



## PLAN DE ACTUACIONES AÑO 2025

### Introducción

#### PLAN ACTUACIONES 2025

### Introducción

Valencia encara 2025 con un crecimiento notable en el presente ejercicio impulsado por el aumento del turismo internacional y a pesar del impacto en la demanda turística que ha causado la DANA en los últimos dos meses del año. A falta de los datos definitivos de noviembre y diciembre, sin duda influidos por este efecto, se estima un total de 5,9 millones de pernoctaciones, lo que representa un aumento del 10% respecto a 2023. Entre enero y octubre, las pernoctaciones crecieron un 13%, alcanzando 5.345.497 frente a 4.725.726 del año anterior.

El mercado nacional presentó un descenso del 7%, mientras que el internacional creció un destacado 24%. Los principales emisores internacionales registraron incrementos significativos, destacando países como Bélgica (+32%), Alemania (+31%) y Estados Unidos (+21%).

En términos de ocupación hotelera, la media fue del 82% entre enero y octubre, con un ligero aumento del 1% frente a 2023. Sin embargo, se prevé una disminución al 77% al incluir los datos de los dos últimos meses, un 3% menos que el año pasado. Los meses de septiembre y mayo sobresalieron con ocupaciones del 90% y aumentos del 3%, respectivamente.

La rentabilidad hotelera también fue positiva, con un promedio de 121€ en ingresos por habitación (RevPAR) entre enero y octubre, un 7% más que en 2023. Marzo y septiembre destacaron con valores de 99€ y 120€, respectivamente, mientras que noviembre y diciembre se anticipan más débiles, con descensos en torno a los 65 € y 60 €. Por su parte, el empleo en hoteles registró un incremento del 7%, alcanzando 3.153 empleados hasta octubre.

En conclusión, pese al freno en los últimos meses debido a la DANA, Valencia cierra 2024 con un balance turístico positivo, marcado por el impulso internacional y la mejora en la rentabilidad hotelera.

Frente a este contexto, la Fundación ha puesto en marcha una serie de acciones de choque para afrontar las circunstancias de los últimos meses. Entre ellas destaca la campaña de reactivación más ambiciosa realizada hasta ahora por la Fundación Visit Valencia. Con una inversión de 1,5 millones de euros, incluye más de 50 acciones en 22 mercados y se extenderá hasta principios de 2025.

Bajo el lema "Verte en València nos alegra el corazón", la campaña combina diversos mercados y soportes para maximizar su impacto. Su principal objetivo es impulsar la recuperación del sector turístico, especialmente tras el retroceso provocado por las inundaciones del 29 de octubre.

A continuación, se presenta un resumen de las principales líneas de actuación planificadas para 2025.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



**Plan Actuaciones 2025**

**Inteligencia y Estudios**

En 2025 València continuará desarrollando su Sistema de Inteligencia Turística en el marco de Destino Turístico Inteligente (DTI), integrando tecnología avanzada y soluciones de inteligencia artificial para analizar datos que permitan tomar decisiones estratégicas. Se trabajará en la actualización de cuadros de mando con los que el SIT cuenta y en la ampliación de datos para generar conocimiento. Todo ello, haciendo del SIT una herramienta más intuitiva y fácil de utilizar. Además, se espera realizar una serie de estudios que contribuyan a generar conocimiento y ayuden a la toma de decisiones informadas en el sector y para la gestión de la ciudad; en este sentido, se profundizará en el impacto económico, social y medioambiental del turismo de cruceros, la conectividad aérea y el impacto económico del turismo general. También se espera estudiar el impacto de determinados mercados en el destino. Se organizarán eventos para el sector, publicando informes de valor que enriquecerán las perspectivas sobre los desafíos futuros. Además, Fundación Visit València reestructurará sus procesos internos para optimizar su sistema de gestión de la calidad.

**Ventas**

En el área de ventas se digitalizará la Valencia Tourist Card, para promover la accesibilidad, sostenibilidad e innovación para consolidar Valencia como destino inteligente adaptado a las necesidades del turista actual. Se instalarán 13 nuevos kioscos digitales y se ampliarán los puntos de venta para mejorar la experiencia de compra al visitante y fomentar la venta de servicios de nuestros asociados. Se colaborará con Inteligencia y Estudios en el desarrollo de cuadros de mando avanzados para analizar patrones de uso y compra por los turistas, agilizando procesos y adaptando la oferta turística a las preferencias actuales. Esta acción además contribuirá a identificar tendencias de forma temprana, así como proporcionar a los asociados datos relevantes sobre ventas y el rendimiento de la VTC. Junto con el Área de Producto y Gobernanza de Asociados, se trabajará en la ampliación del número y tipo de establecimientos adheridos a la VTC para ofrecer una oferta más diversificada. Conjuntamente con el Ayuntamiento y otros socios, se trabajará en el desarrollo de una Tarjeta VTC MICE, que permitirá mejorar la experiencia en destino de este tipo de turista, así como generar datos, lo que nos permitirá adaptar las estrategias a sus necesidades. Por último, se trabajará en el análisis de procesos de venta para optimizar y simplificar los procedimientos actuales, facilitando un trabajo más eficiente y ágil.

**Marketing**

En marketing se avanzará hacia la modernización del ecosistema digital con una Super App conectada a la Plataforma Inteligente de Destinos (PID), herramientas interactivas y portales web renovados con nueva estructura de contenidos para mejorar el posicionamiento del destino. La integración de encuestas mejoradas y el uso de WhatsApp en campañas de marketing facilitarán la comunicación personalizada. Se reforzará la visibilidad del destino mediante estrategias SEO y campañas SEM, consolidando València como un referente digital y se colaborará con Ventas y Postventa en el conocimiento del turista que llega al destino y la generación de datos para el Sistema de Inteligencia Turística.

La Fundación también fortalecerá su imagen de marca basada en sostenibilidad, innovación y autenticidad. La campaña “Verte en València nos alegra el corazón” continuará promoviendo la conexión emocional con los turistas, mientras que la campaña “Destino Valencia 2025” buscará atraer nuevos visitantes y fidelizar a los existentes. A través de acciones como el World Paella

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Day y la promoción de su patrimonio gastronómico, se posicionará la ciudad como un destino único en turismo culinario sostenible, en colaboración con el Área de Producto y la de Mercados. La difusión de eventos y festividades se ampliará mediante boletines informativos y redes sociales con mayor alcance.

**Postventa**

En postventa se optimizarán los horarios y la gestión del personal en oficinas de turismo, introduciendo coordinadores que supervisarán las operaciones diarias y mejorarán la eficiencia del proceso de información turística, contribuyendo a una mejor gestión. Se trabajará en la monitorización y mejora del servicio desplegando auditorías periódicas con clientes misteriosos y programas de formación continua para potenciar los puntos fuertes y mitigar las debilidades. Además, se prevé diseñar infraestructuras clave, como la oficina de Playa y una nueva en la Ciudad de las Artes y las Ciencias, acciones enmarcadas en los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD). Igualmente, se avanzará en la digitalización del servicio para conocer más de cerca el comportamiento del turista en destino y nutrir de datos el Sistema de Inteligencia Turística (SIT) para contribuir a la toma de decisiones informada. Se promoverán alianzas estratégicas con actores locales e internacionales, destacando la oferta de las empresas asociadas y posicionando a València como un modelo de sostenibilidad y accesibilidad turística.

**Sostenibilidad y accesibilidad**

Elegida Capital Verde Europea en 2024, la Fundación plantea un programa de sostenibilidad ambicioso e integral para los años 2025-2027. Este programa incluye cinco subprogramas, abordando a) la monitorización de impactos del turismo a través de los trabajos desarrollados con el Ayuntamiento en el Observatorio de Sostenibilidad Turística (proyecto PSTD) y la integración de datos en el Sistema de Inteligencia Turística; b) la continuidad de los ejes turísticos de la Capital Verde Europea con el desarrollo de producto y la continuidad en la narrativa; c) el desarrollo de un plan de acción climática para contribuir a la neutralidad climática de la ciudad en 2030; d) la accesibilidad universal del destino turístico; y por último, e) el liderazgo internacional de la ciudad como destino sostenible y accesible. Lo anterior implicará acciones tales como formación en sostenibilidad, reducción de huella de carbono e hídrica, reducción de plásticos y certificaciones ISO y con el Global Sustainable Tourism Council que refuercen su posicionamiento global.

**Mercados y grandes proyectos**

En mercados se consolidará la recuperación turística tras las inundaciones de 2024 mediante campañas diversificadas en 22 mercados, promoviendo nuevas rutas aéreas y reactivando mercados tradicionales y emergentes, como México, USA, Países Nórdicos y China. Se realizarán ambiciosos planes de comunicación en colaboración con socios estratégicos, incluido Turespaña para el lanzamiento del Plan Valencia, amplificando las campañas de márketing lanzadas y adaptadas a cada mercado. Se participará en eventos clave como Routes Europe y World Routes. Además, iniciativas como el podcast del World Paella Day y la promoción del ajedrez moderno subrayarán aspectos culturales y distintivos de la ciudad.

**Productos y gobernanza de asociados**

Se trabajará en la diversificación de la oferta turística y en apoyar a las casi 500 empresas asociadas. Proyectos clave incluyen el fortalecimiento del sector MICE, con sostenibilidad como eje, y la promoción de Valencia como destino gastronómico, cultural, deportivo y de bienestar. Se impulsará la oferta de turismo de salud y la integración de rutas de compras locales. En

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



governanza, se revisará la estrategia de asociados, mejorando la interacción con asociados a través de un nuevo portal, eventos de networking y una Asamblea anual más dinámica.

En concreto, se prevé desarrollar actuaciones como el World Paella Day, la promoción de las Fallas, festivales gastronómicos, como Cuina Oberta o la quinta edición de Fest/In; apoyo a diferentes eventos, como La Maratón, el Ironman 70.3, el Día Mundial de la Tapa, etc.

Se colaborará de manera conjunta con entidades como la Fundación del Disseny, para mantener el Mapa del Disseny; se participará en la Music Cities Network; se llevará a cabo acciones de promoción de Valencia Gay Games 2026; y la Erasmus Student Network, o con FEDELE, durante la semana del español, entre otras.

Se prevé igualmente la asistencia a ferias especializadas como IMEX, IBTM, Fitur Sports, Fitur Screen o a encuentros de turismo deportivo; organizaremos también presentaciones de destino y acciones comerciales.

### VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PLAN DE ACTUACIONES SEGÚN TIPO DE ACTIVIDADES

El Plan de Actuación anual de Visit València se elabora de acuerdo con las indicaciones dadas por el Protectorado de Fundaciones de la Comunidad Valenciana (según Real Decreto 1491/2011). A continuación, se detalla la valoración económica de éste según los siguientes tipos de actividades definidas y la implicación de las distintas áreas en la ejecución de dichas actividades.

	A. 1 Materiales para la línea de negocio	A.2 Creación de valor para el visitante	A.3 Marca Valencia. Promoción en mercados	A.4 Destino Inteligente y Sostenible. Gobernanza colaborativa, transparente y eficiente.
Sostenibilidad				x
Inteligencia y Estudios				x
Márketing			x	
Producto y Gobernanza de Asociados		x		
Mercados y grandes proyectos			x	
Ventas		x		
Postventa	x			

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



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

**1. Identificación:**

Denominación: MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO.

Tipo de actividad: Mercantil.

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: Producción 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 en las oficinas de información turística.

Acciones a desarrollar:

- Optimización de la gestión de las oficinas.
- Mejora del servicio a partir de auditorías de cliente misterioso del servicio, plan de mejora y formación.
- Análisis y propuestas en el desarrollo de transformación de oficinas de turismo en centros de experiencia para ver el visitante. Rediseño de la oficina de playa e inicio de los trabajos para la implantación de una oficina en CAC.
- Verificación en materia de digitalización (contenidos y mensajes).
- Colaboración con redes de ciudades (oficinas de información turística) nacionales y europeas
- Fomento de la puesta en valor de asociados y colaboradores.

Lugar de desarrollo: Se distribuyen a través de la red de oficinas de atención al visitante y de la tienda online, así como a través de acciones promocionales, de asociados y de eventos destacados en la ciudad.

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

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	30,71	50.432
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. Objetivos:**

Postventa

- Convertir el servicio postventa en un factor de satisfacción para el visitante y un atributo de la marca Valencia.
- Ofrecer una atención excelente y personalizada al visitante.
- Aumentar la visibilidad de los servicios de los asociados.
- Reforzar la identidad de marca de Visit Valencia.
- Fortalecer la integración del servicio postventa en la Fundación Visit Valencia.
- Generar datos relevantes para el sistema de inteligencia turística (SIT) y análisis de la demanda.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



**ACTIVIDAD 2. ACCIONES DE LA ESTRATEGIA CREACIÓN DE VALOR PARA EL VISITANTE  
- PRODUCTOS.**

**1. Identificación:**

Denominación: ESTRATEGIA: CREAR VALOR PARA EL VISITANTE.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción:

La creación de valor para el visitante se plantea como la articulación de una oferta diversa y atractiva que responda a las expectativas de los visitantes, satisfaciendo sus necesidades y requerimientos específicos y que promueva, en consecuencia, el incremento del consumo y el gasto entre los visitantes. Además, se pone en valor aquellos productos que mejor se alinean con la estrategia del destino y que contribuyen a la autenticidad y diferenciación de éste como destino sostenible. Todo ello, con una toma de decisiones basada en el análisis del dato.

Acciones a desarrollar:

En Producto y Gobernanza de asociados:

- Revisar la estrategia de asociados, sus beneficios y aportaciones al programa, prestando una atención más personalizada y de valor.
- Valorar periódicamente el retorno de las acciones promovidas por Visit València a los asociados.
- Continuar estructurando el conjunto de la oferta y servicios turísticos de la ciudad en torno a programas de producto, promoviendo una gestión del marketing del destino más especializada y con mayor protagonismo empresarial.
- Priorizar las acciones dirigidas a los programas de MICE, Cultura y Ocio, Gastronomía y Sports.
- Continuar apostando por el desarrollo de otros programas de producto como el Shopping, Salud y Cruceros, Valencia Film Office y Fly Valencia.
- Promover el producto experiencial y el que mayor vinculación tiene con la identidad del destino, así como el espíritu creativo, innovador, abierto y hospitalario de los valencianos y valencianas y nuestro estilo de vida mediterráneo.
- Continuar invirtiendo, a través del programa València Film Office, en el conocimiento de la ciudad y de sus alrededores como escenario de realizaciones audiovisuales.
- Desarrollar acciones de generación de sinergias en el sector empresarial: desayunos sectoriales, *afterworks*, etc.
- Impartir formación/divulgación específica en temas de actualidad y tendencias al conjunto de asociados, aportando valor.

En Ventas:

- Digitalizar la Valencia Tourist Card e instalar 13 nuevos kioscos digitales para facilitar acceso y compra de servicios turísticos. Captar nuevos puntos de venta locales.
- Incrementar el número de establecimientos adheridos a la Valencia Tourist Card diversificando la oferta disponible y favoreciendo la redistribución de flujos turísticos hacia diferentes áreas de la ciudad.
- Generar y compartir indicadores clave para proporcionar a los asociados datos relevantes sobre ventas y el rendimiento de la Valencia Tourist Card. Desarrollar un cuadro de mando avanzado sobre el comportamiento del turista, incluyendo patrones de compra y uso de la Valencia Tourist Card.
- Analizar los procesos de venta para optimizar y simplificar los procedimientos actuales.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Lugar de desarrollo:

Las acciones se llevan a cabo a principalmente a nivel local, desde la perspectiva de la articulación de los programas de producto y a nivel nacional e internacional en las acciones de promoción y apoyo a la comercialización a través de workshops, asistencia a ferias especializadas, etc.

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

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	17,29	28.383
Personal voluntario		

**3. Beneficiarios de la actividad:**

La ciudad de València y sus habitantes, así como los viajeros que visitan la ciudad, siendo beneficiarios directos los agentes económicos relacionados con el sector turístico.

**4. Objetivos:**

En Productos y Gobernanza de Asociados

- Dinamización de la gobernanza y participación.
- Ser el referente a nivel internacional en la gestión de productos turísticos, promoviendo un destino sostenible e innovador, y liderando con datos precisos y estrategias efectivas para el crecimiento sostenido del turismo MICE, gastronómico, deportivo y cultural.
- Fomentar la colaboración y el compromiso de nuestros asociados a través de la innovación y el uso inteligente de los datos, para ofrecer experiencias turísticas sostenibles y de alta calidad para los segmentos MICE, gastronómico, deportivo y cultural.
- Crear un impacto positivo en el destino, aportando más valor económico y conocimiento, así como consolidando a Valencia como un destino turístico de excelencia.
- Conseguir información del uso de la VTC de 7 días.

En Ventas

- Digitalizar la VTC en todas sus modalidades e integrarla con el transporte público.
- Generar y compartir información relevante del uso de la VTC para gestión del destino y de las empresas asociadas.
- Mejorar la experiencia del visitante en pre-venta y postventa a través del Call center.
- Aportar valor al asociado a través de la difusión y venta de sus productos y a través de la VTC.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



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

#### 1. Identificación:

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

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

#### Descripción:

El uso de canales y medios digitales acompañan a un turista a lo largo de su ciclo de viaje, ya sea en las fases de inspiración, descubrimiento, la selección, la compra, el propio disfrute de la experiencia y la vuelta a casa y posterior valoración de la experiencia del viaje. El turista se ve rodeado de numerosos puntos de contacto digitales y presenciales con la marca València, construyéndose entre todos un imaginario de marca que debe responder a los atributos y narrativa que queremos transmitir. Ese comportamiento del consumidor nos obliga, en primer lugar, a seguir invirtiendo en los atributos generales de la marca València, con el fin de que el posicionamiento y la diferenciación del destino sean cada vez más potentes, más nítidos. Por otra parte, dado que los turistas esperan una experiencia individualizada, acorde con sus intereses y momento de compra, y gracias a la amplia oferta turística, extensa en diversidad de producto, la estrategia de marca también avanza hacia la máxima personalización y contextualización de la información. La promoción turística en mercados ha de ser más personalizada y, en ese desafío, la inteligencia de mercados, la creación de contenidos específicos por segmento, el uso de herramientas digitales de información y comunicación y la colaboración público-privada, siguen siendo los *drivers* para el crecimiento de la demanda y el aumento del gasto turístico en el destino.

En cuanto a la promoción digital de marca en mercados, seguiremos apostando por las herramientas de automatización de marketing para gestionar las campañas de *Inbound marketing*, campañas que se han mostrado altamente exitosas en resultados y que ya forman parte esencial de la promoción y captación de turistas que, por un lado, visitan la ciudad, y por otro, consumen productos y servicios turísticos. Acompañando a estas herramientas de automatización, se pretende dar un nuevo impulso tanto a las campañas de redes sociales en origen, especialmente en aquellas zonas de influencia de conexiones aéreas, como a las acciones de posicionamiento y campañas de marketing digital a través de las principales plataformas de búsqueda.

Dentro de la especialización y optimización de acciones, continuaremos actuando en mercados de proximidad, invertiremos en recuperar conexiones aéreas directas y en estar presentes en zonas geográficas con alto potencial emisor.

En esta actividad principal, en relación con la red de comercializadores, nuestras acciones de co-marketing se asocian con los operadores que venden por internet o con una extensa red de agencias minoristas. En los mercados intercontinentales la promoción es en colaboración directa con turoperadores. También nos dirigimos a aquellos prescriptores que influyen sobre los comercializadores y sobre la opinión pública (medios de comunicación, portales internet, blogs, redes sociales, etc.); contando con agencias de comunicación y relaciones públicas en los principales mercados europeos (España, Países Bajos, Bélgica, Italia, Francia, Alemania y Reino Unido), Estados Unidos y China.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Acciones a desarrollar:

- Reposicionar el destino Valencia tras las inundaciones de la DANA, a través de una inversión importante en campañas de promoción en mercados nacional e internacionales. Mercados: España, Italia, Países Bajos y Bélgica, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Austria, Suiza, Francia, Europa del Este, Países nórdicos, América (USA, Canadá y México), Asia, Oriente Próximo.
- Seguir invirtiendo en marketing online, especialmente en aquellas campañas que sirven para atraer potenciales turistas a nuestros canales de un modo especializado y rentable (redes sociales, posicionamiento, display marketing, co-marketings con terceros), y seguir desplegando campañas de inbound marketing en base a los nuevos Buyer Persona que se vayan definiendo, acciones que nos permiten de modo automatizado personalizar y contextualizar la oferta a cada uno de nuestros potenciales turistas.
- Mantener contacto continuo con prescriptores y agencias de viaje, turoperadores y líneas aéreas.
- Realizar acciones de *comarketing* en colaboración con grandes *partners* en cada mercado (aeropuertos, aerolíneas, mayoristas y minoristas de viajes, etc.).

Lugar de desarrollo:

Las acciones directas se realizan en cada mercado geográfico emisor, a través de presentaciones de destino, presencia activa en las principales ferias turísticas, jornadas de trabajo para generar contactos, reuniones de trabajo, acciones comerciales, acciones de *comarketing* con la base de clientes o con los intermediarios, etc. Las acciones inversas, se desarrollan en València, con viajes de familiarización, de prensa, apoyo a eventos y congresos organizados en València, etc.

Las acciones de inversión en nuevas herramientas, contenidos y campañas de marketing online se efectúan desde València, si bien su alcance es global.

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

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	15,29	25.099
Personal voluntario		

**3. Beneficiarios de la actividad:**

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

**4. Objetivos:**

En Márketing

- Posicionar la marca València de acuerdo con el nuevo modelo de ciudad y lograr una identidad de marca y narrativa diferenciadora, sólida y relevante. Velar por su correcta aplicación y reflejarla en todos los soportes utilizados por la Fundación.
- Integrar al ciudadano en nuestras comunicaciones para que sea consciente de los beneficios que ofrece el turismo, haciéndole ver su papel fundamental en el desarrollo turístico de la ciudad.
- Crear un argumentario común a todas las comunicaciones y canales de la Fundación basado en los valores de sostenibilidad, confiabilidad, autenticidad y estilo de vida.
- Dirigir todos los canales directos de relación y venta con el turista y apoyar, de forma especializada, al resto de proyectos y áreas de la fundación en aquellas actividades que tengan

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



que ver con los ámbitos de desempeño del área: (Campañas, diseño, contenidos, soluciones tecnológicas, comunicación y promoción, etc.).

En Mercados y grandes eventos:

- Promocionar el destino València a nivel nacional e internacional para mantener un crecimiento sostenible de la actividad turística en la ciudad.
- Enfocar la promoción en aquellos segmentos de mayor interés de acuerdo con la estrategia y el portfolio de productos turísticos.
- Aumentar la presencia en mercados internacionales más sostenibles y de mayor gasto turístico.
- Ampliar la cuota de mercado en los grandes países emisores europeos.

Id. Document: JmMa 8JPe 2RDT 7OHw 3tW2 C17x 4Qs=  
CÒPIA INFORMATIVA (NO VERIFICABLE EN SEU ELECTRÒNICA)

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



**ACTIVIDAD 4. ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS DE DESTINO INTELIGENTE Y SOSTENIBLE. GOBERNANZA COLABORATIVA, TRANSPARENTE Y EFICIENTE.**

**1. Identificación:**

Denominación: ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS DE DESTINO INTELIGENTE, SOSTENIBILIDAD Y GOBERNANZA.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción:

En 2025 la Fundación completará nuevas funcionalidades del sistema de inteligencia turística (SIT), incorporando más información sobre la demanda turística y cuadros dedicados a información interna de control de gestión de Visit València. Adicionalmente se desarrollarán operaciones en aspectos técnicos del sistema, como la transformación de las BBDD actuales y la integración en el ecosistema de gestión digital que se está construyendo.

Por otra parte, prosigue la digitalización con la construcción del ecosistema de gestión de la Fundación. La mejora de la ciberseguridad será objeto de nuevos trabajos que harán posible cumplir el Esquema Nacional de Seguridad (ENS).

También en materia de calidad, 172 empresas participan ya cuenta con el reconocimiento SICTED – Sistema Integral de Calidad Turística en Destino, programa en el que se seguirá trabajando. En 2025 se apoyará al servicio municipal en el desarrollo de los diversos proyectos del Plan de Sostenibilidad Turística del Destino (PSTD), tales como un sistema digital de indicadores del Observatorio de Sostenibilidad Turística. En esta línea, se abordará el análisis de sostenibilidad de esta actividad mediante el estudio de límite de crecimiento aceptable, así como la evaluación del nivel de sostenibilidad en destino de acuerdo con los criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

Continuando con la participación en la misión climática 2030 de la ciudad de Valencia, se continuará el cálculo de las huellas ambientales (de carbono y de agua) de la actividad, completando un ciclo iniciado en 2020 y que ha supuesto un hito mundial. A nivel interno, la Fundación elaborará su plan de acción climática, contribuyendo al objetivo de la neutralidad climática y los compromisos con la Declaración de Glasgow de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Finalmente, Fundación Visit València mantendrá la participación en redes y proyectos internacionales, como ONU Turismo, la alianza City DNa, la red de regiones y destinos turísticos europeos (Necstour) o el apoyo a proyectos del programa EuroMed sobre turismo en espacios protegidos o de valorización de la huerta.

En materia de gobernanza, seguiremos trabajando en reforzar la colaboración público – privada y entre las diferentes administraciones para asegurar la máxima interacción, complementariedad y el mejor resultado posible en beneficio del sector y del residente, promoviendo el uso eficiente de recursos públicos.

Fundación Visit València contribuirá a dinamizar las iniciativas ya puestas en marcha junto con la concejalía de Turismo y el Servicio de Turismo del Ayuntamiento de València, como el Consejo Municipal de Turismo, ente creado para la concurrencia de todos los actores públicos y privados valencianos relacionados con esta actividad: administración local, provincial, autonómica, sector turístico, sindicatos, vecinos y comercios, entre otros. También participará en las Comisiones de Trabajo que se deriven de este Consejo, así como en cualquier otro grupo de trabajo bilateral compuesto por otros Servicios del Ayuntamiento junto con el área de turismo.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Asimismo, se desarrollarán actuaciones relativas al ámbito de la sensibilización social acerca del turismo, abarcando residentes y visitantes, que irán desde un estudio de percepción hasta la implementación de acciones de concienciación e informativas que generen una mayor sensibilidad hacia el turismo, así como comportamientos sostenibles.

Otro aspecto clave desde el ámbito de la gobernanza es la edición de la Memoria de Sostenibilidad de la Fundación Visit Valencia. Un análisis interno clave que confirma el compromiso organizacional con los ODS y su voluntad de contribuir a que Valencia sea un destino más sostenible, con el fin de medir, comprender y comunicar el desempeño económico, ambiental y social de la organización. De esta forma, se podrán establecer objetivos y gestionar el cambio de la manera más efectiva. Se analizarán los aspectos tan importantes como el modelo de negocio de la entidad, aspectos medioambientales, aspectos sociales y relativos al personal, cuestiones relativas a los derechos humanos, medidas de lucha contra la corrupción y el soborno y aspectos relativos a la sociedad.

Del mismo modo, seguiremos trabajando en identificar y adoptar las mejores prácticas que otros destinos lleven a cabo, así como en transmitir las nuestras en los diferentes foros y estudios oportunos, para la mejora bidireccional de la gestión turística y su integración en los destinos urbanos en los que tiene lugar. Además, mejoraremos las vías de participación del sector en la actividad de la Fundación y reforzaremos a nivel operativo la transparencia y la eficiencia en la gestión.

Acciones a desarrollar:

En Inteligencia y Estudios:

- Implementación de nuevos cuadros de mando e indicadores de gestión interna y para el sector (se incluyen aquí indicadores de sostenibilidad para la monitorización de impactos de la actividad turística). Reconstrucción de la base de datos y mejoras técnicas del SIT.
- Creación de nuevas funcionalidades del ecosistema digital: gestión de contratación y compras, planificación, portafirmas, RRHH.
- Organización y participación en acciones formativas y divulgativas dando continuidad al posicionamiento de Valencia como destino sostenible, inteligente e innovador.
- Impulso de la sostenibilidad social.
- Avance en el desarrollo de políticas sostenibles de la Fundación.
- Elaboración de estudios y divulgación sectorial, de mercados y sobre el impacto del turismo en la ciudad.
- Contribución al desarrollo de la Plataforma Inteligente de Destino (PID).
- Desarrollo del Plan de Innovación Turística.
- Implementación de acciones innovadoras para la mejora de la eficiencia en el DMO.
- Fomento de la gestión ambiental y de criterios de accesibilidad. Superación de las auditorías de certificación de calidad de servicios turísticos de la Fundación.

En Sostenibilidad

- Contribuir al Observatorio de Sostenibilidad Turística del Ayuntamiento e integración de los indicadores en Sistema de Inteligencia Turística (SIT) de la Fundación.
- Continuar la narrativa y acciones en el marco de la Capital Verde Europea: rutas verdes, itinerarios climáticos, etc.
- Elaborar el Plan de Acción Climática del Turismo y reducir la huella de carbono, plástica e hídrica del destino.
- Consolidar el liderazgo y reconocimiento institucional a través de certificaciones y reconocimientos de prestigio.
- Generar producto y producir materiales y soportes accesibles (plano pictogramas, braille, etc.)
- Celebración del Congreso de Accesibilidad Turística Universal promovido por Tur4All.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Lugar de desarrollo: Estas acciones se desarrollan en la ciudad de València, si bien se participará en foros y actividades internacionales.

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

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	12,71	20.876
Personal voluntario		

**3. Beneficiarios de la actividad:**

El sector turístico, así como el conjunto de la ciudad de València y sus residentes.

**4. Objetivos:**

Los objetivos de la estrategia son:

En Inteligencia y Estudios

- Generar conocimiento para el sector turístico de la ciudad de cara a facilitar la toma de decisiones y para el sector público, con el objetivo de desarrollar las políticas públicas más adecuadas.
- Mejorar el conocimiento del turista potencial y real, antes durante y después del viaje.
- Contribuir al avance de la digitalización turística de la ciudad.
- Asegurar la calidad interna de los procesos y de los establecimientos del destino.
- Impulsar la calidad de los establecimientos del destino.

En Sostenibilidad:

- Proyectar Valencia como destino turístico sostenible, colaborando con administración, sector privado, expertos, turistas y residentes en la gestión de los impactos.
- Contribuir a la neutralidad climática de la ciudad para 2030.
- Monitorizar los impactos del turismo en la ciudad para asegurar un desarrollo turístico sostenible.
- Impulsar el posicionamiento de València como destino turístico inclusivo, accesible y acogedor para todas las personas, contribuyendo a la adaptación de los recursos turísticos.

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Plan de Actuaciones 2025

II. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES EMPLEADOS 2025

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1 LÍNEA DE NEGOCIO	Actividad 2 CREAR VALOR	Actividad 3 ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS	Actividad 4 DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	Total actividades
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	2.734.900,00				2.734.900,00
Aprovisionamientos	1.567.162,08	1.001.128,87	946.894,30	739.814,75	4.255.000,00
Gastos de personal	2.430.338,75	1.552.540,30	1.468.433,89	1.147.297,06	6.598.610,00
Otros gastos de explotación	59.666,34	38.115,83	36.050,97	28.166,86	162.000,00
Amortización del Inmovilizado					
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros	11.214,03	7.163,71	6.775,62	5.293,84	30.447,20
Gastos financieros					
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros					
Diferencias de cambio					
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros					
Impuestos sobre beneficios					
<b>Subtotal gastos</b>	<b>6.803.281,19</b>	<b>2.598.948,72</b>	<b>2.458.154,79</b>	<b>1.920.572,50</b>	<b>13.780.957,20</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	100.143,68	63.973,43	60.507,77	47.275,12	271.900,00
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico					
Cancelación de deuda no comercial					
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>100.143,68</b>	<b>63.973,43</b>	<b>60.507,77</b>	<b>47.275,12</b>	<b>271.900,00</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>6.903.424,87</b>	<b>2.662.922,15</b>	<b>2.518.662,56</b>	<b>1.967.847,62</b>	<b>14.052.857,20</b>

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



**Plan de Actuaciones 2025**

**Resumen del presupuesto de ingresos previstos.**

**III. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES OBTENIDOS.**

**A. Ingresos obtenidos por la entidad.**

INGRESOS	Previsto
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio	30.477,20
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias	
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	4.500.000,00
Subvenciones del sector público	8.747.032,80
Aportaciones privadas	396.000,00
Otros tipos de ingresos	70.000,00
<b>TOTAL INGRESOS OBTENIDOS</b>	<b>13.743.510,00</b>

**B. Otros recursos económicos obtenidos.**

OTROS RECURSOS	Previsto
Deudas contraídas	1.650.000,00
Otras obligaciones financieras asumidas	
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>1.650.000,00</b>

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080



Presupuesto de ingresos y gastos 2025.

Id. Document: JmMa 8JPe 2RDT 7OHw 3tW2 C17x 4Qs=  
CÓPIA INFORMATIVA (NO VERIFICABLE EN SEU ELECTRÒNICA)

GASTOS	
	EUROS
<b>1.- AYUDAS MONETARIAS</b>	<b>0,00</b>
<b>2.- APROVISIONAMIENTOS</b>	<b>2.734.900,00</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	2.734.900,00
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	
<b>3.- PERSONAL</b>	<b>4.255.000,00</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	1.567.162,08
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	1.001.128,87
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	946.894,30
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	739.814,75
<b>4. - AMORTIZACION</b>	<b>162.000,00</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	59.666,34
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	38.115,83
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	36.050,97
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	28.166,86
<b>5.- OTROS GASTOS</b>	<b>6.598.610,00</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	2.430.338,75
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	1.552.540,30
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	1.468.433,89
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	1.147.297,06
<b>6.- DOTACION PARA INSOLVENCIAS</b>	<b>0,00</b>
<b>7.- GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>30.447,20</b>
a.-Compras para Línea de Negocio	11.214,03
b.- Acciones Crear Valor para el Visitante	7.163,71
c.- Acciones Actualizar Marca y Mercados	6.775,62
d.- Acciones Destino Turístico Inteligente	5.293,84
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>13.780.957,20</b>

INGRESOS	
	EUROS
<b>1.- Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio</b>	<b>30.477,20</b>
<b>2.- Ventas y prestación de servicios de las actividades propias</b>	
<b>3.- Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles</b>	<b>4.570.000,00</b>
<b>4.- Aportaciones del sector público</b>	<b>8.747.032,80</b>
<b>5.- Aportaciones privadas.</b>	<b>396.000,00</b>
<b>6.- Otros tipos de ingresos</b>	<b>37.447,20</b>
<b>TOTAL INGRESOS OBTENIDOS</b>	<b>13.780.957,20</b>

Signat electrònicament per:

Antefirma	Nom	Data	Emissor cert	Núm. sèrie cert
SECRETARIA D'AREA III - SECRETARIA D'AREA III	JONATAN BAENA LUNDGREN	27/12/2024	ACCVCA-120	20497480045191398668 822985393903263855
REGIDOR/A DELEGAT/DA - DELEGACIÓ DE TURISME	PAULA MARIA LLOBET VILARRASA	27/12/2024	ACCVCA-120	13720341264204945013 7144850698536438080