general de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario de España (APCP), Adriana Piquet; la productora de FILMEU, miembro de APPA y presidenta de AVANT, Lorena Lluch; y el productor de Babiéka Films y miembro de PROFILM, Denis Pedregosa.

Además, durante las semanas de transcurso del estado de alarma, la Film Office se centró fundamentalmente en prestar un servicio de apoyo al sector audiovisual, monitorizando cualquier actualización en su ámbito de competencia y resolviendo dudas. Como miembro de Spain Film Commission, participó en la elaboración del manual "*Producciones Audiovisuales en tiempos del COVID-19. Rodajes Seguros. Medidas y recomendaciones*", para la reanudación de la actividad audiovisual.

También atendió dos visitas de familiarización o scoutings, con Ana Murugarren en febrero y Nuria Santiago y Alfredo Arribas en junio. Posteriormente, destacan las gestiones realizadas para el rodaje del largometraje Federica Montseny, y las de apoyo al rodaje de El Lodo, con organización de un press trip para traer a prensa nacional a que diera difusión a este rodaje, mostrando el destino como escenario de cine. Visit València también colaboró con La Mostra de València, La Cabina, VLC Pitch Forum y Notodofilmfest.

Del mismo modo, se finalizó la elaboración de un Decálogo de Rodajes Sostenibles, se actualizó el vídeo promocional del producto, el de la ruta de cine y se ampliaron y renovaron los contenidos de la web de València Film Office.

En total, en 2020, la València Film Office atendió 305 consultas, de las cuales, 154 (50%) se materializaron en rodajes.

Naturaleza

Dentro del producto de Naturaleza, se convocaron dos reuniones del grupo de trabajo para valorar la estrategia a seguir y para elaborar un mapa turístico del Parque Natural de l'Albufera. El producto se constituirá en 2021.

Unique València

En esta nueva marca se creó a finales de 2019 para englobar experiencias que pueden realizarse en València de forma única. Durante 2020 se mantuvo una actividad constante en los soportes creados para promocionar esta marca, creando contenidos para el blog de la web *uniquevalencia.com* y trabajando sus perfiles en redes sociales, especialmente Instagram y Facebook.

Se continuó actualizando la web, habilitando una zona privada para los asociados. Se realizaron reportajes audiovisuales para el contenido de los soportes de este programa. Además, se realizaron sendas campañas, una en autobuses en Nantes y otra local en mupis de València.

Idiomático y aprendizaje

Respecto al producto de estudios, se realizó una promoción online de la mano de FEDELE en la Semana Digital del Español. Asimismo, se convocó al grupo de trabajo del producto, que se constituirá en 2021, para empezar a definir su estrategia.

Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista

El front desk: oficinas más inteligentes y accesibles

Durante este ejercicio, fue especialmente importante la implementación de herramientas digitales avanzadas para la gestión del marketing y la atención al visitante, debido a las nuevas necesidades surgidas con la pandemia. Estratégicamente y de cara a una futura gestión del turista de un modo único, que les atiende y aporte recomendaciones y atención omnicanal, personalizada y adecuada al momento del cliente, se continuó programando la unión de los sistemas de venta, proyecto bautizado como SISVENTUR, (Sistema Unificado de Ventas Turísticas) y se finalizó el proyecto de digitalización de la València Tourist Card, con un sistema central de gestión de tarjetas y de recogida de datos con 42 puntos de utilización ya conectados y 4 quioscos inteligentes que permiten medir usos y movimientos de turistas.

SISVENTUR, proyecto de unión de sistemas cambiará radicalmente la atención al turista, desde los propios equipos informáticos y procesos de información y venta, que ahora son de última tecnología, hasta la integración de los procesos de marketing en la atención y venta, usando herramientas para conocer mejor a nuestro cliente, como un CRM integrado con herramientas de automatización de marketing, de atención presencial en nuestras oficinas o de sistemas de comunicación online como chatbots o atención en destino vía Whatsapp.

En paralelo al desarrollo de SIVENTUR, se implementaron herramientas digitales que permitieron avanzar aportando valor al turista:

- Se programó un chatbot para atención de clientes en *VLC Shop*.
- Se lanzó Bizum como método de pago en la tienda online.
- Se mejoró la operativa de venta de la València Tourist Card eliminando la gestión de los números de serie de la venta en oficinas y mejorando así los tiempos de atención al turista en oficinas.
- Se lanzó una nueva versión de la APP que mejoraba estabilidad y funcionalidad.

Además, fue necesario desarrollar nuevas vías para atender la demanda de información y la prestación de servicios al cliente durante las fases de la pandemia, desescalada y 'nueva normalidad':

- Se creó un sistema de atención vía chat para las oficinas de información turística.
- Se lanzaron nuevos espacios web en Visitvalencia.com para ofrecer:
 - Información COVID puntualmente actualizada para turistas y usuarios web.
 - Campaña de contenidos en la web y redes sociales 'València Contigo', para acompañar y entretener a los usuarios y potenciales viajeros durante el confinamiento. Con el lanzamiento de un vídeo, contenidos gastronómicos, culturales, visitas virtuales, propuestas prácticas de envío a domicilio o rutas para los paseos por la ciudad, etcétera.

Atención y ventas

El impacto de la pandemia en el turismo tuvo reflejo, como no podía ser de otra manera, en los flujos de visitantes a las oficinas turísticas y Visitvalencia.com, así como en toda la actividad mercantil de la Fundación. Las oficinas permanecieron cerradas al público desde mediados de marzo hasta junio y fueron abriendo escalonadamente tras adaptar sus instalaciones a la nueva normativa, para cumplir con todos los protocolos de distanciamiento e higiene y poder ofrecer todas las garantías y seguridad tanto al visitante como a sus trabajadores. Como se mencionará en el apartado de Calidad, la red de oficinas obtuvo el sello *Safe Tourism Certified*, y pudo atender en los meses en los que estuvieron abiertas a 59.700 visitantes (un 18% de procedencia local, un 26% nacional y un 55% internacional). Por su parte, la página web de la Fundación registró 2.509.613 visitas de 1.782.264 usuarios únicos.

En 2020 la Fundación generó un volumen total de ventas de 1.003.384,75 euros, procedente tanto de las oficinas turísticas, intermediarios, las máquinas autónomas, publicidad en soportes propios y el tax free (374.290,46 euros), como de las ventas de la tienda online, que ascendieron a 629.094,29 euros.

Cabe destacar el trabajo realizado por la Fundación para adaptar a la nueva situación tanto los contenidos de la web, para ofrecer un portal vinculado a la actualidad y mantener el tráfico, como la oferta de la tienda online. En este apartado fue necesario devolver todos los pedidos de clientes que anularon su viaje, ajustar los de aquellos que modificaron fechas, dar de baja los servicios que dejaron de funcionar, ajustar los que se adaptaron a la situación con cambios y dar de alta productos que surgieron para cubrir nuevos nichos de mercado.

Dentro de las esas ventas de Visit València de la València Tourist Card, a lo largo del ejercicio se vendieron 16.346 unidades a través de sus 80 puntos de venta y contó con 138 entidades adheridas. La Fundación ingresó 308.023 euros con este producto.

Fomento del consumo local

Debido a la particularidad del ejercicio, la Fundación reforzó una línea de trabajo orientada a fomentar el consumo turístico entre residentes y el entorno de proximidad. Buscaba así invitarles a redescubrir València haciendo turismo en su propia ciudad. Para ello, dio visibilidad a la oferta a través de campañas como 'Modo València ON', en mupis urbanos, creando contenidos en medios de comunicación, soportes propios y redes sociales y organizando las dos ediciones de Cuina Oberta ya mencionadas, entre otras acciones.

Asimismo, lanzó una tarjeta de descuentos para residentes similar a la València Tourist Card, con entrada gratuita o descuentos en establecimientos culturales, museos, monumentos, espacios de ocio, tiendas y restaurantes de València y provincia, la Tarjeta València ON. Impulsada por Visit València y València Turisme, es una tarjeta virtual y gratuita y pueden acceder a ella todos los residentes mayores de edad empadronados en la provincia. Al cierre de 2020 la Tarjeta València ON contaba ya con 19.000 usuarios y más de 200 puntos de utilización entre la ciudad y la provincia.

La Fundación realizó todo el trabajo de activación de los puntos de utilización, activación del *back office* y programación web con toda la información necesaria para el usuario. La tarjeta se gestiona a través de una APP con códigos QR.

Coincidiendo con la puesta en marcha de esta nueva tarjeta, se realizó una campaña de comunicación en medios locales y regionales para animar a los residentes a hacer turismo en la ciudad. Acciones promocionales de la Tarjeta València ON:

- En canales propios: página web, publicaciones en redes sociales y 3 newsletters a suscriptores del Blog Cuina Oberta (24.000 suscriptores).
- Blog propio de la Tarjeta: lanzamiento newsletters a los suscriptores.
- Campaña de publicidad digital. Automática y gestionada por un algoritmo de optimización de campaña.
- Campaña de pago en prensa local digital y Canal Bussi.
- Campaña en redes sociales con influencers locales.
- Campaña en el certamen Cuina Oberta, invitación a una copa de cava en cada menú con la tarjeta.
- Publicidad Exterior con acciones en autobuses urbanos y presencia en las campañas de mupis de Cuina Oberta y Navidad. Corpóreos de la tarjeta: se diseñaron 8 corpóreos de tarjetas para distribuir por la provincia y los establecimientos asociados de la ciudad.

1.2.- ESTRATEGIA II: Marca Valencia, promoción segmentada y tecnológica

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

Campaña Modo València ON

Para mantener la intensidad de la actividad promocional de la Fundación, en 2020 hubo que realizar un importante tránsito hacia las acciones online. El esfuerzo y las actividades desarrolladas contribuyeron al posicionamiento de València. Así, fue elegida como la ciudad más saludable del mundo para vivir, según un estudio de Money.co.uk; la mejor ciudad para vivir, según el portal Expats de InterNations; y una marca cada vez más consolidada. València entró por primera vez en el City Brand Barometer, que analiza las 109 ciudades con sectores turísticos más fuertes y de mayor crecimiento, quedando en la posición número 20.

Este ejercicio la Fundación trabajó en dos líneas en cuanto a la gestión de la marca. Se terminó de perfilar la licitación de la estrategia digital, que incluye la *Big Idea*; y se avanzó en formación y preparación de las campañas de marketing basadas en los *buyer persona* y sus *customer journey*, para poder lanzar las próximas campañas con objetivos medibles y resultados contrastables.

Por otro lado, y para ajustarse a la realidad del año 2020 y los efectos de la pandemia, la Fundación tuvo que adaptar la imagen y la comunicación de marca a la situación. De las propuestas más enfocadas a la captación y posicionamiento de destino en mercados internacionales con atributos de marca enfocados al valor del destino y de las actividades turísticas a realizar, se pasó a una comunicación mucho más emocional, trasladando el peso de la acción a valores más humanos y cercanos, y mostrando una marca cercana, hospitalaria y atenta, preocupada por temas como la salud, la sostenibilidad, la accesibilidad o el comportamiento responsable. Para ello, se desarrolló la nueva campaña de imagen *Modo València ON*. Se crearon nuevos canales de atención al cliente, como los chats de atención al visitante, y se realizó toda una nueva estrategia de contenidos y campañas de comunicación a los distintos públicos. Así, la marca Visit València aportó valor en las distintas fases del confinamiento y la desescalada. Todo esto se realizó en consonancia con el nuevo relato cultural que definirá la futura identidad de marca, el de una ciudad mediterránea, abierta, creativa y vanguardista.

Tras el confinamiento, coincidiendo con el paso a la fase 1 de la ciudad de València, la Fundación presentó una campaña de comunicación líquida, muy flexible, que permitía adaptarse a las distintas fases de la desescalada y posterior vuelta a la normalidad. En ella se destacaban, además de los rasgos identitarios de la ciudad, la seguridad y la confianza en el destino para poder disfrutar en ella con todas las garantías.

Bajo el slogan 'Modo València ON' y a través de diferentes creatividades, se buscó activar el turismo en la ciudad y colaborar con el sector empresarial local en la generación de negocio, siempre con un mensaje de seguridad, y posicionar València como destino atractivo, accesible y seguro, donde sentirse bien y disfrutar de su estilo de vida mediterráneo y abierto.

La campaña incluía un vídeo y piezas centradas en activar el modo responsable, el modo gastronomía, el modo cultura, el modo redescubrir la ciudad, el modo deporte, el modo sentirse bien, etc.

La Fundación adaptó con esta imagen en diferentes idiomas la web visitvalencia.com y creó nuevos contenidos y planes a medida para las fases que se fueron sucediendo a lo largo del año. En ella se podían encontrar desde rutas de running alternativas, alejadas de los circuitos habituales; restaurantes que ofrecen servicio a domicilio o para llevar; curiosidades de València para contar a los niños en los paseos diarios; nuevos espacios peatonales; o rutas a pie por diferentes barrios.

Igualmente, desde la web y los perfiles de redes sociales de la Fundación fue informando de las aperturas y medidas de seguridad de museos, lugares de ocio, terrazas de restaurantes o comercios, siempre con los hashtags #PonteEnModoValència #ModoValènciaON; así como de las novedades y cambios en restricciones que se han ido sucediendo en las últimas semanas debido a la segunda ola de la pandemia.

Presencia en redes sociales

En 2020 fue especialmente importante la actividad de la Fundación en redes sociales, que sumó a su labor de información e inspiración para el turista, la de entretenimiento y acompañamiento en muchos momentos del año, tanto para los futuros visitantes como para los residentes en València.

La intensa labor de comunicación a través de los perfiles de Visit València en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn hizo que se alcanzaran los 327.605 seguidores, lo que significa más de 20.500 nuevos respecto al ejercicio anterior. En total, se generaron más de 3.500 publicaciones de contenido que obtuvieron un alcance que rozó los 40 millones. Así, a pesar de las complicadas circunstancias, se consiguió mantener la visibilidad del destino.

Pero, además, el giro las comunicaciones hacia un enfoque más cercano y local, y las distintas campañas y acciones realizadas en redes sociales, dirigidas a potenciar el valor de lo propio, incrementó notablemente el sentimiento de pertenencia, las buenas valoraciones de València y sus iconos en las redes sociales; mejorando las cifras, la interacción y el *engagement* de las publicaciones.

Publicaciones

Dentro de este capítulo, la Fundación actualizó y editó diferentes publicaciones en versión impresa y/o digital, como la Guía turística en español, inglés, francés, italiano, alemán y valenciano; el Folleto Genérico de València en español, inglés, alemán, italiano, francés, ruso y chino; la Agenda de eventos del primer trimestre de 2020; un Díptico para el producto Medical Destination; Flyers para la comercialización de Bicis y para la Ruta de Shopping Made in VLC; una Guía Gastronómica de València; la Guía de Museos y Monumentos; y una Guía digital de rodajes sostenibles.

Además, en 2020 se editaron el Balance Turístico, la Memoria de Actividades y el Folleto Estadístico de 2019, todos ellos en formato digital, y disponibles para su consulta en la pestaña "Fundación" de la web de Visit València.

Plan 4: Refuerzo de la promoción y comercialización

Acciones multimercado y de comunicación

Tras un comienzo de año muy activo en la promoción de mercados, con FITUR como pistoletazo de salida, tras la irrupción del Covid-19 y la imposibilidad de acudir presencialmente a citas profesionales, la Fundación mantuvo un contacto permanentemente activo con los operadores y medios de comunicación de los principales mercados emisores.

Para complementar esta labor, se sacaron las licitaciones para la contratación de agencias de comunicación especializadas con presencia en España, Italia, Reino Unido, Alemania, Francia y Países Bajos. Con las que se trabajó estrechamente las relaciones públicas con el trade y los medios de comunicación y se lanzaron acciones para mantener la visibilidad de la marca València.

En el marco de las acciones digitales, se reforzó la comunicación a través del lanzamiento de la primera campaña de automatización de marketing vía Hubspot a territorio nacional para estimular la demanda, y se adaptó para lanzarse en otros mercados prioritarios, como son Italia, Reino Unido, Alemania o Países Bajos. Los contenidos de esta campaña tuvieron que revisarse y adaptarse a la situación del destino tras la irrupción de la pandemia. Además, se lanzaron dos campañas de retargeting, una para reforzar esta campaña de Hubspot y otras de apoyo al evento València Cuina Oberta.

España

Otras acciones señaladas previas a la crisis, además de la ya mencionada participación en FITUR, con especial presencia de la oferta cultural y gastronómica de la ciudad en nuestro stand; fue la promoción de València y las Fallas en Sevilla, acompañando a la fallera mayor de València y su corte de honor en una visita a esta ciudad, con un recorrido por sus zonas más emblemáticas; o la campaña lanzada con motivo de Fest/n en Hosteltur. También destaca la organización de los press trips en febrero de *Time Out* y el periodista de viajes de El País y miembro de la plataforma Travel Inspirers, Paco Nadal.

Asimismo, durante la primera etapa de la desescalada, la Fundación participó en la organización del programa y el rodaje del programa Viajeros Cuatro, un especial sobre la ciudad y provincia de València que se emitió en julio para animar a visitar el destino en verano. También se lanzaron diversas notas de prensa y contenidos a medios y se realizaron gestiones con otras publicaciones, como *La Razón*, *Mía*, *Woman* o la versión online de *National Geographic*. Además, Visit València participó en julio en la I Feria Virtual de Viajes El Corte Inglés.

Desde agosto la Fundación trabajó con la agencia de comunicación Interface, con la que realizó un webinar con el sector para presentar la situación y novedades del destino, en el que se conectaron más de 120 agentes del trade. Además, se lanzó una campaña en taxis con Viajes Eroski, otra con mupis en Oviedo y online con Logitravel, Atrápalo, B The Travel Brand y E Dreams. Asimismo, se organizaron y atendieron viajes de prensa con periodistas de El Viajero (El País), Sobremesa, La Vanguardia y la revista Traveler de Condé Nast, así como otro cultural con ABC, Neo 2 y AD para cubrir el certamen Abierto València. También se gestionaron campañas e inserciones en Agenttravel, La Gaceta del Turismo, la revista Viajar y el grupo Descubrir.

Italia

En el principal emisor internacional, antes de la crisis sanitaria se organizaron distintos viajes de prensa. Visitaron València portales, bloggers y revistas como *DiscoveryAlps.it*, *Barbaraetwins.com*, *Cittameridiane.it*, *Wanderlustitalia.it*, *Recyourtrip.com*, *Consigliarviaggio.it* y los responsables de la revista *Mototurismo*. También se organizó un fam trip para el director del sur de Italia del TTOO Albatravel. Además, la Fundación asistió al Roma Travel Show, la primera edición de una feria internacional de turismo en Roma.

Durante los meses del confinamiento, además de diversas reuniones online con el sector turístico italiano, Visit Valencia participó en un webinar de la serie Webinspain 2020, dedicado a la Ecosostenibilidad y Enogastronomía, con la presentación: "La ciudad de Valencia y la sostenibilidad. El Parque Natural de la Albufera". Asistieron 220 agentes de viajes y TTOO italianos en directo. La Fundación organizó también la UTT sobre el mercado italiano, anteriormente mencionada, y mantuvo contacto diario con centenares de medios de comunicación, transmitiéndoles todas las novedades que iban surgiendo, lo que se tradujo en alrededor de 200 artículos sobre València.

Tras el verano, se organizó un evento en Milán con motivo del World Paella Day, con muy buena repercusión en prensa escrita, online, radios, televisiones y redes sociales. Y, a través de la agencia de comunicación, se lanzaron campañas de co-marketing on line con Ryanair, Lastminute, Milano Today y Roma Today.

Asimismo, Visit València participó en diciembre en el Virtual Reality Workshop Spagna-20 para dar a conocer la oferta turística de València al sector turístico emisor italiano y a los clientes finales en este innovador evento de Turespaña de realidad virtual, exclusivo para Italia.

Países Bajos, Bélgica, Austria y Suiza

2020 comenzó con acciones dirigidas a un público de alto nivel adquisitivo en este mercado, ya maduro para València. Así se organizaron y atendieron los viajes de prensa de *Pure Luxe* y *Telegraaf*. En los meses posteriores se mantuvo el contacto con operadores y medios para detectar oportunidades de promoción, que ayudaron a que las búsquedas web de València en este mercado fueran las que remontaron más rápido. De la mano de la agencia de comunicación, se gestionaron publlirreportajes en los medios de comunicación Libelle, Amazyne, Elle, Flavorflav y Franska. Asimismo, se realizó un famtrip digital con el turoperador holandés Sunair y con la agencia una campaña MICE con Travmedia y micetravel.nl.

Además, en este mercado y en Bélgica, Austria y Suiza se promocionó el World Paella Day con eventos y a través de las redes sociales. La Fundación también participó en Bélgica en una presentación de la Comunitat Valenciana, informando de procedimientos a seguir para viajar seguro a la ciudad y tener una estancia segura.

También se trabajó en una acción con el medio belga francés Le Journal de L'Évasion y se lanzaron campañas promocionales con Ryanair y la revista Elle.

Reino Unido

Por lo que respecta a Reino Unido, en los primeros meses del año, destaca la visita de la publicación *Forbes* y la de *The Telegraph*. En los meses posteriores, la Fundación participó en el workshop *Meet Travel Media* y mantuvo una escucha activa con envíos programados de noticias sobre la activación del destino a los contactos del mercado, con el objetivo de proteger la notoriedad de la marca y activar la demanda.

Asimismo, se realizaron diferentes gestiones con los medios *The Sunday Times*, *The Independent* y *Travel Bulletin*, para la publicación de extensos reportajes sobre València. Fruto de esa labor, la ciudad fue destino destacado en el top 10 de la wishlist de *The Independent*.

En los últimos meses del año, se trabajó con ABTA para la incorporación de València como caso de éxito en política turística sostenible dentro de su informe *Tourism for Good*. También se hizo una presentación de la ciudad en el seminario online de la incorporación de agentes Inteletravel ante más de 350 asistentes. En el marco del World Paella Day, Visit València participó en un panel dirigido a público final organizado por National Geographic.

Asimismo, gestionó la participación en World Travel Market, que en esta ocasión tuvo formato virtual y en la que se reforzaron las alianzas con la industria turística de cara a la reactivación de la demanda. Con la contratación de la agencia de comunicación en este mercado, se lanzaron campañas para estimular reservas de viaje de cara a 2021 con Hotelbeds y Bedsonline, el diario Metro y Ryanair.

Alemania

En este mercado se organizó en febrero un press trip de la revista *Merian* y otros para *Der Tagesspiegel*, *Stuttgarter Zeitung* y el periodista especializado en gastronomía Stevan Paul, centrados en gastronomía y cultura. Posteriormente, con el confinamiento se mantuvo el contacto con operadores y medios.

Tras el verano, se realizó un webinar en colaboración con Turespaña y la principal revista del sector con el lema "Viaje a València en la nueva normalidad" que contó con la participación de 50 agencias y touroperadores. Ya de la mano de la agencia de comunicación, se desarrollaron diversas acciones en los últimos meses en este mercado, como la campaña de publicidad en estaciones de metro en Düsseldorf en colaboración con Germanwing, la de radio en la emisora Radio Frankfurt en colaboración con Lufthansa; la campaña en la revista de lujo *Connoisseur Circle*; o la campaña digital en la revista especializada en turismo de negocios *Blachreport.de*.

Asimismo, se ofreció una entrevista en *FWW*, principal revista sectorial alemana, y Visit València participó también en el congreso anual virtual de los agentes de viajes de la organización TSS y organizó el press trip del blog *Welttournée*.

Francia

Durante el mes de febrero se lanzó una campaña en autobuses de Nantes, orientada a captar turistas que viajen por carretera o en las conexiones de Ryanair y Volotea. Asimismo, se atendieron press trips de la blogger *WonderBrunette.com*, especializada en street art y la prestigiosa periodista de Toulouse, Dorisse Pradal, de *Actu.fr*.

Tras el confinamiento regresaron los press trips, los periódicos *Midi Libre* o *La Croix*, o el canal de *TV RMC Découverte*, viajaron a principios de julio para preparar la escaleta del rodaje del documental que realizó en septiembre sobre el Santo Cáliz. La Fundación atendió y trabajó con el autor de la actualización de la guía turística *Week&GO Valence*, para la edición de 2021.

Además, se trabajó para mantener el contacto con trade y medios, y se lograron distintas publicaciones sobre València en *Media CE*, *Flydandgo.com*, *Le Petit Journal* o *l'Echo Touristique*, entre otros.

La Fundación colaboró con el equipo francés de Euronews que rodó en el Mercado Central un reportaje emitido en francés, castellano, inglés, italiano, portugués, alemán y ruso. Y posteriormente se pusieron en marcha diversas campañas a través de la agencia de comunicación con el periódico *Le Parisien*, *Radio Latina* en colaboración con *Vueling* y diferentes turoperadores, como *Copines de Voyages*.

Por último, *Visit València* participó en *IMM Virtual France* en noviembre, un workshop de dos días con periodistas franceses, pero también de Bélgica, Holanda, Luxemburgo y Mónaco, con la finalidad de mantener presencia de la marca València en los medios de estos mercados estratégicos.

Mercados Intercontinentales

En Rusia se lanzó una acción con *National Geographic + Impuls TV*, consistente en la grabación de un video documental sobre la ciudad que posteriormente se promocionó a través de canales de comunicación de *National Geographic Rusia*, con la publicación del documental y artículo en el portal de esta revista, que quedó como contenido permanente; y difusión en redes sociales de la revista, que cuenta con un elevando alcance.

En mercados lejanos también se llevaron a cabo diferentes acciones, como el viaje de prensa del mercado norteamericano para *Matador Network*, que cuenta con nueve millones de lectores.

Asimismo, *Visit València* participó en una sesión de capacitación sobre el destino València, en colaboración con el turoperador argentino *Piamonte*, para 170 agentes de viaje y atendió el viaje de prensa del periodista e influencer argentino *Manu Guija*.

También participó en la Feria virtual organizada por *Turespaña (Virtual Spanish Travel Experience 2020)* para los mercados de India, Sri Lanka, Nepal y Bangladesh, atendiendo a más de 100 profesionales durante 3 días y en el *Virtual Travel Roadshow (Jornadas de Turespaña en el Golfo Pérsico)*. 2 días, 95 contactos.

En China se lanzó la promoción especial “Mi cita con verano” en la red social *Weibo*.

Además, en todos los mercados emisores se mantuvo el marketing relacional con el trade y prescriptores y el envío de contenidos interesantes para los medios de comunicación sobre la ciudad de València como destino.

Plan 5: Mejora Conectividad

Fly València

En los primeros meses del año la Fundación participó en la organización del workshop *Fly València Meeting*, la quinta edición de este evento anual que reúne al entorno turístico, compañías aéreas y agencias de viajes. La jornada fue un espacio de encuentro para las empresas del sector, que buscaba consolidar la conectividad aérea y atraer nuevas rutas, fomentando la generación de más tráfico de pasajeros en el Aeropuerto de València.

Tras la irrupción del COVID-19, que generó la paralización casi total del tráfico aéreo, por parte de la Fundación se intensificó el marketing relacional con aerolíneas y aeropuertos y la participación en foros de conectividad aérea. Era especialmente necesario acompañar a las aerolíneas en su toma de decisiones para el reinicio de operaciones e influirles para que mantuvieran su confianza en València.

Con este fin, desde Visit València se realizó un estudio sobre el futuro de la aviación en Europa, con encuestas a más de 100 profesionales, cuyos resultados se compartieron con diversos responsables de aerolíneas.

Posteriormente, acompañando a la paulatina recuperación de conexiones con el Aeropuerto de València, se lanzó una campaña de publicidad en redes sociales para ayudar a la recuperación de las compañías. En los diferentes mercados que se iban sumando a la lista con conexiones a València, se esponsorizaron posts para estimular la demanda de vuelos tras la apertura de las rutas.

En los últimos meses del año, se desarrolló una campaña con Ryanair para estimular reserva de billetes para 2021 desde las principales conexiones aéreas en los principales mercados emisores a València: Londres, Manchester, Bruselas, Roma y Milán (Bérgamo), así como varias acciones promocionales en Frankfurt y Düsseldorf, para reforzar la conectividad del Grupo Lufthansa.

VLC Cruises

Por lo que respecta a cruceros, la Fundación participó en el workshop digital *València Port: Preparando el Puerto y el destino de forma coordinada para la llegada de cruceros*, en el *Port & Destination Summit CLIA*, también online, así como otros webinars de CLIA para Executive Partners. Mantuvo, además, un contacto directo con las principales navieras para monitorizar la reactivación de su actividad.

1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino inteligente y sostenible

Plan 6: Un destino más inteligente

Por lo que respecta a los objetivos de impulsar un sistema de inteligencia que aporte información de valor para la toma de decisiones a empresas e instituciones, en 2020 se continuó avanzando en los grandes proyectos puestos en marcha dentro del marco del Plan Estratégico del Turismo.

Sistema de Inteligencia Turística

La Fundación prosiguió la construcción de la segunda fase del SIT. El objetivo es ofrecer una mayor explotación de fuentes de *big data*, entre otros aspectos, para un análisis más profundo de la oferta de alojamiento total con el que cuenta la ciudad. Igualmente se ampliará la información disponible sobre el perfil del turista y el patrón del consumo del mismo, un asunto prioritario para las empresas turísticas de la ciudad. Asimismo, se está construyendo una interfaz más adaptada a la consulta de información desde el móvil y nuevas funcionalidades, que permitirán el uso más rápido de los datos en distintos soportes.

CRM / Gestión de las Relaciones con clientes

Para mejorar la comunicación con los canales profesionales en los distintos mercados y, simultáneamente, con el sector turístico valenciano la Fundación trabajó en el diseño e implantación de un CRM dedicado a la gestión de la relación con los agentes clave para la ciudad. Esta herramienta permitirá mejoras sustanciales en la gestión de actividades promocionales como puedan ser ferias, fam trips, press trips, presentaciones de producto o visitas de inspección, así como en la comunicación con los participantes de las mismas y en el seguimiento de los resultados que se generen. Resultará particularmente interesante explotar las posibilidades del CRM, especialmente, con aquellos agentes especializados en segmentos clave de la demanda en cada uno de los mercados emisores. En definitiva, este software es clave en materia de especialización y segmentación.

La unión de este desarrollo con la página web (www.visitvalencia.com) permitirá crear, en los próximos años, una zona privada donde las empresas asociadas a la Fundación puedan actualizar su propia información y hacer seguimiento de su participación en actividades de esta entidad.

Infraestructura informática

El hardware con el que cuenta Visit València requirió una actualización importante a lo largo del ejercicio. Los avances realizados (desde mejora de *firewalls*, renovación del cableado, adquisición de nuevos ordenadores hasta la importante apuesta por utilizar servicios en la nube) permitieron que, en el momento en que fue necesario generalizar el teletrabajo, la infraestructura soportase correctamente un flujo de trabajo muy intenso y diferente al habitual.

Control de gestión

La construcción del CRM ha implicado el diseño de nuevos cuadros internos de indicadores para efectuar un seguimiento más preciso de la acción comercial de la Fundación y de los resultados de los mismos. Dichos cuadros se pondrán en funcionamiento en 2021. Una ventaja del nuevo sistema implantado es que ha sido construido con capacidad para recopilar automáticamente los indicadores clave. De esta manera se mejorará la eficiencia y permitirá ofrecer una información más precisa a los comités ejecutivos de los productos.

Mejora continua del sistema de gestión y calidad

La adecuada ejecución de todos los procesos internos es fundamental, por lo que en 2020 se mantuvieron las certificaciones que la Fundación ostenta en materias como: calidad, gestión ambiental y accesibilidad, sometiéndose a la auditoría integral anual, que se realizó en esta ocasión online, por una entidad externa acreditada.

Además, tras un proceso de adaptación a las nuevas normas de prevención e higiene que velan por la seguridad de trabajadores y visitantes, la red de oficinas de información turística de Visit València obtuvo el sello *Safe Tourism Certified*, al efectuar el proceso de certificación correspondiente. El sello confirma el esfuerzo de la Fundación de ofrecer un servicio lo más seguro posible y apoyar al sector dinamizando las ventas y la atención tanto a turistas como a residentes.

Pertenencia a organizaciones y asociaciones

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 7: Sostenibilidad y accesibilidad

Estrategia de Turismo Sostenible

El turismo es un sector estratégico para la ciudad, cuyos impactos económicos, sociales y ambientales cada vez son más relevantes para el conjunto. Por tanto, en el marco del compromiso de València con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la actividad turística debe asumir su responsabilidad para contribuir a sus metas. Para lograrlo, la Fundación diseñó una hoja de ruta que conforma una estrategia de todos los actores implicados. En 2020 se presentó el proyecto de la estrategia, iniciando la fase de diagnóstico.

La estrategia pretende alcanzar las metas marcadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU en las áreas social y económica, en el área de patrimonio, recursos, medio ambiente y clima y en el área de gobernanza por la sostenibilidad. De esta manera, la actividad turística desarrollada en la ciudad de València, se adapta a las necesidades medioambientales marcadas por la ONU, el European Green Deal y por la nueva Ley de Transición Ecológica de España, que tendrán importantes implicaciones para el sector turístico.

Para conseguir estos objetivos, la Fundación trabajó en 2020 conjuntamente con Global Omnium en el análisis del estado del turismo en València, así como en la valoración de los escenarios futuros; la identificación de las áreas de mejora y el diseño de propuestas de acción para el sector turístico público y privado de València. También se sentaron las bases para diseñar medidas para la reducción y compensación de la huella de carbono, de forma que la ciudad se convierta en un destino neutro en emisiones de carbono.

Para medir el desempeño en cada uno de los ODS, se trazó un gran cuadro de indicadores de los sistemas nacionales e internacionales: desde criterios de la OMT, el Sistema Europeo de Indicadores de Sostenibilidad Turística (ETIS), la norma UNE 178502 de Destinos turísticos inteligentes, los indicadores de sostenibilidad Invattur de DTIs y los criterios de destinos turísticos del Global Sustainable Tourism Council GSTC.

Verificación de la huella de carbono

La ciudad apuesta por alcanzar una actividad turística neutra en carbono en 2025, reduciendo y compensando al máximo la huella que genera el turismo. Para ello, en 2020 se diseñó el Proyecto de Sostenibilidad Turística con un acuerdo entre Visit València y la Fundación Aguas de Valencia y Global Omnium para su desarrollo. Así, se realizó un análisis de los sistemas de indicadores actuales, el cálculo, verificación y certificación de la huella de carbono y la propuesta de observatorio de sostenibilidad turística en el seno de la Fundación.

Además, se trabajó en la elaboración de una completa hoja de ruta y en el diseño del cuadro de mando específico de València, La estrategia se apoya en el potencial de la ciudad para la autogeneración energética con renovables; la posibilidad de disponer de una movilidad totalmente eléctrica por su orografía, prácticamente plana; o la capacidad de sus espacios naturales en absorber emisiones de CO₂, como la huerta, el Jardín del Turia o el Parque Natural de L'Albufera.

Se contempla, además, la reducción del consumo directo de combustibles derivados del petróleo, la mejora de la eficiencia energética y la disminución del consumo de energía procedente de fuentes no renovables. También pretende incentivar el consumo y correcta gestión de productos, bienes y servicios, cuya fabricación y logística conlleven la menor emisión de gases de efecto invernadero en su transporte. Igualmente velará por potenciar la economía local y circular, desarrollando y gestionando un etiquetado de proximidad de forma que el turista conozca el impacto del producto sostenible, seguro y saludable que está adquiriendo.

Como resultado de esta estrategia, València se convirtió en la primera ciudad del mundo en verificar y certificar la huella de carbono de su actividad turística, gracias al estudio realizado con Global Omnium. Así, se midieron las fuentes emisoras de gases de efecto invernadero y su efecto en el medio ambiente en diez ámbitos distintos relacionados con el turismo, como el transporte hasta y en la ciudad, el alojamiento, el disfrute de restaurantes, locales de ocio o compras; el tratamiento de residuos, la gestión del agua o las infraestructuras necesarias para soportar la oferta turística. El informe fue certificado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), convirtiendo a València en un referente mundial en materia de sostenibilidad.

Toda la actividad turística de 2019 medida en dicho informe alcanza los 1,286 millones de toneladas de CO₂, de las que un 81% corresponden a los desplazamientos de los turistas hasta València, pero solo un 0,92% corresponde al uso del transporte en la ciudad. Del estudio se extraen otros datos interesantes, como que la cantidad de gases de efecto invernadero emitidos por la actividad turística equivale sólo a la tercera parte de la huella de carbono generada por el consumo de alimentos de todos los habitantes de la ciudad. O que tan solo el 0,01% de la huella del turismo proviene del consumo de agua, en la ciudad con la mayor eficiencia hídrica de Europa y el 0,41% de la recogida de residuos sólidos y su tratamiento.

En resumen, a lo largo del año, desde el área de Turismo Sostenible de la Fundación se trabajó en:

- La candidatura de València para el programa de planes de sostenibilidad de destinos, promovido por la Secretaría de Estado de Turismo.
- La recopilación de indicadores para el diagnóstico de la ciudad.
- La difusión en medios nacionales e internacionales de la iniciativa ya mencionada de verificación de la huella de carbono del turismo en la ciudad. El Pacto Mundial de Desarrollo Sostenible seleccionó este proyecto como una de las buenas prácticas recogidas en su dossier especial sobre ODS y compromisos públicos y la Asociación Británica de Agencias de Viaje (ABTA) incluyó el caso de València como ejemplo de destinos sostenibles que luchan contra el cambio climático. También fue nominada como “Best Sustainable Tourism Project” por parte del jurado de Tourism Innovation Summit, celebrado en noviembre en Sevilla.
- Colaboración con diversas entidades autonómicas y locales para avanzar en la estrategia:
 - Dirección General de Cambio Climático
 - Centro de Educación ambiental de la CV
 - Fundación Clima y Energía / Oficina de la Energía
 - Cátedra de Transición Verde (Universitat de València)
 - Universitat Politècnica de València
 - Palacio de Congresos de València, como piloto de nuevas aplicaciones.
- Estudio de buenas prácticas en ODS del sector turístico local.
- Inicio de contactos para la certificación internacional del destino en el sello EarthCheck, validado por el Global Sustainable Tourism Council.
- Arranque del desarrollo de la plataforma tecnológica que soportará el nuevo sistema inteligente de la etiqueta de sostenibilidad turística en València.

Nuevos soportes para atención al visitante más accesibles

Continuando con la tendencia de los últimos años de hacer el destino un lugar cada vez más accesible, se incorporaron en las oficinas turísticas nuevos materiales adaptados para atender a visitantes con necesidades especiales, como son tarjetas con códigos QR y planos hápticos. Para complementar la oferta de planos en braille, facilitando el acceso a las rutas turísticas a personas con dificultades de visión, se puso a su disposición tarjetas de madera con códigos QR que permiten, mediante teléfonos móviles, acceder a las rutas turísticas diseñadas por Visit València. Asimismo, se pusieron a disposición de los turistas con disfunciones visuales nuevos planos hápticos, planos táctiles que permiten al usuario percibir los contenidos mediante el relieve del soporte.

Además, Visit València participó en el Congreso Anual Tur4all, presentando a destinos nacionales e internacionales las buenas prácticas puestas en marcha en la ciudad para permitir un acceso universal a los recursos turísticos.

Plan 8: Alojamientos legales, calidad y convivencia

Visit València siempre ha estado a disposición del grupo de trabajo del Ayuntamiento y Generalitat de Alojamiento Turístico, creado para gestionar adecuadamente la oferta de alojamiento turístico. Además, ha apoyado las reuniones de la Comisión Permanente del Consejo Municipal de Turismo, de la Comisión de Sostenibilidad y de Apartamentos Turísticos.

Plan 9: Hospitalidad, excelencia y talento**Sistema Integral de Calidad en el Destino**

Dentro del Sistema Integral de Calidad en el Destino (SICTED), dadas las circunstancias excepcionales y viendo la necesidad de dar apoyo a las empresas en materia formativa y consultoría integral de calidad, así como en la posibilidad de beneficiarse de ayudas económicas a través del proyecto SICTED, la Fundación mantuvo un contacto permanente con las empresas ya distinguidas, y dio la opción de incorporar nuevas adhesiones. De ahí que se generasen alrededor de 40 adicionales a las 135 que ya estaban en marcha.

Por otro lado, la participación de Visit València como destino en los foros interdestinos a nivel nacional y autonómico, fue una oportunidad para trasladar e impulsar las necesidades que percibía el sector, como la divulgación de protocolos unitarios para la prevención de contagios del Covid-19 y la posibilidad de obtener un distintivo específico.

Promoción del Talento

Dentro del Foro *Urban Tourism Trends*, además de la sesión presencial celebrada en marzo en la Filmoteca, centrada en '*Cómo aprovechar los rodajes en los destinos turísticos*', ya mencionada en el producto Film Office, se realizaron dos nuevos encuentros en 2020, en este caso online. El primero de ellos, en mayo, dedicado al '*Nuevo marco de referencia para la apertura de establecimientos y servicios turísticos*', contó con la participación del director general del Instituto de Calidad Turística de España, Fernando Fraile; el director general de Turismo de la Generalitat Valenciana, Herick Campos; y el concejal de Turismo y presidente de Visit València, Emiliano García. Este evento tuvo más de 200 seguidores.

Asimismo, en junio se celebró la XXII jornada de este Foro, centrada en '*Italia y cómo reactivar nuestro principal mercado emisor*'. Los ponentes, en esta ocasión fueron Directora de la Oficina Española de Turismo en Milán, Isabel Garaña; el responsable del departamento de Grupos del turoperador Europa World, Marcello Salomone; y la periodista milanesa especializada en turismo y gastronomía Elisabetta Canoro. Esta sesión también generó mucho interés, contando con más de 120 seguidores.

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

Plan 10: Marco institucional. Compromiso y colaboración

Apoyo al sector y monitorización

Ante el nuevo escenario ocasionado por la pandemia en toda la actividad turística, se hizo necesario reforzar el apoyo al sector por parte de la Fundación con una labor continua de monitorización e información, tanto en los primeros momentos de la crisis, como a lo largo de las siguientes etapas.

Inicialmente, al objeto de conocer el impacto del Covid-19 en la actividad turística y con anterioridad a la declaración del estado de alarma, se puso en marcha un plan de monitorización a través de sondeos periódicos a alojamientos turísticos, restaurantes, espacios de congresos, empresas MICE y centros de ocio y cultura. El objetivo era conocer las cancelaciones que se iban produciendo y saber cómo estaban afectando a los diferentes subsectores turísticos y a los diversos mercados.

Una vez declarado el Estado de alarma Visit València preparó un cuestionario diferente para evaluar el impacto de la nueva situación en las empresas y en el empleo. Fue compartido con los miembros de los órganos de Gobierno y se envió a las empresas a finales de marzo.

Posteriormente, iniciada la desescalada, se agregó información en el Sistema de Inteligencia Turística para ayudar a comprender la evolución de la crisis sanitaria y turística. Para ello se publicaron informes de los mercados prioritarios con datos relevantes, información sobre la evolución de las búsquedas de vuelos a València y se monitorizó la evolución de la agenda de eventos de la ciudad, de manera que se pudiera comprender el impacto a medio y largo plazo en el mercado MICE, cultural y deportivo.

En las siguientes etapas, Visit València mantuvo esta labor de monitorización, ofreciendo información fiable y actualizada.

Información de valor

Desde el inicio de la crisis, Visit València intensificó también esfuerzos para localizar la información de interés y trasladarla de manera sencilla, atender y orientar a las empresas en todo momento:

- Lanzó continuas notificaciones por correo electrónico sobre ayudas económicas relacionadas con COVID19 a nivel estatal, autonómico y municipal.
- Creó una web en *visitvalencia.com* actualizada con cada una de las medidas aprobadas y otra relativa a las nuevas medidas de prevención, finalizado el Estado de Alarma.
- Apoyó a las empresas en la adecuación a las nuevas normas de funcionamiento y sellos de seguridad, atendiendo consultas particulares y con la organización del webinar '*Nuevo Marco de referencia para la reapertura de establecimientos y servicios turísticos*', ya mencionado anteriormente.
- Se ha reunido con el sector y otros agentes para elaborar las Bases del Plan de Estímulo del Turismo. Asimismo, tras la presentación de las Bases, se habilitó una dirección específica para recibir aportaciones.
- Informó, a través del Consejo Municipal de Turismo, celebrado el 10 de junio, tanto del Plan como de las aportaciones recibidas al mismo.

Del mismo modo, Visit València tomó decisiones económicas en beneficio del sector turístico valenciano, como las bonificaciones en el pago de la cuota de la Fundación.

Refuerzo de la imagen del turismo y gobernanza

A lo largo del año, se llevaron a cabo acciones de comunicación para concienciar a nivel local sobre la relevancia del turismo y la oportunidad de una adecuada orientación al bienestar del conjunto de la comunidad local. Se centraron en obtener visibilidad a través fundamentalmente de redes sociales y canales propios, en la línea de lo realizado con las campañas València Contigo y Modo València ON.

Desde el ámbito de la gobernanza también se continuó trabajando para mejorar la coordinación turística entre la Fundación y el Ayuntamiento, tanto con el propio Servicio de Turismo como con las diferentes áreas cuya actividad pueda tener vínculos con el turismo. Destaca la colaboración realizada junto con el Servicio de Emprendimiento e Innovación, en la Comisión de Valoración para la subvención de proyectos innovadores y la constitución de un grupo de trabajo con movilidad para mejorar la gestión del bus turístico.

En paralelo, mes a mes, la Fundación explicó toda su actividad a lo largo de la pandemia a los grupos políticos cuando así fue requerido, canalizando preguntas desde las diferentes comisiones de trabajo y los plenos. En total, se dio respuesta a 31 preguntas formuladas desde las diferentes Comisiones creadas en el Ayuntamiento, principalmente provenientes de la Comissió Informativa D'hisenda, Coordinació Jurídica, Inspecció General, Desenvolupament Innovador dels Sectors Econòmics I Ocupació, a 25 preguntas formuladas por los grupos de la oposición en el Pleno del Ayuntamiento y a tres mociones.

También se fomentó la participación social a través de la convocatoria de un pleno del Consejo Municipal de Turismo y de la consulta que se le hizo para realizar aportaciones al Plan de Estímulo al Turismo. Desde el Consejo, igualmente, se dio apoyo a las reuniones de la Comisión Permanente del Consejo Municipal de Turismo, de la Comisión de Sostenibilidad y de la de Apartamentos Turísticos Todo ello repercute en una adecuada integración del turismo en la sociedad, mejorando su conocimiento y aceptación.

También destaca la incorporación de Turisme Comunitat Valenciana y del Patronato de Turismo de la Diputación de València a los órganos de gobierno de la Fundación, incrementando la coordinación y la colaboración entre las tres administraciones.

Además, se elaboró una memoria para solicitar a la Generalitat que València fuera considerada Municipio Turístico, de acuerdo a los criterios y obligaciones que establecía el nuevo Estatuto y participamos en un estudio de la Diputación de Valencia sobre el desarrollo de los municipios de la Provincia de Valencia en la etapa Post-COVID-19, el cual está dividido en tres partes: Social, Laboral y Turismo.

La Fundación presentó a la Secretaría de Estado de Turismo un Plan de Sostenibilidad transversal que comprendía actividades desde todas las áreas, para que ésta recibiera fondos que permitieran ejecutarlo. Si bien la ciudad no estuvo finalmente entre los destinos nacionales seleccionados, el trabajo realizado resultó de suma utilidad para elaboración de un mejor diagnóstico sobre la sostenibilidad turística y sobre las oportunidades y amenazas que se nos presentan. El informe concluía con más de 30 actuaciones que sirvieron de base para desarrollar proyectos e iniciativas que puedan ser objeto de ayudas europeas y que permitan acelerar los avances en los ejes estratégicos de sostenibilidad, transformación digital e innovación, extendiéndolos al conjunto de las empresas que conforman la actividad turística en la ciudad.

El ejercicio concluyó con la realización de entrevistas en profundidad y con la organización de una serie de tres talleres con los asociados, todo ello con el objetivo de obtener su opinión y conocer sus prioridades y necesidades de cara a la era post-Covid. La temática de los talleres era sostenibilidad, digitalización y creación de valor respectivamente. El primero de ellos, “Valencia, destino sostenible y neutro en carbono”, se celebró el 22 de diciembre. La información y conclusiones extraídas de estos talleres servirán para orientar las propuestas que se elaboren a partir de 2021 en materia de actuaciones y promoción turística como, por ejemplo, las relativas a la participación de Visit València en la Estrategia Urbana 2030 de cara a optar a los fondos europeos Next Generation UE.

Acuerdos entre Administraciones

Para desarrollar conjuntamente la ciudad de València, la provincia y la Comunitat Valenciana, Visit València firmó sendos convenios con estas administraciones.

Dentro del convenio de colaboración suscrito con Turisme Comunitat Valenciana se desarrollaron las siguientes acciones, muchas ya mencionadas en anteriores epígrafes:

- Promoción de productos turísticos: urbano, cultural, gastronómico, deportivo y de reuniones: Campaña Valencia Convention Bureau (turismo de reuniones); Programa Unique Valencia (turismo urbano); Evento Fest-in Valencia (turismo cultural y gastronómico); Producción Plano Fallas (turismo cultural); World Paella Day (turismo gastronómico).
- Acciones promocionales en el mercado nacional: Servicios de comunicación y Marketing en España; Press Trip Abierto Valencia; Press Trip Paco Nadal; Madrid Fusión (turismo gastronómico nacional); Mice & Forum Inside (turismo de reuniones nacional).
- Acciones promocionales en mercados internacionales: Campaña de publicidad exterior en Nantes; Servicios de comunicación y Marketing en Rusia; Servicios de comunicación y Marketing en China; Evento World Paella Day en Milan; Servicios de comunicación y Marketing en UK & Irlanda; Acciones de marketing online en Alemania; Viaje de prensa Ucrania; Viaje de prensa internacional Unique; Turismo de reuniones Pitch Perfect; Viaje de familiarización turoperadores Noruega; Co-marketing TUI Bélgica; Acciones de marketing online en Italia.

Por lo que respecta al convenio suscrito con Turisme València, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Participación de campañas en el mercado nacional: Campaña taxis con Eroski en Bilbao; Campaña nacional con viajes Interrias; Campaña nacional con Málaga es Mundial.
- Participación en campañas de promoción en los mercados internacionales: Agencia de comunicación Francia; Agencia de comunicación Alemania, Austria y Suiza; Agencia de comunicación Países Bajos y Bélgica; Agencia de comunicación Italia.
- Participación acciones inversas (fam trips, press trips, scoutings): Press trip Viajeros Cuatro; Press trip Festival CLEC.
- Impulso a la conectividad aérea: Campaña Ryanair; Campaña Eurowings.
- Participación oferta turística de la nueva Tarjeta València ON.
- Campaña Cuina Oberta - participación restaurantes de la provincia: Campañas publicitarias València Cuina Oberta.

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Órganos de Gobierno

En el ejercicio 2020, se aprobaron dos reformas estatutarias por el Patronato de la Fundación:

-La reforma aprobada por el Patronato el 16 de enero de 2020 planteó dos aspectos fundamentales: por un lado, la nueva redacción del art. 6 completa el objeto fundacional, especificando el alcance en materia de asesoramiento a los operadores del sector turístico; por otro lado, la reforma de los artículos: 10, 19, 22, 23 y 24 refuerza la colaboración y participación de dos instituciones clave en la gestión turística del destino Valencia incorporando a Turisme Comunitat Valenciana y Patronat Provincial de Turisme de València en el Patronato y en la Comisión Ejecutiva de la Fundación para que puedan participar en las decisiones, objetivos y estrategias que se originen en el seno de estos órganos y maximizar la colaboración y coordinación con estas instituciones clave en favor de la promoción de València como destino turístico a nivel nacional e internacional.

-La reforma aprobada por el Patronato el 29 de julio de 2020 incorporó dos cambios: en primer lugar, la reforma de los artículos 15 y 24, para flexibilizar la forma de celebración de las reuniones de los órganos de gobierno y adecuarse a los nuevos tiempos; y en segundo lugar, la nueva redacción del art. 27 proponiendo el nombramiento de hasta dos subdirectores, creando una segunda subdirección (Subdirección de Gestión y Administración) que complementa la actual.

Tras la modificación estatutaria aprobada por el Patronato de la Fundación en enero de 2020 y, habida cuenta de las nuevas designaciones comunicadas por parte de las instituciones, de conformidad con los estatutos de la Fundación, en las reuniones celebradas por los órganos de gobierno en julio y octubre, se realizaron los siguientes nombramientos en el Patronato y Comisión Ejecutiva:

Por parte de Turisme Comunitat Valenciana fueron designados para el Patronato de la Fundación, D. Francesc Colomer Sánchez, en representación de Turisme Comunitat Valenciana y D. Herick Campos Arteseros, como miembro de la Comisión Ejecutiva.

Tras su designación por parte de la Cámara Oficial de Comercio de Valencia, fueron nombrados por el Patronato de la Fundación, D. José Vicente Morata Estragués, renovando su cargo como

representante de la Cámara Oficial de Comercio en el Patronato; D. Manuel Espinar Robles como miembro del Patronato a propuesta de esta institución y D. Miguel Ángel Fernández Torán como miembro de la Comisión Ejecutiva.

Así, la composición del Patronato de la Fundación quedó de este modo:

- PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, delegado de Turisme i Internacionalització, en representación del Ayuntamiento de Valencia
- VICEPRESIDENTE: D. José Vicente Morata Estragués, en representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
- VOCALES:
 - D. Luis Martí Bordera, en representación de la Feria de Valencia
 - D^a. Eva Blasco García en representación de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana
 - D. Carlos Galiana Llorens 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
 - D. Francesc Colomer Sánchez, en representación de Turisme Comunitat Valenciana
 - 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 Ibañez, elegido por el Consejo General de Protectores
 - D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de Protectores
 - D^a. 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. José Antonio Martínez Beltrán
- DIRECTOR GERENTE NO PATRONO: D. Antonio Bernabé García

Composición de la Comisión Ejecutiva:

- PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, presidente del Patronato
- DIRECTOR GERENTE: D. Antonio Bernabé García, quien en ausencia del presidente del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto del Presidente
- VOCALES:
 - D. Miguel Ángel Fernández Torán, designado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
 - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia
 - D^a. Eva Blasco García, designada por la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana
 - D. Herick Campos Arteseros, designado por Turisme Comunitat Valenciana
 - D. Alejandro Heras Lorente, elegido por el Consejo General de Protectores
 - D. Carlos De Selva Llobet, elegido por el Consejo General de Protectores
 - D^a. María Ángeles Fayos Bonell elegida por el Consejo General de Protectores
 - D^a. María José Martínez Vicente, elegida por el Consejo General de Protectores
 - D^a. Isabel Reig Catalá, elegida por el Consejo General de Protectores
- SECRETARIO: D. José Antonio Martínez Beltrán, secretario del Patronato

Nuevas empresas asociadas

En 2020 se sumaron a la Fundación las siguientes entidades:

Programa València Gastronomía

1. LOS MADRILES TABERNA (CHAMBERI VALENCIA SL)
2. RESTAURANTE MASCARAQUE IVAM (JOSE LUIS GARCÍA-MASCARAQUE)
3. RESTAURANTE VALEN&CIA (GASTRO VALEN SL)
4. RESTAURANTE AL TUN TUN (GASTRO VALEN SL)
5. RESTAURANT BON AIRE (ROIG ROMERO SL)
6. ASOCIACIÓN WIKIPAELLA (WIKIPAELLA ASOCIACIÓN VALENCIANA)
7. RESTAURANTE QUINA (PACHA O.E.)
8. RESTAURANTE FARCIT (VUURMEYER SL)
9. CIRO GORMET (CIRO GORMET SL)
10. LA CÁBILA RESTAURANT (FERNANDO FERRERO MADUEÑO)
11. LA SASTRERIA (RESTAURACION GRUPO LA SASTRERIA SL)
12. INDIAN GARDENS (KHALSA PUNJAB SL)
13. ASADOR SAN TELMO (KIMBEREY 2000 SL)

Programa Turismo Cultural y de Ocio

1. VISITAS GUIADAS VALENCIA (ISIDORA VILLAMERIEL FERNANDEZ)
2. MHR VISITAS GUIADAS Y CULTURALES (MARÍA HERNÁNDEZ REINOSO)
3. TRIPTOTRIP VALENCIA (AMALIA LÓPEZ CÁCERES)

Asociación

ASOCIACIÓN CULTURAL ZEDRE

Por su parte, causaron baja: EL CAIMAN PRODUCCIONES (SLOW CULTURE S.L.U.); DODDEOWEAR & LOUNGE (TENDENCIAS BARCAS 5, S.L.); RESTAURANTE AMEYAL (COYOACAN COMPAÑIA DE RESTAURACIÓN S.L.); FLORA, FAUNA Y PRIMAVERA (HÉROES POR UN DÍA S.L.); PACIFIC WORLD (MEETINGS & EVENTS SPAIN SLU); AULA GRIAL VALENCIA (EDUCONODOR SL); y BR BIKES (URBAN BIKES, SLU).

Convenios de colaboración

Durante 2020 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 Centro Comercial Bonaire, la Ciutat de les Arts i les Ciències, El Corte Inglés, Teletaxi, el Oceanográfico, el Valencia Club de Fútbol, Fundación Trinidad Alfonso y Viajes Transvia Tours, como colaboradores, potenciando la actividad turística y económica de la ciudad.

Asimismo, mantuvo también el acuerdo de colaboración con Bioparc Valencia, como uno de los importantes activos turísticos de la ciudad.

Como miembros del programa València Convention Bureau, se mantuvieron los convenios con ADEIT y con la Universitat Politècnica de València, para la cooperación en la promoción de la ciudad en la captación de eventos y reuniones para la ciudad.

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.

Se suscribieron nuevos convenios con la Fundación Aguas de Valencia, para colaborar en el diseño, ejecución y seguimiento de la estrategia de turismo sostenible València 2030, con la Associació València Capital del Disseny para colaborar en la capitalidad mundial del diseño para la ciudad de València en 2022; y con la Asociación del Camino del Santo Grial para la promoción del II Año Jubilar del Santo Grial.

2.- MEDIDAS SANITARIAS Y DE GESTIÓN DEL TELETRABAJO

A partir del 16 de marzo se pusieron en marcha las medidas de confinamiento y la Fundación organizó toda la operativa necesaria para poner en marcha el trabajo a distancia de todos los trabajadores, con determinadas excepciones puntuales, ya que algunos puestos requerían la presencia de los mismos.

Posteriormente, con la apertura y las fases de desescalada, se aplicó el “Protocolo de medidas para la reincorporación presencial del personal de la Fundación Visit València”, inspirado en el del Ayuntamiento de València.

La incorporación progresiva del personal a la actividad presencial y el protocolo de medidas de seguridad se fueron adaptándose en todo momento a la evolución de la pandemia y las instrucciones y recomendaciones de las autoridades sanitarias y laborales.

3.- COYUNTURA 2020

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en 2020 la irrupción del Covid-19 tuvo un fuerte impacto en el turismo mundial, y como no podía ser de otra manera, en la ciudad de València. El intenso trabajo realizado por Visit València y recopilado en esta Memoria de actividades contribuyó a aminorar el impacto ya a retomar la actividad turística cuando se comenzó la reapertura tras el confinamiento.

2.1.- Evolución de la demanda

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

VIAJEROS 2019: 2.182.132

VIAJEROS 2020: **762.899** (-65,5%)

VIAJEROS MERCADO NACIONAL: **460.290** (-50,5%)

VIAJEROS MERCADOS INTERNACIONALES: **302.609** (-76,3%)

PERNOCTACIONES 2019: 5.276.710

PERNOCTACIONES 2020: **1.703.493** (-68,3%)

PERNOCTACIONES MERCADO NACIONAL: **873.972** (-49,9%)

PERNOCTACIONES MERCADOS INTERNACIONALES: **829.521** (-77,2%)

PRINCIPALES MERCADOS

MERCADO	VIAJEROS	PERNOCTACIONES
Italia	46.002	137.398
Francia	34.094	96.574
Países Bajos	28.445	85.412
Reino Unido	23.821	64.753
Alemania	18.963	55.333
Bélgica	10.069	29.808
EE.UU.	9.364	24.813
Portugal	8.543	24.179
Rusia	6.636	17.438

% DEL TOTAL VIAJEROS NACIONALES **60,33%**

% DEL TOTAL VIAJEROS INTERNACIONALES **39,67%**

% DEL TOTAL PERNOCTACIONES NACIONALES **51,3%**

% DEL TOTAL ERNOCTACIONES INTERNACIONALES **48,7%**

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar**INDICADORES HOTELEROS**

REVPAR: **31,66 €** (-52,6%)

PRECIO HABITACIÓN: **71,89 €** (-16%)

OCUPACIÓN HOTELERA: **31,48%** (-59,1%)

ESTANCIA MEDIA: **2,2** (-8,2%)

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros**TRÁFICO AÉREO**

LLEGADAS TOTALES 2019: 4.268.754

LLEGADAS TOTALES 2020: **1.234.105** (-71,1%)

LLEGADAS NACIONALES 2019: 1.119.046

LLEGADAS NACIONALES 2020: **444.278** (-60,3%)

LLEGADAS INTERNACIONALES 2019: 3.149.708

LLEGADAS INTERNACIONALES 2020: **789.827** (-74,9%)

CRUCEROS

ESCALAS 2019: 203

ESCALAS 2020: **12***

PASAJEROS 2019: 421.000

PASAJEROS 2020: **26.286***

***FUENTES: Instituto Nacional de Estadísticas (INE), AENA, Puertos del Estado y Puerto de València.

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 2020 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 84.

Valencia, 26 de febrero de 2021

Director Gerente

D. Antonio Bernabé García

FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
INVENTARIO DE BIENES Y DERECHOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

	Coste	Amortización / Valor Razonable	Valor Neto
Inmovilizado intangible	1.659.844,65	(1.032.456,20)	627.388,45
Inmovilizado material	3.716.878,89	(1.372.876,33)	2.344.002,56
Existencias	147.737,87	(29.250,00)	118.487,87
Efectivo en caja y bancos	194.844,09	-	194.844,09
Total Bienes	5.719.305,50	(2.434.582,53)	3.284.722,97
Depósitos y fianzas constituidos	40.873,44	-	40.873,44
Deudores	563.764,61	-	563.764,61
Otros	18.627,74	-	18.627,74
Total Derechos	623.265,79	-	623.265,79
Inventario Total	6.342.571,29	(2.434.582,53)	3.907.988,76

Inmovilizado Intangible

Fecha	Descripción	Coste	Valor Neto Contable
11/10/2001	PROG. CONTABILIDAD + LLAVE	592,59	0,00
03/05/2005	CRITICA CULINARIA GUIA REST.	7.027,18	0,00
21/06/2005	SIGIT BB.DD. INFONOVA	383.419,16	0,00
06/07/2005	MODULO FACTURACION GESTIIMIL	1.043,64	0,00
25/08/2005	MARCA VLC TVCB	11.941,04	2.379,35
25/08/2005	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE	5.701,73	2.167,49
20/10/2005	MODULOS FACTURAC+TPV'S OFICINA	1.617,64	0,00
03/03/2006	AMPLIACION LICENCIAS/MODULOS G	4.093,79	0,00
19/05/2006	MARCA VLC VALENCIA INT.	9.941,89	730,95
29/02/2008	DESARROLLOS GESTIIMIL	7.800,96	0,00
01/01/2009	SIGIT (SOPRA 2008)	46.019,93	0,00
01/05/2009	MARCA VLC BIKE	5.181,36	0,00
01/05/2009	MARCA VLC MEETINGS	5.313,45	0,00
11/05/2009	MARCA VLC CITY BREAKS	1.386,18	0,00
11/05/2009	MARCA VLC ESPACIO NATURAL	1.386,18	0,00
11/05/2009	MARCA "INCREIBLE PERO CIERTA"	4.089,98	0,00
30/06/2009	SIGIT (SOPRA 2009)	63.108,78	0,00
30/09/2009	VPN SEDES REMOTAS OIT-CENTRAL	4.828,70	0,00
01/10/2009	MARCA VLC EXCELLENCE	2.583,31	0,00
01/10/2009	MARCA TURISMO VALENCIA 6,9,14.	19.145,63	0,00
01/10/2009	MARCA VLC VALENCIA	2.891,89	0,00
01/10/2009	MARCA OCIO Y NEGOCIO	833,15	0,00
09/04/2010	GESIIMIL MEJORAS	4.640,00	0,00
30/04/2010	SOPRA (2010)	19.733,75	0,00
13/08/2010	MARCA VLC RESTAURANT WEEK	2.683,45	0,00
23/09/2010	MARCA FLORA, ARQUI, MARA, BO..	5.848,56	0,00
23/09/2010	MARCA DESTINO VALENCIA	4.046,70	0,00
01/10/2010	MARCA UVELECES	5.598,80	0,00
26/10/2010	LICENCIA GESIIMIL	2.119,28	0,00

ANEXO I

03/11/2010	PROYECTO TARJETAS SIN CONTACTO	17.748,80	0,00
21/03/2011	LICENCIA GESIIMIL 2011	2.360,00	0,00
23/03/2011	MARCA VLC SHOPPING MARZO	3.084,46	68,41
18/05/2011	MARCA PHOTONICS	613,07	22,98
17/10/2011	MARCA VLC SHOPPING OCTUBRE	1.132,80	89,69
30/12/2011	SOPRA 2011	24.340,29	2.420,68
31/12/2011	PROYECTO VTC PALMA TOOLS 2011	50.307,00	5.016,92
01/01/2012	GESIIMIL ESTUDIO ING INF 2012	1.125,20	0,00
04/01/2012	PLATAFORMA RESTAURANTES	37.800,00	0,00
20/04/2012	MARCA VALENCIA FILM OFFICE	1.015,17	132,00
25/07/2012	PALMA TOOLS 2012	2.016,00	0,00
25/07/2012	MARCA VALENCIA CARD	3.999,17	624,98
20/12/2012	MARCA VALENCIA CRUISE CARD	3.531,50	694,72
28/01/2013	MEJORAS GESIIMIL	9.680,00	0,00
07/03/2013	MARCA VLC & FRIEND	2.465,43	537,01
27/03/2013	MARCA VLC DISCOUNT CARD CAMBIOS PLATAFORMA	1.035,21	231,16
26/04/2013	RESTAURANTE	2.541,00	0,00
18/03/2015	MARCA FLY VALENCIA	1.714,84	721,67
07/04/2015	MARCA VLC SPORTS	1.320,16	562,76
29/05/2015	MARCA ESPAÑOLA VLC	5.426,92	2.390,83
30/06/2015	MARCA COMUNITARIA VLC VALENCIA	27.842,10	12.509,88
30/06/2015	MARCA SALUD	1.714,84	770,53
08/09/2015	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE Y	9.143,80	4.283,81
19/11/2015	MARCA AGENDA VLC 2015	1.152,10	562,48
18/12/2015	MARCA VLC VALENCIA 882244	13.154,68	6.526,87
21/12/2015	MARCA VLC VALENCIA 926711	1.129,62	561,42
15/02/2017	MARCA VALENCIA CULINARY MEETIN	1.571,07	962,00
14/06/2017	VIDEO HOME NUEVA WEB (PARTE 1)	19.965,00	0,00
20/07/2017	VIDEO HOME NUEVA WEB (PARTE 2)	5.953,20	0,00
27/11/2017	GUION CREATIVO NUEVA WEB	8.772,50	0,00
30/11/2017	MARCA VISIT VALENCIA	1.885,75	1.131,43
30/11/2017	MARCA URBAN TOURISM TRENDS	1.570,14	942,10
27/12/2017	MARCA VLC VALENCIA EN USA	2.240,92	1.344,56
31/12/2017	NUEVA WEB VISITVALENCIA.ES	88.572,00	805,64
24/01/2018	GUION CREATIVO NUEVA WEB CONTE	8.772,50	270,13
25/01/2018	VIDEO HOME VISITVALENCIA.COM	2.202,20	69,79
31/01/2018	REPORTAJE FOTOGRAFICO NAVIDAD	19.602,00	537,04
12/04/2018	VIDEO 360º FALLAS	8.712,00	882,66
25/09/2018	AUDIOVISUAL PAELLA	15.069,95	3.674,58
19/12/2018	SIT SISTEMA DE INFORMACION TUR	101.821,50	81.094,55
17/01/2019	MARCA TURISMO VALENCIA 9, 16,	1.210,00	973,30
31/01/2019	API EXPERTICKET Y STS. COLOSUS	18.022,95	14.566,48
31/07/2019	ELABORACION PLAN DIGITALIZACIO	15.609,00	13.389,53
25/09/2019	MARCA VISIT VALENCIA	6.564,50	5.731,80
07/10/2019	SIT SISTEMA DE INFOR.FASE 2	11.313,50	9.915,59
24/02/2020	RENOVACION MARCA DESTINO VALEN	2.868,82	2.624,27
01/04/2020	MARCA VISIT VALENCIA 2020	4.840,00	4.476,34
21/10/2020	SIT SISTEMA DE INFOR.FASE 2(2)	52.707,60	51.670,73
10/12/2020	SIT FASE 2 IMPLEMENTACION	72.472,95	72.037,32
10/12/2020	EXPERTICKET INTEGRACION 2020	150.678,88	149.773,16

Inmovilizado Material

Fecha	Descripción	Coste	Valor Neto Contable
27/02/2001	MESA Y CONJUNTO	917,48	0,00
30/04/2001	TERMINAL SLIMLINE 140	954,18	0,00
28/05/2001	EXPOSITORES (+2 TIRAS	697,17	0,00
16/10/2002	MESA, ALA Y CAJONERA	880,13	0,00
11/11/2002	SILLA VENTO	175,22	0,00
20/12/2002	CAJA FUERTE LOCAL CORTES VCIAN	1.382,13	0,00
07/03/2003	MOBILIARIO DESPACHO-HALL-BIBLI	70.653,41	7.694,46
28/03/2003	MOBILIARIO SALA DE JUNTAS	2.090,32	233,59
31/03/2003	FAX L240	592,60	0,00
01/04/2003	ALBAÑILERIA	32.832,66	27.009,66
01/04/2003	INSTALACION ELECTRICA E ILUMIN	52.905,76	14.817,76
01/04/2003	INSTALACION FONTANERIA Y SANEA	4.154,69	2.308,69
01/04/2003	INSTALACION DE CLIMATIZACION	100.809,98	56.070,98
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA	25.618,28	21.073,28
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA Y CERRAJE	25.877,41	21.279,41
01/04/2003	SOLADOS, ALICATADOS Y REVESTIM	73.026,39	60.066,39
01/04/2003	VIDRIERA Y PROTECCION SOLAR	21.643,63	17.808,63
01/04/2003	PROTECCION CONTRA INCENDIOS	6.767,42	5.560,42
01/04/2003	AISLAMIENTOS ACUSTICOS	4.780,12	3.928,12
01/04/2003	PINTURAS	8.793,48	0,00
01/04/2003	VARIOS	9.087,36	1.020,74
01/04/2003	ANAGRAMA FACHADA	11.302,31	0,00
01/04/2003	SEGURIDAD Y SALUD	3.395,05	46,58
01/04/2003	ALBAÑILERIA (AMPLIACION)	5.947,32	4.900,32
01/04/2003	CERRAJERO (AMPLIACION)	2.101,92	1.728,92
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	618,28	352,28
01/04/2003	PINTOR (AMPLIACION)	4.310,35	0,00
01/04/2003	MUEBLES BAÑO (AMPLIACION)	742,40	85,40
01/04/2003	ENCIMERA CRISTAL 2ª PLANTA- AM	371,20	34,20
01/04/2003	INSTALACION CAJA FUERTE (AMPLI	334,08	32,08
01/04/2003	INSTALACION CUADROS (AMPLIACIO	501,12	57,12
01/04/2003	ELECTRICIDAD (16-12-02) (AMPLI	10.042,99	2.905,99
01/04/2003	CERRAJERIA (AMPLIACION)	452,66	363,66
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	2.055,47	1.143,12
01/04/2003	MODIFICACION ROTULO (AMPLIACIO	7.789,85	0,00
01/04/2003	AMUEBLAMIENTO INTERIOR MOSTRAD	2.465,39	281,39
01/04/2003	PREINSTALACION DE ALARMAS	1.529,49	446,49
01/04/2003	LAMPARA DPCHO. DIRECCION Y ELE	2.016,08	223,08
01/04/2003	PARTIDA DIRECCION FACUTATIVA	8.551,59	7.024,59
01/04/2003	PROYECTOS ARQUITECTOS (SAN JUA	19.534,98	16.066,85
01/04/2003	PROYECTO ARQUITECTOS (FCO.DIAZ	19.534,98	16.066,85
01/04/2003	EDIFICIO CORTES VCINAS. LEASIN	978.824,49	805.049,71
02/04/2003	LIBROS BIBLIOTECA	320,44	36,07
09/04/2003	STAND PARAGUAS	4.991,00	0,00
24/04/2003	ACCESORIOS DESPACHO DIRECCION	996,48	0,00
30/04/2003	PLACAS SEÑALIZACION INTERIOR	2.221,40	0,00
12/05/2003	PLANTAS ORNAMENTALES CORTES VC	2.232,11	0,00
31/05/2003	ACCESORIOS BAÑO VIP CROMADOS	626,61	81,61
10/06/2003	1 EQUIPO MESA, SILLA Y BUCK	1.025,42	129,42
27/11/2003	ARMARIOS ARCHIVADORES	1.596,69	231,93

ANEXO I

02/01/2004	DESTRUCTORAS DE PAPEL TAROS (2	1.074,16	161,24
08/01/2004	INST. ELECTRICA ENTRESUELO	4.701,37	1.720,95
14/01/2004	MESA, ALA, Y SILLA (2 U.)	1.999,47	303,53
22/01/2004	CARRETILLA ALMACEN	489,87	102,00
23/01/2004	INSTALACION ENROLLABLES	5.591,34	1.802,73
26/01/2004	MOBILIARIO 9 ENTRESUELO 2 FAX	562,60	84,39
10/02/2004	ARMARIOS DESCANSILLO ESCALERAS	664,38	103,27
10/02/2004	MESAS DESPACHO ADMINISTRACION	1.892,92	294,21
11/02/2004	INST ELECTRICA DPCHO ENTRADA P	4.853,52	1.574,89
23/02/2004	HABILITACION DPCHO. CRISTAL	23.042,77	7.507,17
27/02/2004	MOBILIARIO AREA PROMOCION (2 U	1.801,16	284,17
01/03/2004	MOBILIARIO 10 ENTLO 2 CENTRALI	10.493,53	1.573,97
02/03/2004	ARMARIOS-SILLAS DPCHO. ADMINIS	1.952,36	309,09
03/03/2004	MOBILIARIO BIBLIOTECA (2 U.)	1.683,82	266,85
03/03/2004	CARRITO TV Y FAX	864,99	137,07
10/03/2004	AMPLIACION CAJAS ORDENADOR	943,65	309,02
10/03/2004	SILLAS CAJONERA BIBLIOTECA	1.731,48	276,11
24/03/2004	MOBILIARIO 1 ENTRESUELO 2	17.872,55	0,00
01/04/2004	MOBILIARIO 2 ENTRESUELO 2	409,25	0,00
01/04/2004	MOBILIARIO 3 ENTRESUELO 2	602,91	97,86
06/04/2004	DVD + VHS	278,40	0,00
15/04/2004	MOBILIARIO 4 ENTRESUELO 2	3.627,23	544,11
15/04/2004	MOBILIARIO 5 ENTRESUELO 2	10.947,86	1.799,27
29/04/2004	VIDEOPROYECTOR MITSUBISHI SE1U	1.067,20	177,43
03/05/2004	MOBILIARIO 6 ENTRESUELO 2	330,95	55,16
06/05/2004	MOBILIARIO 7 ENTRESUELO 2	44,89	0,00
18/05/2004	MOBILIARIO 8 ENTRESUELO 2	839,06	141,73
26/05/2004	FOTOCOPIADORA LASER IMPRESORA	8.752,29	1.487,49
22/09/2004	CAMARAS FOTOS (2U) Y VIDEO	2.227,20	414,71
13/01/2005	DESTRUCTORA FELLOWES PS220	632,36	127,48
03/05/2005	ARMARIOS COMUNIC-PROMOC (3U)	1.041,03	225,63
23/05/2005	HABILITACION DESPACHO CRISTAL	7.602,26	0,00
01/07/2005	ESTRUC. METROLAINER	603,57	0,00
01/07/2005	HABILITAC. INFORMATICA-DATOS	2.024,27	0,00
27/10/2005	EQUIPOS ENTLO. 2	3.548,38	0,00
10/11/2005	REFORMA DESPACHOS SUBDIRECCION	14.102,55	0,00
10/11/2005	EMTRESUELO 2 MOB. 1	10.368,89	0,00
10/11/2005	ENTRESUELO 2 MOB. 2	3.195,48	0,00
10/11/2005	ENTRESUELO 2 CORTINAS	3.925,22	0,00
22/11/2005	TPV PZA REINA	2.150,48	0,00
29/11/2005	PC TARIFICADOR	620,39	0,00
05/01/2006	IMPRESORA TICKETS TERMICA Aero	500,43	0,00
05/01/2006	MOBILIARIO ADICIONAL ENTLO. 2	1.358,01	0,00
05/01/2006	REFORMA CLIMATIZACION CENTRAL	31.717,77	0,00
16/02/2006	ARMARIO GRIS	562,55	0,00
10/03/2006	AMPLIACION MEMORIAS	445,99	81,09
22/04/2006	PTA. SEGURIDAD ENTLO. 2.	5.575,59	0,00
27/04/2006	ZIP PORTACATALOGO	184,38	0,00
04/05/2006	PLACAS ACERO INOX VLC	2.242,05	0,00
03/07/2006	MOBILIARIO OF. PLAYA	8.358,22	0,00
01/01/2007	MOB. PTO. INFORMAC. PUERTO	2.297,82	0,00
01/01/2007	MESA MODEM II	172,55	0,00
01/01/2007	SILLA SIN BRAZOS	122,11	0,00
01/01/2007	MULTIFUNCION HP OIT AEROPUERTO	185,54	0,00
03/01/2007	ARMARIOS GRISES OFICINA CENTRA	2.690,22	0,00

ANEXO I

03/01/2007	VITRINAS OFICINA AEROPUERTO	832,09	0,00
28/02/2007	SAI+SWITCH+8 LICENCIAS	941,61	0,00
28/02/2007	OFICINA PUERTO	19.250,53	0,00
28/02/2007	TV SAMSUNG 32"	1.191,39	0,00
05/03/2007	TRASLADO OF. AEROPUERTO	30.297,81	0,00
05/03/2007	PERCHEROS REINA	1.759,24	0,00
05/03/2007	MOBILIARIO AEROPUERTO	1.377,98	0,00
05/03/2007	MOBILIARIO PUERTO	1.592,85	0,00
30/03/2007	SERVIDOR INTER TO LAN REMOVE	4.274,38	0,00
31/05/2007	EQUIP. INFORM. OFICINA PLAYA	650,63	0,00
21/06/2007	SILLON SUBDIRECCIÓN	680,62	0,00
25/09/2007	PERSIANA ENTRADA CENTRAL	11.291,34	0,00
01/10/2007	IMPRESORA TERMICA PUERTO	592,95	0,00
21/01/2008	HABILITACION ENTRESUELO	2.847,26	0,00
21/01/2008	MUEBLES BAJOS ENTRESUELO	2.473,73	0,00
01/02/2008	CAMBIO VENTANALES	49.689,55	0,00
15/02/2008	TV PLASMA AEROPUERTO	3.525,35	0,00
21/02/2008	HABILITACION OF. AYTO.	27.986,97	2.269,16
26/02/2008	MOBILIARIO ENTRESUELO	18.940,45	0,00
29/02/2008	LICENCIAS+EQUIPO VTA. PLAYA	626,37	0,00
14/04/2008	RAMPA OIT AYTO.	1.090,06	0,00
14/04/2008	PUERTA ELECTRICA OIT AYTO.	14.787,41	0,00
15/04/2008	AMPLIAC. SECRET. DIRECCION	1.378,24	0,00
21/05/2008	ESTANTERIAS ENTLO.	1.766,69	0,00
21/05/2008	MESAS ENTLO.	1.198,67	0,00
27/06/2008	PLASMA 50"+ALTAVOCES+HDMI+PIE	4.704,95	0,00
17/09/2008	FAX L380S	755,51	0,00
25/09/2008	A.A. CUARTO INFORMATICO	5.719,03	0,00
25/09/2008	PERSIANA ALMACEN CORTES VCIANA	5.638,75	0,00
31/10/2008	SONY VAIO FZ39VN T8100	1.382,38	0,00
12/11/2008	CAMARAS FOTOGRAFICAS DIGITALES	923,45	0,00
01/01/2009	MOBILIARIO CORTES VALENCIANAS	4.459,46	0,00
01/01/2010	DESPACHO ADMON. Y 3 PLAZAS GAR	307.172,80	273.383,77
01/01/2010	EQUIPO INFORMATICO PZA. REINA	722,74	0,00
29/10/2010	SAI APC SMARTUPS RT 6000VA	3.772,46	0,00
05/01/2011	HABILITACION OFICINA JOAQUIN S	120.583,09	132,14
01/02/2011	ALARMA 2011 PROSEGUR	3.655,05	1.641,70
04/04/2011	HABILITACION OFICINA AEROPUERT	29.941,25	762,84
01/07/2011	MOBILIARIO OIT AEROPUERTO	5.800,60	287,65
04/07/2011	MOBILIARIO CORTES ADMON 11	13.971,72	704,35
31/08/2011	IMPRESORA EPSON ACULASER OIT P	1.202,28	0,00
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2011	24.599,02	22.385,11
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2012	350.992,26	319.402,98
01/01/2012	REHABILITACION DESPACHO ADMON	2.544,53	0,00
01/01/2012	FOTOC. CANON 2008 ACTIVACION	783,23	0,00
29/05/2012	TABLETS NEXUS 5U	1.387,11	0,00
10/07/2012	HABILITACION OIT AEROPUERTO	47.005,84	7.153,65
11/07/2012	CICLOMOTOR JET4 125	1.699,00	0,00
27/09/2012	SERVIDOR IBM XPRESS 2012	33.771,01	0,00
30/09/2013	MONITOR 21'	180,29	0,00
22/10/2013	10 PC:5-8-13-16-17-69-74-91-17	7.558,14	0,00
28/11/2013	4 U. PORTATILES LENOVO	4.301,02	0,00
30/06/2014	PORTATIL 14.2/06/14	1.076,03	0,00
30/06/2014	LUMINARIAS CORTES VALENCIANAS	15.230,51	0,00
01/09/2014	PC 3.14/07/14	509,25	0,00

ANEXO I

18/09/2014	I PAD 15.1/07/14 15.2 15.3	1.466,52	0,00
13/03/2015	2 PC: PC6 Y PC7	2.954,82	0,00
30/04/2015	2 PC: PC561 Y PC564	1.940,84	0,00
29/05/2015	2PC: PC129 Y PC135	2.282,06	0,00
19/12/2015	23 PC-1 PORTATIL-1IMAC-SERVIDO	53.184,26	0,00
31/03/2016	MOB CORTES SILLAS, MESAS Y TABU	5.243,53	2.750,72
25/05/2016	AMPLIACION MOBILIARIO AYTO	5.905,45	3.186,66
16/06/2016	MAQUINA VENDIND INTELIGENTE	14.875,00	0,00
30/06/2016	1PC: PC668	515,10	0,00
30/09/2016	PORTATIL INTEL CORE I5 A.ROS	671,40	0,00
30/09/2016	PORTATIL HP 250 G4 J. MATA	935,44	0,00
30/09/2016	iMAC02	1.276,55	0,00
27/10/2016	SILLAS 2016	2.552,45	1.485,42
31/10/2016	1PC: PC699	987,44	0,00
30/11/2016	PC TORRE OPTIPLEX AYTO	593,16	0,00
30/11/2016	1 PORTATIL: PC162	724,79	0,00
28/02/2017	1PC: PC11	910,92	36,19
28/02/2017	PORTATIL AYUNTAMIENTO DELL VOS	1.191,12	47,32
28/02/2017	1 PORTATIL Y 2PC: PC93-562-705	2.411,70	95,83
28/02/2017	MEJORAS MOBILIARIO AYTO	2.786,27	1.716,03
21/04/2017	2PC: PC50 Y PC128	1.572,10	118,43
30/06/2017	1PC: PC130	867,33	106,94
31/08/2017	EQUIPOS INFORMATICOS AGOSTO 20	5.476,22	907,69
30/10/2017	2 MESAS, 4 SILLAS SERVICIOS GE	2.247,28	1.534,30
28/12/2017	DIVISION DPCHO. DIR -SALA JUNT	18.973,44	4.691,38
29/12/2017	1PC: PC662	987,60	0,00
30/04/2018	PC670 Y MULTIFUNCION OIT SOROL	1.314,29	435,70
07/06/2018	PC ESTUDIOS HP400 M	1.217,79	435,40
18/06/2018	MOSTRADOR, MESAS SILLAS (AYTO	18.232,17	13.601,69
22/06/2018	VIDEO WALL, GESTOR COLAS, TACT	44.393,69	16.328,37
31/07/2018	PLUSVALIA EDIFICIO CORTES VALE	27.500,00	26.707,11
17/10/2018	1PC: PC770	799,81	358,28
06/11/2018	BUNDLE EQUIPO+MONITOR OIT AERO	1.059,72	489,21
06/11/2018	PORTATIL PC826	1.585,71	732,03
06/11/2018	PORTATIL PC825	1.585,71	732,03
20/11/2018	EQUIPO PC PARA TECNICO Y MONIT	1.239,89	584,28
28/11/2018	PANTALLA TACTIL JOAQUIN SOROLL	4.142,65	1.974,86
28/12/2018	MOBILIARIO CORTES 2018	1.750,36	1.225,24
29/01/2019	3 MUEBLES Y BIOMBO PLANTA BAJA	1.738,53	1.404,64
11/04/2019	PORTATIL HP ELITEBOOK 840 4G S	1.194,18	678,87
11/04/2019	ARMARIOS RRHH MK Y ALMACEN	1.134,28	938,50
30/07/2019	COMPRA MATERIAL INFORMATICO 20	11.108,73	7.152,20
26/12/2019	PLUSVALIA 2019	1.980,23	1.955,98
11/02/2020	TABLETS MARKETING 2020	1.207,58	939,50
31/05/2020	ARMARIOS FILM OFFICE 2020	1.125,30	1.059,20
28/07/2020	TV LG ELECTRONICS 75	1.277,99	1.140,94
25/08/2020	EQUIPOS INFORMATICOS CORTES 20	11.340,48	10.341,22
11/11/2020	COMPRA OREDENADORES 4T2020	3.276,68	3.162,53

Existencias

Descripción	Importe
Bloc-taco de notas 2018	44,88
Bolígrafo Pier Cristal azul	1.668,83
Bolsa papel asa cuatricomia 2018	2.020,46
Bolsa Plástico VLC 2016	4.310,55
Bolsa Plastificada Pequeña Edificios VLC 01/2013	378,84
Bolsa Plegable Naranja 2018	1.070,12
Bolsas Non Woven medianas	2.807,42
Bolsas Shopping 2018	4.210,08
Cajas de Cartón 2018	1.927,66
Cajas de cartón pequeñas 01/2019	864,28
Carmelos de pectina (bolsas)	2.488,10
Chapas imán	852,82
Chupachups	650,00
Folleto Medical Destination 01/2020	198,00
Díptico VTC	83,22
Fallas ALE	519,05
Fallas CAST	713,45
Fallas FRA	287,96
Fallas ING	163,54
Fallas ITA	607,50
Fallas VALENCIANO	886,95
Flyer Actividades en el mar	252,65
Flyer bike tour	34,82
Flyer gastronomía	28,46
Flyer Natural Express	126,12
Flyer Ruta de la seda	144,00
Flyer Ruta Santo Grial	147,41
Flyer shopping	132,70
Flyer Visitas guiadas 2020	120,69
Folleto bici Italia 2019	40,17
Folleto Genérico ALEMAN 01/2019	336,14
Folleto genérico Alemán 01/2020	280,50
Folleto Genérico CHINO 01/2018	300,80
Folleto Genérico CHINO 03/2019	266,70
Folleto Genérico FRANCES 03/2019	109,98
Folleto Genérico HOLANDES 03/2019	348,49
Folleto genérico Ingles 01/2020	177,21
Folleto Genérico ITALIANO 02/2019	603,00
Folleto genérico Italiano 01/2020	242,00
Folleto Genérico JAPONES 01/2018	330,26
Folleto Genérico POLACO 01/2019	409,10
Folleto Genérico RUSO 01/2019	323,62
Folleto Monumentos y Museos ALE 2019	147,75
Folleto Museos y Monumentos Alemán 1/2020	73,50

ANEXO I

Folleto Monumentos y Museos CAST 2019	4,25
Folleto Monumentos y Museos FRAN 2019	75,75
Folleto Museos y Monumentos Francés 1/2020	73,50
Folleto Monumentos y Museos HOLANDES 2019	4,00
Folleto Monumentos y Museos ING 2019	132,75
Folleto Museos y Monumentos inglés 1/2020	147,00
Folleto Monumentos y Museos ITAL 2019	105,25
Folleto Museos y Monumentos Italiano 1/2020	294,00
Folleto Monumentos y Museos VALENCIANO 2019	35,49
Folleto Ruta de la Seda VALENCIANO	12,00
Folleto Valencia Shopping 01/2019 Castellano	140,80
Folleto Valencia Shopping 01/2019 INGLÉS	32,03
Folleto Valencia Shopping 01/2019 ITALIANO	239,01
Folleto Valencia Accesible CAST	215,03
Folleto Valencia Accesible Especial CASTELLANO	129,00
Folleto Valencia Accesible Especial INGLES	125,85
Folleto Valencia Accesible ING	215,85
Folleto Valencia Accesible ITAL	28,08
Folleto Valencia Accesible VALENCIANO	58,21
Folleto Valencia Gastronómica	82,16
Guía de la música CASTELLANO	1.757,95
Guía de la música INGLÉS	675,58
Guía Lugares singulares	1.117,14
Guía turística ALEMAN 2019	0,00
Guía Turística Alemán 2020	393,68
Guía turística CASTELLANO 2019	0,00
Guía Turística Castellano 2020	0,00
Guía turística FRANCES 2019	0,00
Guía Turística Francés 2020	0,00
Guía Turística HEBREO 2016	0,00
Guía Turística INGLES 2019	1.046,45
Guía Turística Ingles 2020	2.165,24
Guía Turística ITALIANO 2019	1.913,33
Guía Turística Italiano 2020	2.165,24
Guía Turística JAPONES 2017	9,22
Guía Turística RUSO 2015	9,66
Guía Turística VALENCIANO	71,21
Guía Turística Valenciano 2020	393,68
Guía VTC	8.546,30
Plano VTC	913,50
Libretas VLC blanca anillas 2015	35,00
Libretas VLC Infinitamente Mediterránea 2016	365,69
LIMPIAPANTALLAS CUADRADO 01/2019	1.549,09
Llaveros marca Vlc	164,56
Mascarillas Valencia Modo On Negra Talla L	1.620,24
Mascarillas Valencia Modo On Negra Talla M	1.629,66

ANEXO I

Monodosis crema solar	1.214,72
Naranjas Antiestres	18,85
Plano Plegado Bici	467,46
Plano Talonario 02/2019	894,60
Plano Plegado 02/2019	1.100,05
Postales campaña Greetings 10 modelos	1.000,00

TOTAL FOLLETOS 65.117,86

Descripción	Importe
ABANICO VALÈNCIA	372,00
BOLSA EDIFICIOS GRANDE	0,60
BOLSA EDIFICIOS PEQUEÑA	2,45
BOLSA PLASTICO	3,85
GORRA VALÈNCIA	95,88
GUIA TURISTICA ALEMAN	301,25
GUIA TURISTICA CASTELLANO	257,50
GUIA TURISTICA FRANCES	302,50
GUIA TURISTICA HEBREO	2,50
GUIA TURISTICA HOLANDES	3,92
GUIA TURISTICA INGLES	302,50
GUIA TURISTICA ITALIANO	307,50
GUIA TURISTICA JAPONES	12,74
GUIA TURISTICA RUSO	2,94
GUIA TURISTICA VALENCIANO	188,75
IMAN VALENCIA - LA POSTALERA -	165,00
IMAN VALENCIA MEDITERRANEA	51,98
LANDYARD VALÈNCIA	59,80
LIBRETA VALÈNCIA	57,77
LIBRO ¿TE VIENES A LAS FALLAS?	202,00
LIBRO 50 COSAS DE VALENCIA QUE NO SABIAS	109,08
LIBRO BENICALAP, EL PLA DEL REAL Y BENIMACLET. VALENCIA CIUD	78,75
LIBRO CIUTAT VELLA. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 1 DE 10	70,00
LIBRO GUIA DE MUSEOS Y MONUMENTOS DE VALENCIA ESP	50,50
LIBRO GUIDE TO MUNICIPAL MUSEUMS AND MONUMENTS	40,40
LIBRO L' EIXAMPLE Y QUATRE CARRERES. VALENCIA CIUDAD DE BARR	78,75
LIBRO L' OLIVERETA Y EXTRAMURS. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS.	78,75
LIBRO LA ALBUFERA DE VALENCIA	141,65
LIBRO LA ALBUFERA. DE LAGO REAL A PARQUE NATURAL	40,38
LIBRO LOS POBLADOS MARITIMOS. HISTORIA, LUGARES Y ESCENAS.	121,15
LIBRO PATRAIX. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 3 DE 10.	70,00
LIBRO POBLATS MARITIMS. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 10 DE 10	78,75
LIBRO POBLES DE L' OEST. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 9 DE 10	78,75
LIBRO POBLES DEL NORD. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 7 DE 10.	78,75
LIBRO POBLES DEL SUD. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 8 DE 10.	78,75
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ESPAÑOL	187,86

ANEXO I

LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA FRANCES	248,46
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ITALIANO	60,60
LIBRO TODO VALENCIA ALEMÁN	272,70
LIBRO TODO VALENCIA ESPAÑOL	321,18
LIBRO TODO VALENCIA FRANCES	278,76
LIBRO TODO VALENCIA HOLANDES	242,40
LIBRO TODO VALENCIA INGLES	309,06
LIBRO TODO VALENCIA ITALIANO	442,38
LIBRO TODO VALENCIA RUSO	254,52
LIBRO TORRES DE SERRANOS Y DE QUART. LA CIUDAD AMURALLADA DE	80,77
LIBRO TRANSITS. VALENCIA CIUDAD DE BARRIOS. 5 DE 10.	78,75
LIBRO TURISTICO VALENCIA ALEMAN	286,84
LIBRO TURISTICO VALENCIA CHINO	153,52
LIBRO TURISTICO VALENCIA ESPAÑOL	278,76
LIBRO TURISTICO VALENCIA FRANCES	206,04
LIBRO TURISTICO VALENCIA INGLES	246,44
LIBRO TURISTICO VALENCIA ITALIANO	311,08
LIBRO TURISTICO VALENCIA RUSO	169,68
LIBRO VALENCIA FIESTAS DE LA CIUDAD	242,28
LIBRO VALENCIA. HISTORIA DE LA CIUDAD. PASEOS Y RECORRIDOS	169,68
LIBRO VALENCIA. HISTÒRIA DE LA CIUTAT. PASSEJADES I RECORREG	100,94
LIBRO VALENCIA. HISTORY OF THE CITY. WALKS AND ROUTES	185,84
LIBRO VALENCIA'S LAGOON LA ALBUFERA	198,31
LLAVERO VALÈNCIA	43,20
MASCARILLA VALÈNCIA MODO ON	1.157,00
POSTAL MARATON - VLC CIUDAD DEL RUNNING	164,00
POSTAL VALÈNCIA - LA POSTALERA	605,40
POSTAL VALÈNCIA- SERGIO AMAR	169,36
PULSERA VLC VALENCIA	3.034,16
SELLO VALÈNCIA	298,96
SET SOUVENIRS CORPORATIVOS	358,40
TARJETA QR ACCESIBILIDAD	369,46
TOTEBAG - SERGIO AMAR	81,06
VALENCIA TOURIST CARD 24 H. (IMAGENES)	10.378,20
VALENCIA TOURIST CARD 24 HORAS CRUCEROS	709,80
VALENCIA TOURIST CARD 48 H. (IMAGENES)	9.035,65
VALENCIA TOURIST CARD 7 DIAS SIN TRANSPORTE	2.317,07
VALENCIA TOURIST CARD 72 H. (IMAGENES)	44.683,60
TOTAL ARTÍCULOS DE VENTA	82.620,01

José Antonio Martínez Beltrán, Secretario del Patronato de la Fundació Visit València, con domicilio social en Valencia, Avd. Cortes Valencianas 41,

CERTIFICO:

Primero.- Que en la sesión de fecha 10 de marzo de 2021 del Patronato de esta Fundación, se ha sometido a examen y aprobación de los patronos las Cuentas Anuales de la Fundación para el ejercicio 2020, siendo tales documentos aprobados por unanimidad de los presentes; se acompaña relación de asistentes a esta sesión.

Asimismo, se ha acordado por unanimidad aplicar el excedente negativo del ejercicio 2020, que arroja un importe de **22.700,22€**, del siguiente modo:

Distribución	Importe
A Reservas destinadas a Fines Fundacionales	(22.700,22)

Segundo.- El acta de dicha sesión se someterá a aprobación en la próxima sesión que celebre el Patronato de la Fundación.

Y para que conste a los efectos oportunos se expide la presente, con el visto bueno de la Presidencia.

València, 10 de marzo de 2021

Vº.Bº. Presidente

D. Emiliano García Domene

El Secretario

D. José Antonio Martínez Beltrán

ASISTENTES A LA JUNTA ORDINARIA DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA

10 marzo de 2021: -Sala de Juntas Fundació Visit València -

ASISTENTES	PARTICIPACIÓN
D. Emiliano García Domene	
D. José Vicente Morata Estragués	Telemáticamente
D ^a . Eva Blasco Garcia	Telemáticamente
D. Jordi Mayor Vallet	Telemáticamente
D. Francesc Colomer Sánchez	Telemáticamente
D. Manuel Espinar Robles	Telemáticamente
D. Javier Gutiérrez Marqués	
D. Javier Vallés Sales	Telemáticamente
D. Alejandro Del Toro Ibañez	Telemáticamente <i>DELEGA EN D. JAVIER VALÉS</i>
D. Eduardo Nogués Meléndez	Telemáticamente 
D. José Antonio Ferri Moscardó	
D. Rafael Torres García	Telemáticamente NO
D ^a . Isabel M Gil Forteza	Telemáticamente
D. José Antonio Martínez Beltrán	Telemáticamente 
D. Antonio Bernabé Garcia	
D. Joan Carles Cambrils Camarena	

AJUNTAMENT DE VALÈNCIA

DILIGÈNCIA

Per a fer constar que la present còpia
i l'original coincidixen exactament,

València,

EL SECRETARI,


José Antonio Martínez Beltrán

EXCUSAN ASISTENCIA	
D. Luis Marti Bordera	Delega en D. Emiliano García
D. Carlos Galiana Llorens	Delega en D. Emiliano García



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA

DILIGÈNCIA

Per a fer constar que la present còpia
i l'original coincidixen exactament.

València,

EL SECRETARI,

.....
José Antonio Martínez Beltrán

Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana

Informe de Auditoría de Cumplimiento de Legalidad de 2020

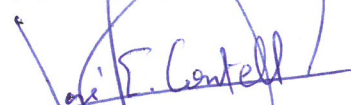
Grant Thornton
Avda. Aragón, 30 13º A
(Edificio Europa)
46021 VALENCIA
T +34 96 337 23 75
F +34 96 337 15 19
valencia@es.gt.com
www.grantthornton.es

INFORME DE AUDITORÍA DE CUMPLIMIENTO DE LEGALIDAD

A la Dirección de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

1. Hemos auditado las cuentas anuales de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA (la Fundación) que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2020, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica y la memoria de actividades correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha. Al concluir nuestra auditoría, hemos emitido nuestro informe de auditoría de fecha 5 de marzo de 2021, en el que hemos expresado una opinión favorable.
2. Asimismo, en relación con la referida auditoría, hemos examinado el cumplimiento por parte de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA de la legalidad vigente aplicable a la misma. El examen realizado ha consistido en el análisis y verificación, mediante pruebas selectivas, del cumplimiento de los aspectos más relevantes de la normativa aplicable que se encuentra relacionada en el Anexo a este informe.
3. Como resultado de la revisión efectuada y en base al alcance descrito en el párrafo 2 anterior, no se han observado incumplimientos relevantes durante el ejercicio 2020 por parte de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA de la normativa aplicable. No obstante, atendiendo a la naturaleza del examen realizado, dado que el mismo no tiene como finalidad efectuar un exhaustivo análisis del cumplimiento de la legalidad por parte de la Fundación, esta opinión no debe considerarse como una aseveración sobre el cumplimiento de la totalidad de la normativa aplicable en las diversas actividades realizadas por FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA.

Grant Thornton



José Enrique Contell García

30 de julio de 2021

1. INTRODUCCIÓN

Hemos llevado a cabo una auditoría de cumplimiento de legalidad de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020.

El trabajo se ha efectuado de acuerdo con las instrucciones emitidas por la Intervención General del Ayuntamiento de València, en base a las Normas de Auditoría del Sector Público y las Normas Técnicas de Auditoría.

2. CONSIDERACIONES GENERALES

La Fundación fue constituida en València, el 24 de septiembre de 1990, como Fundación Cultural Privada con el nombre de Fundación Turismo Valencia Convention Bureau de la Comunidad Valenciana. Tras el cambio en su Presidencia en julio 2015, la Fundación aprobó dos reformas estatutarias: la primera, en la Junta Ordinaria celebrada por su Patronato el 22 de diciembre de 2015, con el fin de reforzar la tutela municipal; y la segunda en la Junta Ordinaria del 16 de diciembre de 2016, con los objetivos fundamentales de adaptar la Fundación a la 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". Ambas modificaciones estatutarias fueron inscritas 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 ha procedido 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.

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.

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.

De acuerdo con los Estatutos de la Fundación, el gobierno, la administración y la representación corresponden al Patronato. La Comisión Ejecutiva y el Director-Gerente ejercerán aquellas facultades encomendadas por los Estatutos o para las que hayan sido apoderados por el Patronato.

En el artículo 10 de los Estatutos, conforme a la modificación aprobada en el Patronato de 16 de enero de 2020, se establece que el Patronato estará constituido por un mínimo de tres y un máximo de quince patronos. Integran el Patronato: está integrado por:

- Las Entidades Fundadoras: el Ayuntamiento de València, la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, la Feria de Valencia y la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana;
- Hasta cuatro patronos designados por el propio Patronato: uno a propuesta del Ayuntamiento de València, otro a propuesta de la Cámara Oficial de Comercio, Turisme Comunitat Valenciana y los dos restantes por Turisme Comunitat Valenciana y el Patronat Provincial de Turisme de València;
- Hasta siete patronos en representación de los Protectores, elegidos por el Consejo General de los mismos.

La función de Secretario la ejercerá la persona que a propuesta del Ayuntamiento de València apruebe el Patronato.

Por su parte, el artículo 19, relativo al régimen de acuerdos, conforme a la modificación aprobada en el Patronato de 16 de enero de 2020, señala que se tomarán salvo los supuestos legal o estatutariamente establecidos, por mayoría simple de los votos. A estos efectos, a cada una de las Instituciones Fundadoras, patronos designados por Ayuntamiento de València y Cámara Oficial de Comercio, Turisme Comunitat Valenciana, Patronat Provincial de Turisme de València y a los patronos elegidos por el Consejo General de Protectores, les corresponde un número de votos ponderados en función de sus aportaciones a los fines fundacionales, de acuerdo al siguiente baremo: Ayuntamiento de València 51 votos; Cámara Oficial de Comercio 2 votos; Feria de Valencia 1 voto; Confederación Empresarial Comunitat Valenciana 1 voto; Protectores 39 votos, Turisme Comunitat Valenciana 3 votos; y Patronat Provincial de Turisme de València 3 votos.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la Fundación se considera en contabilidad nacional una unidad institucional pública dependiente del Ayuntamiento de València, quedando sujeta al control de la gestión económico-financiera y fiscalización por parte del citado Ayuntamiento.

3. OBJETIVOS Y ALCANCE DEL TRABAJO

La auditoría de cumplimiento de legalidad tiene como objetivo comprobar y verificar que las operaciones financieras, administrativas, económicas y de otra índole de la Fundación se han realizado conforme a las normas legales, reglamentarias, estatutarias y de procedimientos que le son aplicables.

Esta auditoría se ha efectuado mediante pruebas selectivas de los documentos que soportan legal, técnica, financiera y contablemente las operaciones para determinar si los procedimientos utilizados y las medidas de control interno están de acuerdo con las normas que le son aplicables y si dichos procedimientos están operando de manera efectiva y son adecuados para el logro de los objetivos de la Fundación.

4. RESULTADOS DEL TRABAJO

Cumplimiento de la legalidad en materia de gastos de personal

El personal que compone la plantilla de la Fundación está integrado por personal laboral. Por tanto, el marco normativo de las relaciones laborales de la Fundación viene definido por el Texto Refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores y por el acuerdo suscrito el 27 de marzo de 2008 entre la Fundación y el personal que presta sus servicios a la misma, modificado el 15 de julio de 2016. No consta que el Servicio de Personal del Ayuntamiento de València haya emitido informe sobre las normas reguladoras de las condiciones de trabajo de la Fundación. Según manifestaciones de la Subdirección General y de Recursos Humanos, la interpretación del Secretario de la Fundación al respecto es que, hasta que se acuerde la modificación de las condiciones de trabajo en el seno de la Fundación, no será necesaria la revisión por parte del Ayuntamiento. Cuando concluya el proceso de negociación colectiva que se lleva a cabo en la actualidad, será en ese momento cuando se solicitará y se emitirá dicho informe.

Las retribuciones satisfechas en el ejercicio 2020 se han ajustado a los límites cuantitativos regulados en los Presupuestos Generales del Estado. La Fundación ha aplicado un incremento del 2% sobre las retribuciones del ejercicio 2019.

Se ha comprobado que las retribuciones anuales del Director Gerente y del Subdirector General de la Fundación no han excedido la retribución máxima establecida por el Ayuntamiento de València para el personal directivo de las fundaciones municipales. Asimismo, consta que han efectuado las correspondientes declaraciones de bienes e intereses.

La contratación de personal al servicio de la Fundación debe respetar, al menos en sus principios generales, las disposiciones que sobre esta materia señalan la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local y el Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de Régimen Local. Adicionalmente, el Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público tiene carácter de supletorio para el personal de la Fundación.

En consecuencia, los procesos de contratación que realice la Fundación deben garantizar, en la mayor medida posible, la aplicación de los principios de igualdad, mérito y capacidad, así como la transparencia de los procesos selectivos y su agilidad, sin que esto último menoscabe la objetividad de la selección.

Nuestro trabajo ha consistido en analizar, para una muestra de altas y bajas de trabajadores en el ejercicio 2020, el procedimiento de contratación seguido por la Fundación en aras a comprobar el cumplimiento de la legislación aplicable. De la citada revisión no se han puesto de manifiesto incidencias reseñables.

La Fundación publica en el portal de transparencia de su página web los procesos de selección y provisión de puestos de trabajo, constanding la fecha de publicación, plazo de presentación y descripción de la oferta de empleo. Posteriormente se publican los listados provisional y definitivo de admitidos y excluidos, así como el listado definitivo del proceso de selección.

Adicionalmente, la Fundación cuenta con bolsas de trabajo para los puestos que tienen altas rotaciones, en función de las necesidades puntuales en determinadas fechas (informadores turísticos).

El Plan-Programa de armonización y homologación que para las fundaciones y otros organismos periféricos del Ayuntamiento de València fue aprobado en enero de 2017, modificado y completado mediante acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 24 de mayo de 2019, incide entre otras materias en la gestión de personal y, en este sentido, se acordó que respecto a los expedientes de incorporación de nuevo personal en puestos estructurales o que tengan cierta vocación de permanencia se encontrarán sometidos a informe previo del Servicio de Personal del Ayuntamiento de València. Atendiendo a dicha instrucción, consta que la Fundación solicita los preceptivos informes a dicho Servicio para la incorporación del nuevo personal con estas características.

La Fundación dispone de un Plan de Igualdad en cumplimiento del artículo 20.4 de la Ley 9/2003, de 2 de abril, de la Generalitat, para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.

Cumplimiento de la legalidad en materia de contratación

A la Fundación le es de aplicación la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP). La Fundación tiene la consideración de Sector Público a efectos de esta Ley, como poder adjudicador que no tiene carácter de Administración Pública, siéndole de aplicación las normas establecidas al efecto. De esta manera, aquellos contratos que superen el umbral para someterse a las directrices europeas, están sujetos a regulación armonizada.

Los contratos que celebre la Fundación tendrán la consideración de contratos privados y se registrarán, en cuanto a su preparación y adjudicación, por el LCSP y restantes normas de derecho administrativo. En cuanto a sus efectos y extinción, estos contratos se registrarán por el derecho privado.

El Director Gerente es el responsable de la contratación de la Fundación. No obstante, el Subdirector de la Fundación tiene la facultad otorgada por el Patronato para formalizar contratos con un límite de 18.000 euros.

La Fundación cuenta con un Manual Interno de Contratación adaptado a la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en el que se contemplan los aspectos necesarios para llevar a cabo la tramitación de los expedientes de contratación con pleno respeto a los principios que inspiran la contratación del sector público.

La Fundación, en atención a lo dispuesto en la disposición adicional primera del Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, no ha aprobado unas instrucciones para garantizar la correcta ejecución de los servicios externos contratados. En su defecto, aplica las instrucciones de contratación aprobadas por la Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de València de 2 de marzo de 2018, de obligado cumplimiento para los entes del sector público municipal, que tienen como objeto clarificar la relación entre los gestores de la Administración y el personal de las empresas contratadas, en aras a evitar actos que pudieran considerarse como determinantes para el reconocimiento de una relación laboral del personal de la empresa contratista respecto de la Administración Pública contratante.

La Fundación nos ha facilitado un listado actualizado de los expedientes de contratación tramitados durante el ejercicio 2020. A partir de la información contenida en el perfil del contratante de su página web y del listado de los expedientes de contratación tramitados, hemos seleccionado una muestra para su revisión.

De la revisión de los contratos seleccionados se ha constatado que existe justificación de la motivación de la necesidad y que el contrato revisado resulta conveniente para satisfacer la misma. No se han puesto de manifiesto incidencias que puedan considerarse incumplimientos de la normativa contractual aplicable a la Fundación.

De acuerdo con el artículo 118 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se consideran menores los contratos de valor estimado inferior a 40.000,00 euros cuando se trate de contratos de obras, o de 15.000,00 euros cuando se trate de contratos de suministro o de servicios, excluido el IVA. Los contratos menores están excluidos de la aplicación de los principios de publicidad y concurrencia, pudiendo adjudicarse directamente a cualquier empresario con capacidad de obrar y que cuente con la habilitación profesional necesaria para realizar la prestación, cumpliendo con las normas establecidas y en la tramitación del expediente se exige el informe del órgano de contratación motivando la necesidad del contrato, la aprobación del gasto y la incorporación al mismo de la factura correspondiente.

No se han detectado incidencias en la revisión de los contratos menores, constando la información trimestral de los mismos para su integración en la base de datos del Ayuntamiento de València.

De acuerdo con lo establecido en la Ley 15/2010, de 5 de julio, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, la Fundación ha cumplido en el ejercicio 2020 la obligación de efectuar el pago de las facturas recibidas dentro de los 30 días siguientes a la fecha de los correspondientes documentos que acrediten la realización total o parcial del contrato. En el ejercicio 2020 ha disminuido de forma notable el periodo medio de pago a proveedores, siendo éste de 14,67 días, mientras que en el ejercicio 2019 se situó en 28,22 días.

Cumplimiento de la normativa en materia presupuestaria y contable

La Fundación no está sometida al régimen presupuestario, aunque debe confeccionar un presupuesto en el que figuren las previsiones de sus ingresos, gastos e inversiones, que tiene un carácter indicativo y no limitativo ni vinculante. El presupuesto del ejercicio 2020 fue aprobado por el Patronato celebrado el 20 de diciembre de 2019. La Fundación queda sujeta a las directrices de la Intervención General del Ayuntamiento de València, en especial a las correspondientes a su auditoría anual.

Con carácter previo a la aprobación por el Patronato, las cuentas anuales de la Fundación formuladas por el Director Gerente el 26 de febrero de 2021, son objeto de auditoría de cuentas y sometidas a control financiero por la Intervención municipal. Con fecha 5 de marzo de 2021 emitimos nuestro informe de auditoría sobre las cuentas anuales de la Fundación al 31 de diciembre de 2020. El citado informe contiene una opinión favorable sobre las citadas cuentas.

La Fundación formula sus cuentas anuales de acuerdo con los principios y criterios contables obligatorios y siguiendo 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.

Cumplimiento de la normativa fiscal y en materia de Seguridad Social

No hemos detectado incumplimientos de la normativa fiscal ni en materia de Seguridad Social aplicables a la Fundación.

No obstante, 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.

Cumplimiento de la normativa específica aplicable

No hemos detectado incumplimientos de la normativa específica aplicable a la Fundación respecto a los fines y sus actividades, ni relativas a la organización y funcionamiento de los órganos de dirección y gobierno de la Fundación.

Transparencia

La Fundación cuenta en su página web con un apartado correspondiente a la transparencia en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana.

Se ha verificado, en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones de transparencia en la actividad pública, que la Fundación publica en su página web información fácilmente localizable, actualizada y estructurada. Toda la información suministrada figura en formatos accesibles y comprensibles.

5. CONCLUSIONES

Del trabajo realizado descrito en el apartado 4 anterior no se han detectado deficiencias que deban ser objeto de mención.

NORMATIVA APLICABLE

Para la realización de nuestro trabajo se ha tenido en cuenta, entre otra, la siguiente legislación:

1. Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.
2. Real Decreto Legislativo 781/1986, de 18 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de Régimen Local.
3. Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.
4. Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.
5. Real Decreto 2568/1986, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales.
6. Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018 (Presupuesto prorrogado de 2018 para 2020).
7. Real Decreto-ley 2/2020, de 21 de enero, por el que se aprueban medidas urgentes en materia de retribuciones en el ámbito del sector público.
8. Ley 53/1984, de 26 de diciembre, de incompatibilidades del personal al servicio de las Administraciones Públicas.
9. Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público.
10. Ley 8/1998, de 9 de diciembre, de Fundaciones de la Comunidad Valenciana.
11. Decreto 68/2011, de 27 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Fundaciones de la Comunitat Valenciana.
12. Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local.
13. Ley 2/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana
14. Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.
15. Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
16. Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.
17. Ley 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la Normativa de la Unión Europea.
18. 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 pequeñas y medianas entidades sin fines lucrativos.
19. Normativa fiscal y contable aplicable a la Fundación y demás normativa que sea de aplicación en función de su naturaleza jurídica.

Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana

Informe de Auditoria Operativa de 2020

Grant Thornton
Avda. Aragón, 30 13º A
(Edificio Europa)
46021 VALENCIA
T +34 96 337 23 75
F +34 96 337 15 19
valencia@es.gt.com
www.grantthornton.es

INFORME DE AUDITORÍA OPERATIVA

A la Dirección de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

1. Hemos auditado las cuentas anuales de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA (la Fundación) que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2020, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica y la memoria de actividades correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha. Al concluir nuestra auditoría, hemos emitido nuestro informe de auditoría de fecha 5 de marzo de 2021, en el que hemos expresado una opinión favorable.
2. Durante la realización de la auditoría de las cuentas anuales de la Fundación, hemos llevado a cabo un examen de su estructura y organización interna para valorar los sistemas y procedimientos establecidos para realizar sus actividades de forma eficaz, eficiente y económica. El trabajo ha consistido en la revisión y el análisis de las áreas de actuación de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA, sus procedimientos operativos, la gestión de los recursos y el logro de los objetivos. Asimismo, en relación con la auditoría de las cuentas anuales de la Fundación correspondientes al ejercicio 2020, realizamos una revisión del sistema de control interno instaurado por la Fundación al objeto de determinar su grado de fiabilidad y establecer, en base al resultado del mismo, la naturaleza, planificación y amplitud de las pruebas aplicables.
3. Como resultado de nuestra revisión y en base al alcance del trabajo descrito, se han puesto de manifiesto una serie de posibilidades de mejora en el control interno, en los sistemas de información y en la gestión de las operaciones realizadas por FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA que se detallan a continuación. Sin embargo, dada la naturaleza del examen realizado, que no incluye la revisión de todos los procedimientos y técnicas de control y no fue diseñado con el fin de preparar recomendaciones detalladas sobre todos los procedimientos operativos de la Fundación ni para emitir una opinión sobre su control interno, pueden existir observaciones adicionales a las que se recogen en nuestro informe.

Grant Thornton



José Enrique Contell García

30 de julio de 2021

1. INTRODUCCIÓN

Dentro de los objetivos de la auditoría del Sector Público, se incluye el evaluar el grado de eficacia en el logro de los objetivos previstos, así como evaluar si la gestión de los recursos se ha desarrollado de forma económica y eficiente. Todo ello conlleva necesariamente que deba existir una serie de estados que permitan evaluar los conceptos anteriormente citados y que se resuman a continuación:

1. La eficacia se mide por el grado de cumplimiento de los objetivos contenidos en los programas de actuación.

La evaluación de la eficacia no puede realizarse sin la existencia de una planificación concreta en unos programas, en los que los objetivos aparezcan claramente establecidos y cuantificados.

2. Una actuación es eficiente cuando con unos recursos determinados se obtiene un resultado máximo, o que con un resultado determinado se utilizan los mínimos recursos.

La evaluación de la eficiencia comprende el estudio de:

- ✓ El rendimiento del servicio prestado en relación con su coste.
- ✓ La comparación de dicho rendimiento con una norma previamente establecida.
- ✓ Las recomendaciones para mejorar los rendimientos estudiados.

3. La economía se produce cuando se adquieren los recursos apropiados al más bajo coste.

La evaluación de la economía comprende el conocimiento, determinación y comparación con los correspondientes patrones, de los siguientes aspectos:

- ✓ Conocimiento real de las necesidades que deben ser atendidas y comparación con los recursos adquiridos para atenderlas.
- ✓ Determinación de calidades aceptables.
- ✓ Estudio de las condiciones de adquisición.
- ✓ Grado de utilización de los bienes y servicios adquiridos.

Principios de la Auditoría Operativa

La auditoría operativa se basa en dos principios básicos:

1. Principio de eficacia, eficiencia y economía: la Administración Pública debe ser dirigida de forma que pueda utilizar los fondos públicos de la mejor manera posible.
2. Principio de responsabilidad: las personas que administran los fondos públicos deben ser responsables de una gestión prudente y eficiente de los mismos.

Objeto de la Auditoría Operativa

La auditoría operativa tiene por objeto verificar los siguientes puntos:

1. Si se han obtenido los objetivos propuestos.
2. Si existen otras alternativas más económicas de obtener los niveles de servicio requeridos.
3. Si la administración está gestionada correctamente.
4. Si la organización estudiada está obteniendo recursos cuyo coste es adecuado a la rentabilidad que se obtiene de los mismos.
5. Si todos los servicios prestados son necesarios.
6. Si es necesario desarrollar nuevos servicios.
7. Si la media de las realizaciones y el sistema de información económica suministran de forma adecuada el grado de eficacia, eficiencia y economía obtenido.

Condiciones previas para un sistema operativo

Para que pueda existir la posibilidad de realizar una evaluación en términos de eficacia, eficiencia y economía es necesario que se den las siguientes condiciones:

1. Los objetivos deben estar claramente definidos y deben ser medibles y cuantificables.
2. Debe existir un plan de actuaciones dirigido a la obtención de los objetivos anteriormente definidos de la forma más eficaz y eficiente.
3. Los puestos de trabajo, sus funciones y responsabilidades deben estar claramente establecidas.
4. Debe disponerse de suficiente información en relación a los costes y rendimientos que se obtienen e información estadística lo suficientemente amplia y fiable para que exista la posibilidad de realizar comparaciones óptimas.

Problemática para la evaluación del grado de eficacia, eficiencia y economía

La problemática para la evaluación del grado de eficacia, eficiencia y economía se produce, fundamentalmente, por las siguientes razones:

1. En ocasiones se dispone de información para la obtención de indicadores de eficacia, y economía, pero, por un lado, la citada información no es tratada con el objeto de obtener dichos indicadores, y por otro lado, no existen patrones ni parámetros previamente establecidos para poder realizar las comparaciones pertinentes.
2. No se dispone de información suficiente para poder cuantificar la consecución de objetivos.

2. NATURALEZA Y ACTIVIDAD DE LA FUNDACIÓN

La Fundación fue constituida en València, el 24 de septiembre de 1990, como Fundación Cultural Privada con el nombre de Fundación Turismo Valencia Convention Bureau de la Comunidad Valenciana. Tras el cambio en su Presidencia en julio 2015, la Fundación aprobó dos reformas estatutarias: la primera, en la Junta Ordinaria celebrada por su Patronato el 22 de diciembre de 2015, con el fin de reforzar la tutela municipal; y la segunda en la Junta Ordinaria del 16 de diciembre de 2016, con los objetivos fundamentales de adaptar la Fundación a la 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". Ambas modificaciones estatutarias fueron inscritas 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.

La Fundación se considera en contabilidad nacional una unidad institucional pública dependiente del Ayuntamiento de València, quedando sujeta al control de la gestión económico-financiera y fiscalización por parte del citado Ayuntamiento.

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.

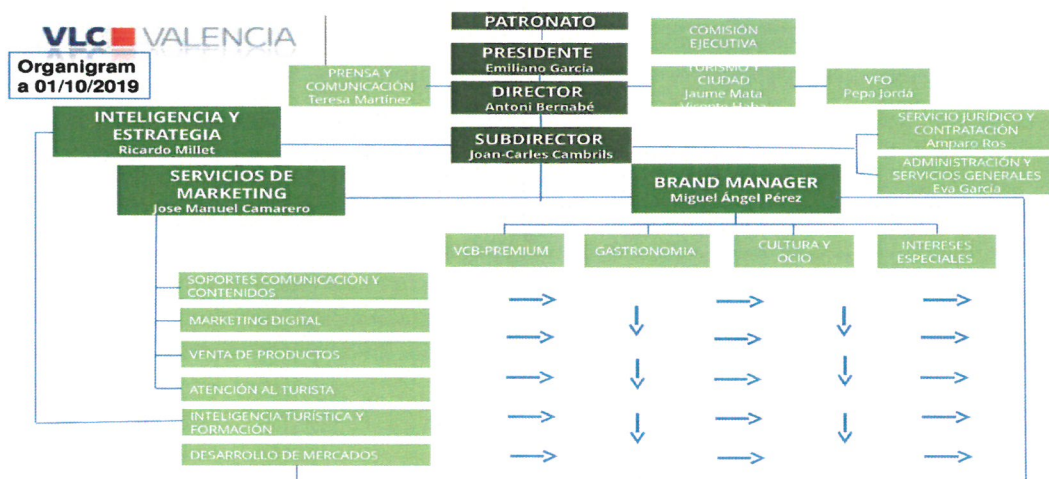
La Fundación desarrolla todas las actividades necesarias para el cumplimiento de su objeto fundacional preferentemente en el ámbito de la Comunitat Valenciana, sin perjuicio de que las mismas tengan repercusión también en el ámbito nacional e internacional.

Estructura organizativa

De acuerdo con los Estatutos de la Fundación, el gobierno, la administración y la representación corresponden al Patronato. La Comisión Ejecutiva y el Director-Gerente ejercerán aquellas facultades encomendadas por los Estatutos o para las que hayan sido apoderados por el Patronato.

La gestión del personal de la Fundación, que comprende las distintas situaciones que se pueden producir desde el comienzo de la relación laboral hasta su extinción, viene establecida por el convenio colectivo aplicable y por las disposiciones que establezca el Director-Gerente, bajo las directrices del Patronato.

El actual organigrama departamental y funcional, en base a las distintas actividades que desarrolla la Fundación, tal como figura en el Portal de Transparencia de su página web, es el siguiente:



La reestructuración organizativa llevada a cabo por la Fundación, con la implantación de un organigrama que define con claridad la estructura y funciones de cada departamento, así como los distintos niveles de responsabilidad, incluyendo la descripción de cada puesto de trabajo, pretende potenciar la coordinación entre departamentos y personas, así como la comunicación interna actual.

Procedimientos administrativos y de gestión

La Fundación cuenta con diversas certificaciones de calidad (ISO9001 Sistema de Gestión de Calidad, ISO14001 Sistema de Gestión Ambiental, y UNE170001-2 de Accesibilidad Universal en 3 oficinas de atención al turista), así como la Q de calidad para Convention Bureau y la red de oficinas de información turística. En el ejercicio 2019 finalizó el proceso de revisión de todos los procedimientos administrativos y del sistema documental para adecuarlos completamente a la situación jurídica de la Fundación y a su nueva estructura.

La Fundación formula sus cuentas anuales de acuerdo con los principios y criterios contables obligatorios y siguiendo 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.

La Fundación posee un grado de mecanización razonable que permite disponer de la suficiente información. Los registros contables se encuentran debidamente actualizados y sin que se hayan producido cambios en el personal del área económico-financiera.

El presupuesto de la Fundación tiene un notable carácter informativo de cara a la confección de las cuentas anuales, presentando las actividades ejecutadas con sus correspondientes costes e ingresos vinculados. La ejecución presupuestaria debe permitir el conocimiento de la totalidad de los costes incurridos, poniendo en relación los costes con los objetivos, y su comparación entre lo realmente ejecutado y lo presupuestado. Asimismo, el presupuesto debe posibilitar:

- a) Comprometer al personal clave de la Fundación en la consecución de los objetivos de gestión fijados en los presupuestos, así como en la elaboración de los mismos.
- b) Detectar de forma rápida las desviaciones significativas que se produzcan disponiendo, en consecuencia, de un instrumento de gestión ágil y útil en la toma de decisiones.
- c) Obtener los parámetros adecuados que permitan evaluar la consecución de los objetivos de cada área funcional.

El control presupuestario exige realizar un análisis de las desviaciones ocurridas. La parte más relevante del análisis de desviaciones es la evaluación detallada de cada una de las variables que condicionan directa e indirectamente los resultados obtenidos.

La Fundación cuenta con un sistema de indicadores que se establecen conjuntamente por el Director de Estrategia e Inteligencia y los Jefes de Área para cada una de las cuatro estrategias del Plan Estratégico Turístico de València, aprobándose los objetivos e indicadores en Comité de Dirección al inicio del ejercicio. Este sistema de indicadores facilita la evaluación de los principales objetivos de la Fundación y su grado de cumplimiento, de acuerdo al plan turístico vigente. Actualmente, ya se ha publicado un conjunto de cuadros de mando sobre información estadística y de big data turística (disponible en <https://www.visitvalencia.com/sit>), que permite una gestión más eficiente de la información, tanto en la fase de recogida de datos como en la de difusión.

De la revisión de las actividades desarrolladas por la Fundación, no se han puesto de manifiesto gastos innecesarios o inadecuados, o cuyos precios no se ajusten a los que puedan considerarse de mercado.

3. PLAN DE ACTUACIONES 2020

El Plan de Actuaciones para el ejercicio 2020, aprobado por el Patronato de la Fundación celebrado el 20 de diciembre de 2019, compuesto por el presupuesto y el programa de actuaciones para el citado ejercicio, detalla los recursos necesarios para llevar a cabo las actuaciones de acuerdo al Plan Estratégico Turístico de València. De acuerdo con el citado Plan Estratégico, las cuatro estrategias que debe acometer la Fundación son las siguientes:

Estrategia 1. Crear valor para el visitante

Incrementar el atractivo de la ciudad, a través del desarrollo de 11 programas de producto por especialización y para segmentos de demanda más diversos.

Estrategia 2. Actualizar la marca València y promoción más segmentada y tecnológica en mercados

Promoción más segmentada, generando nuevos contenidos para diferentes soportes y adecuados a cada perfil de demanda concreta. Nuevo portal con todas sus ventajas tecnológicas y nuevas funcionalidades.

Estrategia 3. Un destino inteligente y sostenible

Mejorar la información cuantitativa y cualitativa sobre el funcionamiento y los efectos del turismo, aprovechando las oportunidades y evitando las amenazas.

Estrategia 4. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa

Medidas que no requieren de asignaciones presupuestarias suplementarias a las que se aplican para el mantenimiento de la estructura de personal y actividades corrientes. Se trata de mejorar la eficiencia y la transparencia cambiando la manera de organizarse y operar.

En el ejercicio 2020, la Fundación ha llevado a cabo las siguientes actividades contenidas en el Plan de Actuaciones:

Actividad 1. Materiales para la línea de negocio

Actividad de carácter mercantil, que tiene como finalidad la 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.

El resumen de su ejecución en el ejercicio 2020 es, en euros, el siguiente:

Gastos / Inversiones	Materiales para la línea de negocio			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-	-43.644,15	-43.644,15	-100,0
Aprovisionamientos	3.380.000,00	928.090,52	-2.451.909,48	-72,5
Gastos de personal	820.078,25	727.370,75	-92.707,50	-11,3
Otros gastos de explotación	136.570,00	108.267,12	-28.302,88	-20,7
Amortización del inmovilizado	15.800,00	9.105,33	-6.694,67	-42,4
Gastos financieros	350,00	277,83	-72,17	-20,6
Subtotal gastos	4.352.798,25	1.729.467,40	-2.623.330,85	-60,3
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	13.750,00	20.943,30	7.193,30	52,3
Cancelación de deuda no comercial	4.250,00	4.188,32	-61,68	-1,5
Subtotal inversiones	18.000,00	25.131,62	7.131,62	39,6
Total Recursos empleados	4.370.798,25	1.754.599,02	-2.616.199,23	-59,9

Recursos humanos	Materiales para la línea de negocio			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Personal asalariado	20,50	23,75	3,25	15,9
Nº horas/año	34.389	39.841	5.452	15,9

Actividad 2. Estrategia crear valor para el visitante

Actividad de carácter fundacional, con la finalidad de crear valor para el visitante articulando una oferta diversa y atractiva que responde y supera sus expectativas.

El resumen de su ejecución en el ejercicio 2020 es, en euros, el siguiente:

Gastos / Inversiones	Estrategia crear valor para el visitante			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Gastos de personal	1.115.306,42	931.034,56	-184.271,86	-16,5
Otros gastos de explotación	987.735,20	782.702,28	-205.032,92	-20,8
Amortización del Inmovilizado	18.960,00	10.926,40	-8.033,60	-42,4
Gastos financieros	476,00	355,62	-120,38	-25,3
Subtotal gastos	2.122.477,62	1.725.018,86	-397.458,76	-18,7
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	18.700,00	25.131,96	6.431,96	34,4
Cancelación de deuda no comercial	5.780,00	5.361,04	-418,96	-7,3
Subtotal inversiones	24.480,00	30.493,00	6.013,00	24,6
Total Recursos empleados	2.146.957,62	1.755.511,86	-391.445,76	-18,2

Recursos humanos	Estrategia crear valor para el visitante			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Personal asalariado	26,50	26,75	0,25	0,9
Nº horas/año	44.454	44.873	419	0,9

Actividad 3. Acciones encaminadas a la marca y promoción en mercados

Actividad de carácter fundacional, que tiene como finalidad desarrollar planes específicos en cada mercado relevante atendiendo al número de emisión de turistas, tanto para difundir la imagen de la marca como para actuar sobre los canales adecuados. Actuación en mercados con conexiones directas, o en zonas de población con fuerte potencial emisor.

La comercialización se dirige a los operadores que venden por internet. En los mercados internacionales la promoción se realiza mediante la colaboración directa con touroperadores. Asimismo, mediante prescriptores que puedan influir sobre los comercializadores y sobre la opinión pública.

El resumen de su ejecución en el ejercicio 2020 es, en euros, el siguiente:

Gastos / Inversiones	Acciones encaminadas a la marca y promoción en mercados			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Gastos de personal	688.865,73	814.655,24	125.789,51	18,3
Otros gastos de explotación	1.559.101,80	1.424.894,01	-134.207,79	-8,6
Amortización del Inmovilizado	142.200,00	81.948,00	-60.252,00	-42,4
Gastos financieros	294,00	311,17	17,17	5,8
Subtotal gastos	2.390.461,53	2.321.808,42	-68.653,11	-2,9
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	133.550,00	188.489,69	54.939,69	41,1
Cancelación de deuda no comercial	3.570,00	4.690,91	1.120,91	31,4
Subtotal inversiones	137.120,00	193.180,60	56.060,60	40,9
Total Recursos empleados	2.527.581,53	2.514.989,02	-12.592,51	-0,5

Recursos humanos	Acciones encaminadas a la marca y promoción en mercados			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Personal asalariado	13,50	18,25	4,75	35,2
Nº horas/año	22.646	30.614	7.968	35,2

Actividad 4. Acciones de estrategia de destino turístico inteligente y gobernanza

Actividad de carácter fundacional, con la finalidad de invertir en innovación y tecnología, que permita la integración de toda la información interesante para la toma de decisiones públicas y privadas más eficientes en términos de rentabilidad y sostenibilidad. La Fundación ha puesto en marcha una nueva estrategia, adaptando su organigrama y mejorando la colaboración público-privada mediante un estilo de gobernanza más participativo.

El resumen de su ejecución en el ejercicio 2020 es, en euros, el siguiente:

Gastos / Inversiones	Acciones de estrategia de destino turístico inteligente y gobernanza			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Gastos de personal	656.062,60	436.422,45	-219.640,15	-33,5
Otros gastos de explotación	401.256,00	193.488,78	-207.767,22	-51,8
Amortización del inmovilizado	139.040,00	80.126,93	-58.913,07	-42,4
Gastos financieros	280,00	166,70	-113,30	-40,5
Subtotal gastos	1.196.638,60	710.204,86	-486.433,74	-40,7
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	133.000,00	184.301,03	51.301,03	38,6
Cancelación de deuda no comercial	3.400,00	2.512,99	-887,01	-26,1
Subtotal inversiones	136.400,00	186.814,02	50.414,02	37,0
Total Recursos empleados	1.333.038,60	897.018,88	-436.019,72	-32,7

Recursos humanos	Acciones de estrategia de destino turístico inteligente y gobernanza			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Personal asalariado	12,50	9,25	-3,25	-26,0
Nº horas/año	20.969	15.517	-5.452	-26,0

El resumen de la ejecución de todas las actuaciones en el ejercicio 2020 es, en euros, el siguiente:

Gastos / Inversiones	Total actuaciones ejercicio 2020			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-	-43.644,15	43.644,15	100,0
Aprovisionamientos	3.380.000,00	928.090,52	-2.451.909,48	-72,5
Gastos de personal	3.280.313,00	2.909.483,00	-370.830,00	-11,3
Otros gastos de explotación	3.084.663,00	2.509.352,19	-575.310,81	-18,7
Amortización del inmovilizado	316.000,00	182.106,67	-133.893,33	-42,4
Gastos financieros	1.400,00	1.111,32	-288,68	-20,6
Subtotal gastos	10.062.376,00	6.486.499,55	-3.575.876,45	-35,5
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	299.000,00	418.865,97	119.865,97	40,1
Cancelación de deuda no comercial	17.000,00	16.753,26	-246,74	-1,5
Subtotal inversiones	316.000,00	435.619,23	119.619,23	37,9
Total Recursos empleados	10.378.376,00	6.922.118,78	-3.456.257,22	-33,3

En relación a los gastos presupuestados para el ejercicio 2020 destacan, en términos cuantitativos, los gastos correspondientes a Aprovisionamientos, que son los que más variación han sufrido, en concreto disminuyendo. En términos porcentuales, la Variación de existencias ha tenido la mayor variación, ya que no se había previsto su realización.

Respecto a las inversiones previstas, las adquisiciones de inmovilizado se han ejecutado por cuantía notablemente superior a su estimación inicial, básicamente se trata de la adquisición de aplicaciones informáticas, por importe de 275.859,43 euros.

La cancelación de las deudas no comerciales, derivadas de los arrendamientos financieros concertados por la Fundación, se ha realizado ajustándose a la previsión establecida para el ejercicio 2020.

Recursos humanos	Total actuaciones ejercicio 2020			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Personal asalariado	73	78	5	6,8
Nº horas/año	122.458	130.845	8.387	6,8

El personal de la Fundación en el ejercicio 2020 se ha incrementado sobre la previsión inicial en un total de 5 personas. El citado incremento, que no tiene carácter estructural, corresponde a contrataciones de personal temporal por sustituciones derivadas de bajas por enfermedad, suplencias por vacaciones o determinados servicios puntuales de información turística.

El ratio de las horas trabajadas e imputadas a las acciones desarrolladas por la Fundación en el ejercicio 2020 ha ascendido a 1.677,50 horas/persona, manteniéndose estable respecto al ejercicio 2019.

Los recursos obtenidos en el ejercicio 2020 se resumen, en euros, de la siguiente manera:

Ingresos	Total actuaciones ejercicio 2020			
	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Ingresos ordinarios activ. mercantiles	4.691.700,00	1.003.384,75	-3.688.315,25	-78,6
Subvenciones del Sector Público	4.977.676,00	5.447.989,32	470.313,32	9,4
Aportaciones privadas	391.000,00	-	-391.000,00	-100,0
Otros ingresos	2.000,00	12.425,26	10.425,26	521,3
Total Ingresos obtenidos	10.062.376,00	6.463.799,33	-3.598.576,67	-35,8

Como puede observarse del cuadro anterior, excepto las subvenciones del sector público, que han tenido un notable aumento respecto a la cuantía presupuestada, y los otros ingresos, el resto de los conceptos han disminuido significativamente sobre los previstos. En términos cuantitativos los ingresos correspondientes a las actividades mercantiles desarrolladas por la Fundación son los que más disminuyen, mientras que porcentualmente las aportaciones privadas son las que sufren mayor disminución.

A continuación se muestra el resumen del resultado presupuestario del ejercicio 2020, junto con el estado y grado de ejecución alcanzado:

	Previsto	Realizado	Variación	% Variación
Total Ingresos	10.062.376,00	6.463.799,33	-3.598.576,67	-35,8
Total Gastos	10.062.376,00	6.486.499,55	-3.575.876,45	-35,5
Resultado del presupuesto ordinario	-	-22.700,22	22.700,22	100,0
Total inversiones	316.000,00	435.619,23	119.619,23	37,9
Liquidación del presupuesto ordinario	-316.000,00	-412.919,01	-96.919,01	-33,3

Los ingresos han disminuido un 35,8% sobre los previstos inicialmente, consecuencia de la incidencia de la pandemia sanitaria del COVID-19, alcanzando un total de 6.463.799,33 euros, mientras que los gastos se han ajustado con una disminución del 35,5%, situándose en 3.575.876,45 euros. El resultado final del presupuesto ordinario es negativo en 22.700,22 euros.

Considerando el importe de las inversiones efectuadas en el ejercicio 2020, por importe de 435.619,23 euros, la liquidación del presupuesto ordinario presenta un saldo negativo de 412.919,01 euros.

La memoria de actividades fundacionales, incluida en las cuentas anuales del ejercicio 2020, que sigue la estructura del Plan Estratégico 2017-2020, diseñado en el ejercicio 2016 en colaboración con el sector y aprobado por el Pleno del Ayuntamiento de València en junio de 2017, presenta información descriptiva y detallada de las acciones acometidas en cada una de las cuatro estrategias definidas por la Fundación:

- I. Crear valor para el visitante
- II. Actualizar la marca València
- III. Un destino más inteligente
- IV. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa

Las anteriores estrategias se desarrollan a través de 11 planes y 42 programas.

El desarrollo turístico de la ciudad se plantea con la implicación del conjunto de áreas municipales y apuesta por la generación de sinergias con otras Administraciones y con el conjunto de empresas del sector para mejorar el posicionamiento internacional de València. El nuevo modelo turístico definido en el Plan Estratégico 2017-2020 plantea tres objetivos:

1. Crecer con un posicionamiento por productos y mercados diferenciado, con capacidad para generar más riqueza y empleo en la ciudad.
2. Maximizar los beneficios del turismo, en clave de sostenibilidad medioambiental y puesta en valor del patrimonio histórico, cultural y natural.
3. Implementar un modelo de gestión del destino desde una visión integral, más colaborativa y con mayor protagonismo empresarial.

Los objetivos para el ejercicio 2020 se han visto afectados por la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el brote del coronavirus COVID-19. El Patronato de la Fundación celebrado el 29 de julio de 2020 aprobó un “Plan de Estímulo al Turismo”, necesario para adaptar el Plan de Actuaciones y el Plan Estratégico de Turismo València 2020 a las nuevas circunstancias provocadas por el COVID-19.

El Plan de Estímulo al Turismo, con el fin de impulsar la recuperación turística en València en el marco del escenario de crisis económica y sanitaria, incorpora objetivos a corto y medio plazo para ofrecer apoyo al sector, reactivar la oferta y la demanda turística y reforzar la imagen de confianza y seguridad del destino. Se puso en marcha con los siguientes objetivos:

1. Situar la sostenibilidad y la inteligencia en el centro de la estrategia
2. Progresar en la implantación de la estrategia de marketing digital
3. Fomentar la reactivación de la oferta turística y el consumo local
4. Recuperar la demanda turística y la conectividad
5. Reforzar los negocios locales y apoyar a las empresas
6. Involucrar a la sociedad local en la reactivación

El citado plan se sostiene, de forma resumida en los siguientes planes y programas:

Plan Destino inteligente y sostenibilidad

- 1.- Programa destino sostenible
- 2.- Programa destino inteligente

Plan Marketing Digital

- 3.- Programa identidad y posicionamiento de marca
- 4.- Programa desarrollo de soluciones digitales para el marketing

Plan Reactivación de la demanda turística

- 5.- Programa nueva creatividad “Modo València On”
- 6.- Programa oferta de valor
- 7.- Programa fomento consumo local
- 8.- Programa de promoción en mercados
- 9.- Programa activación conectividad aérea
- 10.- Programa impulso turismo MICE
- 11.- Programa reactivación de rodajes

Plan Apoyo al sector

- 12.- Programa de monitorización
- 13.- Programa de información de valor al sector
- 14.- Programa de ayudas municipales
- 15.- Programa de refuerzo de la imagen del turismo

Adicionalmente, la Fundación adoptó la totalidad de medidas sanitarias de acuerdo con las recomendaciones de las autoridades sanitarias y laborales, en función de la evolución de la pandemia. Asimismo, se aprobaron medidas de gestión del teletrabajo, reincorporándose el personal al trabajo presencial en función de las situaciones especiales de los diferentes colectivos.

El cumplimiento de los objetivos del ejercicio 2020 se han visto condicionados significativamente por la pandemia. La drástica reducción de turistas ha implicado una actividad nula o muy reducida durante la mayor parte de ejercicio, en materia de atención a viajeros y, como consecuencia, ha limitado la capacidad para obtener ingresos privados. Igualmente, la actividad promocional presencial se ha visto reducido a su mínima expresión, si bien una parte se ha realizado mediante encuentros online con agentes de los distintos mercados.

Sin embargo, respecto a las actividades en materia de digitalización interna y la implantación de herramientas de marketing, se ha puesto en marcha la construcción de un nuevo CRM, que facilitará la intervención de la Fundación en los mercados B2B, y la ampliación del Sistema de Gestión de Destino (SIT) y mejora de aplicaciones de marketing para obtener una mayor eficiencia en la interlocución con el visitante. Asimismo, se ha acelerado la implementación de aplicaciones del entorno Microsoft para el trabajo colaborativo y a distancia (Teams, Sharepoint, Azure, etc.), con la previsión de licitar a finales del 2021 el inicio de un nuevo sistema de gestión interno.

Adicionalmente, en materia de sostenibilidad, València ha destacado por ser la primera ciudad que establece un sistema que permite monitorizar el impacto ambiental del turismo.

4. CONCLUSIONES

Como resultado del trabajo realizado se presentan a continuación, de forma resumida, las conclusiones más destacables:

- En el ejercicio 2020, la Fundación ha puesto en marcha mejoras en materia de digitalización interna y en el desarrollo de las aplicaciones que posibilitan una mayor eficiencia en la gestión de los productos y servicios ofertados, en apoyo del sector turístico de València.
- No se han puesto de manifiesto gastos inadecuados a las actividades desarrolladas por la Fundación.
- La Fundación ha tenido que realizar modificaciones en las actividades programadas para el ejercicio 2020 debido a los efectos de la situación ocasionada por el brote del coronavirus COVID-19, que ha incidido de manera notable en las ventas y los viajeros atendidos, así como en las acciones promocionales presenciales previstas.

5. RECOMENDACIONES

A la vista de las anteriores conclusiones se recomienda que la Fundación siga incidiendo en el desarrollo de todas aquellas herramientas que permitan, en el desarrollo de su planes y objetivos estratégicos, definir los indicadores adecuados, su cuantificación y los usuarios o beneficios previstos para cada actuación, adaptándolos a los significativos cambios que se vayan produciendo en función de un mercado turístico cada vez más cambiante y competitivo.

Grant Thornton
Avda. Aragón, 30 13º A
(Edificio Europa)
46021 VALENCIA
T +34 96 337 23 75
F +34 96 337 15 19
valencia@es.gt.com
www.grantthornton.es

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

Al Patronato de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA (la Fundación), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2020, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica y la memoria de actividades fundacionales correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Fundación a 31 de diciembre de 2020, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales* de nuestro informe.

Somos independientes de la Fundación de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Reconocimiento de ingresos por subvenciones originadas por la actividad de la Fundación

Los ingresos por la subvención de explotación recibida del Ayuntamiento de València han supuesto el 90% de los ingresos de la actividad propia del ejercicio 2020, realizada por la Fundación para el cumplimiento de sus fines fundacionales sin ánimo lucrativo por los que fue constituida. El reconocimiento de estos ingresos implica el cumplimiento de las condiciones y términos establecidos en la subvención de explotación aprobada a favor de la Fundación. Identificamos esta área como aspecto más relevante a considerar en la auditoría de la Fundación, de forma que identificamos como riesgo de incorrección material de nuestra auditoría el adecuado registro de estos ingresos, conforme a la normativa aplicable.

Nuestros procedimientos de auditoría han consistido en evaluar los procedimientos y criterios empleados por la Dirección de la Fundación para la justificación, cálculo, registro, aplicación legal y cobro de estos ingresos, en consonancia con la correspondiente subvención de explotación. Adicionalmente, hemos solicitado y analizado la confirmación por parte del Ayuntamiento de València.

Responsabilidad del Director Gerente en relación con las cuentas anuales

El Director Gerente es responsable de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, y del control interno que considere necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales, el Director Gerente es responsable de la valoración de la capacidad de la Fundación para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si el Director Gerente tiene intención de liquidar la Fundación o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de cuentas anuales

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales.

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.

- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la Fundación.
- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por el Director Gerente.
- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por el Director Gerente, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Fundación para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden ser causa de que la Fundación deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.


Nos comunicamos con el Director Gerente de la Fundación en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación al Director Gerente de la Fundación, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.

Grant Thornton, S.L.P. Sociedad Unipersonal

ROAC nº S0231



José Enrique Contell García

ROAC nº 2468

5 de marzo de 2021



GRANT THORNTON, S.L.P.

2020 Núm. 30/20/03147

SELLO CORPORATIVO: 96,00 EUR

Informe de auditoría de cuentas sujeto
a la normativa de auditoría de cuentas
española o internacional