

INFORME DE AUDITORÍA

Fundación Turismo Valencia Convention Bureau, de la Comunidad Valenciana

Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio
anual terminado el 31 de diciembre de 2016

INFORME DE AUDITORÍA INDEPENDIENTE DE CUENTAS ANUALES

Al Patronato de FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA COMUNIDAD VALENCIANA:

Hemos auditado las cuentas anuales adjuntas de FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA COMUNIDAD VALENCIANA, que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2016, la cuenta resultados, la memoria económica y la memoria de actividades fundacionales correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

Responsabilidad del Director Gerente en relación con las cuentas anuales

El Director Gerente es el 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 FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA COMUNIDAD VALENCIANA, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, que se identifica en la nota 2 de la memoria adjunta, y del control interno que considere necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las cuentas anuales adjuntas basada en nuestra auditoría. Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España. Dicha normativa exige que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el fin de obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales están libres de incorrecciones materiales.

Una auditoría requiere la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en las cuentas anuales. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para la formulación por parte de la entidad de las cuentas anuales, con el fin de diseñar los 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. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables aplicadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la dirección, así como la evaluación de la presentación de las cuentas anuales tomadas en su conjunto.

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

Calle Colón, 1 - 7ª planta
46004 VALENCIA
Tel: 963 524 611
Fax: 963 942 885
auditoria@fidesmv.es

Opinión

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA COMUNIDAD VALENCIANA a 31 de diciembre de 2016, 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 y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Párrafo de otras cuestiones

La Fundación viene obligada a someter a auditoría sus cuentas anuales de acuerdo con la Ley 8/1998 de la Generalitat Valenciana, dado que el activo y el importe neto de ingresos superan los 2.400.000 euros.

fides AUDITORES, S.L.P.
Nº ROAC S-1004



Juan Carlos Torres Sanchis
Socio-Auditor de Cuentas

Valencia, 3 de abril de 2017



FIDES AUDITORES, S.L.P.

Año 2017 Nº 30/17/00992
SELLO CORPORATIVO: 96,00 EUR

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

**FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA**

CUENTAS ANUALES CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO 2016

**FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA
BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y DE 2015**
(Expresado en euros)

ACTIVO	Notas en la memoria	2016	2015
ACTIVO NO CORRIENTE		2.822.854,14	2.946.040,44
Inmovilizado intangible	Nota 5	134.028,63	175.171,54
Patentes, licencias, marcas y similares		134.028,63	175.171,54
Aplicaciones informáticas			
Inmovilizado material	Nota 6	2.668.530,11	2.750.167,06
Terrenos y construcciones		2.461.987,38	2.493.300,22
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		206.542,73	256.866,84
Inversiones financieras a largo plazo	Nota 8.1	20.295,40	20.701,84
Otros activos financieros		20.295,40	20.701,84
ACTIVO CORRIENTE		1.388.031,13	1.197.300,14
Existencias	Nota 12	97.637,04	124.468,95
Comerciales		97.637,04	124.468,95
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	Nota 8.1	174.249,58	90.940,87
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		29.305,96	50.018,43
Cientes por ventas y prestaciones de servicios	Nota 8.1	25.189,98	44.589,43
Personal	Nota 8.1	4.115,98	5.429,00
Periodificaciones a corto plazo		19.318,54	24.501,61
Inversiones financieras a corto plazo	Nota 8.1	20.479,63	15.628,00
Otros activos financieros		20.479,63	15.628,00
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	Nota 8	1.047.040,38	891.742,28
Tesorería		1.047.040,38	891.742,28
TOTAL ACTIVO		4.210.885,27	4.143.340,58

Las Cuentas Anuales de la Fundación, que forman una sola unidad, comprenden este Balance, la Cuenta de Resultados, la Memoria de la Gestión Económica adjunta que consta de 23 Notas y la Memoria de las Actividades Fundacionales.

**FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA
BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y DE 2015**
(Expresado en euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas en la memoria	2016	2015
PATRIMONIO NETO		3.177.213,73	2.788.746,29
Fondos propios	Nota 11	3.177.213,73	2.788.746,29
Dotación Fundacional		851.853,02	704.411,50
Reservas		1.936.893,27	1.592.863,07
Excedente del ejercicio	Nota 3	388.467,44	491.471,72
PASIVO NO CORRIENTE		245.594,00	400.995,77
Deudas a largo plazo		197.017,06	325.112,69
Acreedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1 y 9.1	197.017,06	325.112,69
Pasivo por impuesto diferido	Nota 13	48.576,94	75.883,08
PASIVO CORRIENTE		788.077,54	953.598,52
Deudas a corto plazo		145.295,45	152.815,73
Deudas con entidades de crédito	Nota 9.1	-	41.301,51
Acreedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1 y 9.1	127.966,95	126.688,98
Otros pasivos financieros	Nota 9.1	17.328,50	(15.174,76)
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		642.782,09	800.782,79
Acreedores varios	Nota 9.1	349.874,78	602.412,09
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	Nota 9.1	4.130,08	-
Pasivos por impuesto corriente	Nota 13	70.092,30	-
Otras deudas con las Administraciones Públicas	Nota 13	218.684,93	194.690,38
Anticipos recibidos	Nota 9.1	-	3.680,32
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		4.210.885,27	4.143.340,58

Las Cuentas Anuales de la Fundación, que forman una sola unidad, comprenden este Balance, la Cuenta de Resultados, la Memoria de la Gestión Económica adjunta que consta de 23 Notas y la Memoria de las Actividades Fundacionales.

**FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA
CUENTA DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE A LOS EJERCICIOS
TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 Y DE 2015**
(Expresada en euros)

CUENTA DE RESULTADOS	Notas en la memoria	2016	2015
Operaciones continuadas			
Ingresos de la actividad propia	Nota 14.e	4.396.492,22	4.320.550,00
Cuotas asociados y afiliados		256.893,75	294.450,00
Aportaciones de usuarios		44.598,47	11.100,00
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		3.965.000,00	4.015.000,00
Subvenciones imputadas al excedente del ejercicio	Nota 17	130.000,00	
Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil	Nota 14.e	4.057.788,22	3.689.008,20
Aprovisionamientos	Nota 14.a	(3.237.803,67)	(3.050.176,54)
Consumo de mercaderías		(3.237.803,67)	(3.050.176,54)
Otros ingresos de la actividad	Nota 14.e	60.960,34	77.039,13
Gastos de personal		(2.455.648,29)	(2.268.382,30)
Sueldos, salarios y asimilados		(1.895.508,03)	(1.769.989,74)
Cargas sociales	Nota 14.b	(560.140,26)	(498.392,56)
Otros gastos de la actividad		(2.196.529,26)	(2.064.095,59)
Servicios exteriores	Nota 14.c	(428.163,28)	(588.144,31)
Tributos		(14.500,51)	(11.429,92)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	Nota 8.1	(34.650,53)	(39.015,49)
Otros gastos de gestión corriente	Nota 14.d	(1.719.214,94)	(1.425.505,87)
Amortización del inmovilizado	Notas 5 y 6	(142.452,18)	(186.542,00)
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado		(14.519,49)	(11.166,61)
Deterioros y pérdidas	Nota 6	(14.519,49)	(11.166,61)
Otros resultados	Nota 14.f	209,63	501,26
Excedente de la actividad		468.497,52	506.735,55
Ingresos financieros		723,42	951,58
De valores negociables y otros instrumentos financieros	Nota 8.2	723,42	951,58
Gastos financieros		(10.661,20)	(16.215,41)
Por deudas con terceros	Nota 9.1	(10.661,20)	(16.215,41)
Excedente de las operaciones financieras		(9.937,78)	(15.263,83)
Excedente antes de impuestos		458.559,74	491.471,72
Impuestos sobre beneficios	Nota 13	(70.092,30)	-
Variación de patrimonio neto reconocida en el excedente del ejercicio		388.467,44	491.471,72
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto		-	-
Resultado Total, Variación del Patrimonio neto en el ejercicio		388.467,44	491.471,72

Las Cuentas Anuales de la Fundación, que forman una sola unidad, comprenden esta Cuenta de Resultados, el Balance de Situación, la Memoria de la Gestión Económica adjunta que consta de 23 Notas y la Memoria de las Actividades Fundacionales.

**FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA**

MEMORIA DEL EJERCICIO 2016

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

a) Constitución y Domicilio Social

Fundación Turismo Valencia Convention Bureau, de la Comunidad Valenciana (en adelante "la Fundación"), fue constituida en Valencia, el 24 de septiembre de 1990, como Fundación Cultural Privada. Su domicilio actual se encuentra en Valencia,, Avenida de las Cortes Valencianas, nº 41.

En la Junta Ordinaria del Patronato de la Fundación mantenida el día 16 de diciembre de 2016, se acordó la modificación de los Estatutos de la Fundación. Entre las modificaciones estatutarias, se ha procedido a modificar la denominación de la Fundación pasando a "Fundación Turismo Valencia, de la Comunitat Valenciana". Esta modificación estatutaria está pendiente de inscripción registral a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales.

b) Actividad

- a) La promoción de la ciudad de Valencia y de su imagen turística, tanto a nivel nacional como internacional.
- b) La captación y canalización de este Turismo hacia nuestra ciudad.
- c) El desarrollo de su infraestructura turística y de servicios complementarios.
- d) La promoción de la ciudad de Valencia 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 todos los operadores del sector turístico.
- 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 desarrollará todas las actividades necesarias para el cumplimiento de su objeto fundacional.

El ejercicio social de la Fundación comienza el 1 de enero y finaliza el 31 de diciembre de cada año. En el resto de Notas de esta Memoria, cada vez que se haga referencia al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2016, se indicará para simplificar "ejercicio 2016".

c) Régimen Legal

Está sujeta 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, en los artículos y disposiciones no derogadas de la Ley 30/1994 de 24 de noviembre. También está sujeta a la Ley 9/2008, de 3 de julio de 2008, de la Generalitat, de modificación de la Ley 8/1998, de 9 de diciembre de 1998, de Fundaciones de la Comunitat Valenciana y al Decreto del Consell 68/2011 de 27 de mayo, por el que se aprueba el nuevo Reglamento de Fundaciones de la Comunidad Valenciana.

NOTA 2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES

a) Imagen Fiel

Las cuentas anuales del ejercicio 2016 adjuntas 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 adjuntas se han formulado aplicando los principios contables establecidos en el Código de Comercio y en el Plan General de Contabilidad que le es de aplicación (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..

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

No existen incertidumbres significativas ni aspectos acerca del futuro que puedan llevar asociado un riesgo importante que pueda suponer cambios significativos en el valor de los activos y pasivos en el ejercicio siguiente.

e) Comparación de la Información

De acuerdo con la legislación de fundaciones, el Director-Gerente presenta, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del Balance, de la Cuenta de Resultados y del Estado de Flujos de Efectivo, además de las cifras del ejercicio 2016 las correspondientes al ejercicio anterior. Las partidas de ambos ejercicios son comparables y homogéneas.

f) Agrupación de partidas

A efectos de facilitar la comprensión del Balance de Situación y de la Cuenta de Resultados, dichos estados se presentan de forma agrupada, presentándose los análisis requeridos en las notas correspondientes de la memoria.

g) Elementos recogidos en varias partidas

No hay elementos patrimoniales de naturaleza similar incluidos en diferentes partidas dentro del Balance de Situación.

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

No se han detectado errores existentes a cierre de ejercicio que obliguen a reformular las cuentas ni a corregir la información patrimonial de ejercicios anteriores.

j) Responsabilidad de la Información y Estimaciones Realizadas

La información contenida en estas 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 circunstancias. Las estimaciones y asunciones respectivas son revisadas de forma continuada; los efectos de las revisiones de las estimaciones contables son reconocidas 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 cuenta 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.

NOTA 3. EXCEDENTE DEL EJERCICIO

La propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2016 formulada por el Director-Gerente, así como la aprobada para el ejercicio 2015, son las que se muestran a continuación, en euros:

	2016	2015
Base de reparto		
Excedente del ejercicio	388.467,44	491.471,72
Distribución a:		
Dotación Fundacional		147.441,52
Reservas destinadas a Fines Fundacionales	388.467,44	344.030,20
	388.467,44	491.471,72

NOTA 4. NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN

Las principales normas de valoración utilizadas por la Fundación en la elaboración de sus Cuentas Anuales para el ejercicio 2016, de acuerdo con las establecidas por 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 las normas de información presupuestaria de estas entidades, han sido 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 sistemática 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 10,00 % anual y son objeto de corrección valorativa por deterioro.

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 prepararlos para su uso.

Las aplicaciones informáticas, se amortizan linealmente durante su vida útil, a razón de un 33,00 % anual.

En el momento en que existen dudas razonables sobre el éxito técnico o la rentabilidad económico - comercial de un desarrollo informático, los importes registrados en el activo correspondientes al mismo, se imputan directamente a pérdidas del ejercicio.

Los gastos de mantenimiento de las aplicaciones informáticas incurridos durante el ejercicio se registran en la Cuenta de Resultados.

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	1,00-10,00	100-10
Instalaciones técnicas	1,00 – 25,00	100 - 4
Mobiliario	10,00	10,00
Equipos informáticos	25,00	4,00
Elementos de transporte	16,00	6,25
Otro inmovilizado material	10,00	10,00

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 espera 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 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 al inicio del mismo, la Fundación registra 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:

1. Préstamos y partidas a cobrar y débitos y partidas a pagar.

Préstamos y partidas a cobrar y débitos y partidas a pagar

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

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

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

La Fundación queda parcialmente exenta de este impuesto con la entrada en vigor de la Ley 49/2002 de 23 de diciembre, título II, capítulo II, artículos 6º y 7º, del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

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, anteriormente descrita en la introducción de la memoria.

Así mismo las rentas procedentes de los intereses financieros quedan exentas según el apartado 2º del Art. 6º de esta 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 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 de explotación se abonan a los resultados del ejercicio en el momento de su devengo.

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 difiere 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) Estados de flujos de efectivo

En los estados de flujos de efectivo se utilizan las siguientes expresiones en el sentido que figura a continuación:

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

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

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

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

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

NOTA 5. INMOVILIZADO INTANGIBLE

El detalle y movimiento de inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2016 es el siguiente:

	31/12/2015	Altas	Bajas	31/12/2016
Coste:				
Patentes, licencias, marcas y similares	1.144.483,57	-	(316.180,63)	828.302,94
Aplicaciones informáticas	709.265,06	-	(15.540,40)	693.724,66
Total Coste:	1.853.748,63		(331.721,03)	1.522.027,60
Amortización Acumulada				
Patentes, licencias, marcas y similares	(969.312,03)	(40.114,54)	315.152,26	(694.274,31)
Aplicaciones informáticas	(709.265,06)	-	15.540,40	(693.724,66)
Total Amortización Acumulada	(1.678.577,09)	(40.114,54)	330.692,66	(1.387.998,97)
Inmovilizado Intangible, Neto	175.171,54	(40.114,54)	(1.028,37)	134.028,63

El detalle y movimiento de inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2015 es el siguiente:

	31/12/2014	Altas	Bajas	31/12/2015
Coste:				
Patentes, licencias, marcas y similares	1.081.884,51	62.599,06	-	1.144.483,57
Aplicaciones informáticas	709.265,06	-	-	709.265,06
Total Coste:	1.791.149,57	62.599,06	-	1.853.748,63
Amortización Acumulada				
Patentes, licencias, marcas y similares	(893.950,19)	(75.361,84)	-	(969.312,03)
Aplicaciones informáticas	(709.265,06)	-	-	(709.265,06)
Total Amortización Acumulada	(1.603.215,25)	(75.361,84)		(1.678.577,09)
Inmovilizado Intangible, Neto	187.934,32	(12.762,78)	-	175.171,54

Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos más significativos que, al 31 de diciembre de 2016 y 2015, estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste, en euros:

	2016	2015
Propiedad industrial	494.289,00	676.905,77
Aplicaciones informáticas	681.381,39	709.265,06
	1.175.670,39	1.386.170,83

NOTA 6. INMOVILIZADO MATERIAL

El detalle y movimiento de inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2016 es el siguiente:

	31/12/2015	Altas	Bajas	31/12/2016
Coste:				
Terrenos y construcciones	2.908.487,81	-	(132.395,87)	2.776.091,94
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	878.925,91	34.191,81	(95.454,68)	817.663,04
Total Coste:	3.787.413,72	34.191,81	(227.850,55)	3.593.754,98
Amortización Acumulada:				
Terrenos y construcciones	(415.187,59)	(35.604,25)	136.687,28	(314.104,56)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(622.059,07)	(70.289,15)	81.227,91	(611.120,31)
Total Amortización Acumulada:	(1.037.246,66)	(105.893,40)	217.915,19	(925.224,87)
Inmovilizado Material, Neto	2.750.167,06	(71.701,59)	(9.935,36)	2.668.530,11

El detalle y movimiento de inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2015 es el siguiente:

	31/12/2014	Altas	Bajas	31/12/2015
Coste:				
Terrenos y construcciones	2.908.487,81	-	-	2.908.487,81
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	1.193.274,97	60.829,90	(375.178,96)	878.925,91
Total Coste:	4.101.762,78	60.829,90	(375.178,96)	3.787.413,72
Amortización Acumulada:				
Terrenos y construcciones	(377.471,23)	(37.716,36)	-	(415.187,59)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(912.526,86)	(73.544,56)	364.012,35	(622.059,07)
Total Amortización Acumulada:	(1.289.998,09)	(111.260,92)	364.012,35	(1.037.246,66)
Inmovilizado Material, Neto	2.811.764,69	(50.431,02)	(11.166,61)	2.750.167,06

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 más significativos totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2016	31/12/2015
Construcciones	6.279,08	130.627,28
Instalaciones técnicas	120.057,99	121.060,57
Mobiliario	168.744,10	198.912,47
Equipos proceso de información	94.927,73	75.450,56
Otro inmovilizado material	320,44	320,44
	390.329,34	526.371,32

Arrendamientos financieros

Del importe contabilizado en inmovilizado material, 2.142.999,02 euros se mantienen bajo contratos de arrendamiento financiero en 2016 y 2015. No ha habido altas durante el ejercicio. Este inmovilizado garantiza la deuda bancaria asumida por el mencionado arrendamiento.

Otra información

La baja de elementos de inmovilizado material ha generado unas pérdidas en la cuenta de resultados de 14.519,49 euros (11.166,61 euros en el ejercicio anterior).

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 2016:

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	2.142.999,02	12.353,40	126.066,18	135.337,32	205.194,08
	2.142.999,02	12.353,40	126.066,18	135.337,32	205.194,08

La Fundación tiene los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2015:

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	2.142.999,02	12.353,40	123.553,63	135.337,32	347.238,85
	2.142.999,02	12.353,40	123.553,63	135.337,32	347.238,85

El importe total de pagos futuros en arrendamientos financieros al cierre del ejercicio es el siguiente:

	2016	2015
Pagos futuros mínimos al cierre del ejercicio	340.531,40	482.576,17
(-) Gastos financieros no devengados	(21.486,65)	(30.774,50)
Valor de la opción de compra	12.353,40	12.353,40
	319.044,75	451.801,67

7.2) Arrendamientos operativos (la Fundación como arrendatario)

El cargo a los resultados del ejercicio 2016 en concepto de arrendamiento operativo ha ascendido a 58.801,34 euros (163.303,54 en el ejercicio anterior).

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

	2016	2015
Hasta 1 año	30.562,25	68.347,44
Entre uno y cinco años	-	26.370,00
	30.562,25	94.717,44

NOTA 8. ACTIVOS FINANCIEROS

El detalle de activos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2016 y 2015 es el siguiente:

	Créditos, Derivados y otros 31/12/2016	Créditos, Derivados y otros 31/12/2015
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	20.295,40	20.701,84
Total Activos Financieros	20.295,40	20.701,84

El detalle de activos financieros a corto plazo a 31 de diciembre de 2016 y 2015 es el siguiente:

	Créditos, Derivados y otros 30/12/2016	Créditos, Derivados y otros 30/12/2015
Activos a valor razonable con cambios en cuenta de resultados:	1.047.040,38	891.742,28
- Efectivo y otros activos líquidos	1.047.040,38	891.742,28
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	224.035,17	156.587,30
Total activos financieros	1.271.075,55	1.048.329,58

8.1 Préstamos y partidas a cobrar

La composición de este epígrafe a 31 de diciembre de 2016 y 2015 es la siguiente:

	31/12/2016		31/12/2015	
	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	-	25.189,98	-	44.589,43
Usuarios y otros deudores de la actividad	-	159.249,58	-	75.940,87
Usuarios y otros deudores de la actividad, partes vinculadas (Nota 21)	-	15.000,00	-	15.000,00
Personal	-	4.115,98	-	5.429,00
Imposiciones a plazo	2.742,08	-	2.742,08	-
Fianzas y depósitos	17.553,32	20.479,63	17.959,76	15.628,00
Total préstamos y partidas a cobrar	20.295,40	224.035,17	20.701,84	156.587,30

Al cierre de los ejercicios 2016 y 2015, dentro de la partida de Imposiciones a plazo clasificadas en el largo plazo, la cuantía de 2.742,08 euros se encuentra pignorada en garantía de un aval de 19.000,00 euros.

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, a 31 de diciembre de 2016, incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia, según el detalle adjunto:

Deterioros	Saldo a 31/12/2015	Corrección valorativa por deterioro	Reversión del deterioro	Otras variaciones	Saldo a 31/12/2016
Créditos por operaciones comerciales					
Clientes	(5.036,00)	(28.804,19)	5.036,00	-	(28.804,19)
Total	(5.036,00)	(28.804,19)	5.036,00		(28.804,19)

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, a 31 de diciembre de 2015, incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia, según el detalle adjunto:

Deterioros	Saldo a 31/12/2014	Corrección valorativa por deterioro	Reversión del deterioro	Otras variaciones	Saldo a 31/12/2015
Créditos por operaciones comerciales					
Clientes	(5.036,00)	-	-	-	(5.036,00)
Total	(5.036,00)	-	-	-	(5.036,00)

El importe de las deudas por insolvencias firmes reconocidos en la cuenta de resultados durante el ejercicio 2016 ascienden a 5.846,34 euros (39.015,49 euros en el ejercicio anterior).

8.2. Otra información

No se han reclasificado instrumentos financieros durante el ejercicio.

NOTA 9. PASIVOS FINANCIEROS

Los pasivos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2016 y 2015 son los siguientes:

	Derivados y Otros 2016	Derivados y Otros 2015
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	197.017,06	325.112,69
Total	197.017,06	325.112,69

Los pasivos financieros a corto plazo al 31 de diciembre de 2016 y 2015 son los siguientes:

	Derivados y Otros 2016	Derivados y Otros 2015
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	499.300,31	758.908,14
Total	499.300,31	758.908,14

9.1) Débitos y partidas a pagar

Su detalle a 31 de diciembre de 2016 y 2015 se indica a continuación, euros:

	31/12/2016		31/12/2015	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
Por operaciones comerciales:				
Acreedores	-	349.874,78	-	602.412,09
Total saldos por operaciones comerciales		349.874,78	-	602.412,09
Por operaciones no comerciales:				
Deudas con entidades de crédito (Nota 9.2)	-	-	-	41.301,51
Deudas por arrendamiento financiero (Nota 9.2)	197.017,06	127.966,95	325.112,69	126.688,98
Préstamos y otras deudas	197.017,06	127.966,95	325.112,69	167.990,49
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	-	4.130,08	-	-
Fianzas y depósitos	-	17.328,50	-	(15.174,76)
Anticipos recibidos	-	-	-	3.680,32
Total saldos por operaciones no comerciales		21.458,58	-	(11.494,44)
Total Débitos y partidas a pagar	197.017,06	499.300,31	325.112,69	758.908,14

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 el ejercicio 2016 y 2015 proceden de los contratos de préstamo y arrendamiento financiero.

El tipo medio de las deudas a largo plazo en el ejercicio 2016 y 2015 es de 2,61 % y 2,84%, respectivamente.

b) Clasificación por vencimientos

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2016 es el siguiente:

	2017	2018	2019	2020	Más de 5	Total
Deudas financieras:						
Arrendamiento financiero	127.966,95	91.669,70	16.408,25	16.924,20	72.014,91	324.984,01
Total	127.966,95	91.669,70	16.408,25	16.924,20	72.014,91	324.984,01

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2015 es el siguiente:

	2016	2017	2018	2019	Más de 5	Total
Deudas financieras:						
Préstamos	41.301,51	-	-	-	-	41.301,51
Arrendamiento financiero	126.688,98	128.009,04	92.564,20	16.408,25	88.131,20	451.801,67
Total	167.990,49	128.009,04	92.564,20	16.408,25	88.131,20	493.103,18

c) Incumplimiento de obligaciones contractuales

No se ha producido incidencia alguna en el cumplimiento de las obligaciones relativas a los préstamos recibidos de terceros.

d) Información sobre los aplazamientos de pago efectuado a proveedores. Disposición final segunda de la Ley 31/2014, de 29 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, se informa de lo siguiente:

	31/12/2016	31/12/2015
	Días	Días
Periodo medio de pago a proveedores	35,41	40,61
Ratio de las operaciones pagadas	37,00	42,93
Ratio de operaciones pendientes de pago	5,79	18,37
	Importe (euros)	Importe (euros)
Total pagos realizados	5.691.191,36	4.959.535,69
Total pagos pendientes	305.869,76	517.503,12

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

La situación general de los mercados financieros, especialmente el mercado bancario, durante los últimos meses ha sido particularmente desfavorable para los demandantes de crédito. La Fundación presta una atención permanente a la evolución de los diferentes factores que pueden ayudar a solventar crisis de liquidez y, en especial, a las fuentes de financiación y sus características.

En especial, podemos resumir los puntos en los que se presta mayor atención:

- Liquidez de activos monetarios: la colocación de excedentes se realiza siempre en cuentas bancarias totalmente disponibles. Colocaciones a plazos superiores a tres meses, requieren de autorización explícita.
- Diversificación vencimientos de líneas de crédito y control de financiaciones y refinanciaciones
- Control de la vida remanente de líneas de financiación.

10.3) Riesgo de mercado

La crisis financiera y económica actual expone a la Fundación ante un riesgo de mercado no diferente al que pueda encontrar cualquier otra empresa. 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 2016 y 2015 ha sido el siguiente:

Concepto	Dotación Fundacional	Reservas Estatutarias	Excedente del Ejercicio	Total
Saldo inicio del 2015	694.667,54	1.570.127,18	32.479,85	2.297.274,57
Aplicación del excedente	-	-	(32.479,85)	(32.479,85)
Aumento Dotación Fundacional	9.743,96	22.735,89	-	32.479,85
Excedente del ejercicio	-	-	491.471,72	491.471,72
Saldo final del 2015	704.411,50	1.592.863,07	491.471,72	2.788.746,29
Saldo inicio del 2016	704.411,50	1.592.863,07	491.471,72	2.788.746,29
Aplicación del excedente	-	-	(491.471,72)	(491.471,72)
Aumento Dotación Fundacional	147.441,52	344.030,20	-	491.471,72
Excedente del ejercicio	-	-	388.467,44	388.467,44
Saldo final del 2016	851.853,02	1.936.893,27	388.467,44	3.177.213,73

NOTA 12. EXISTENCIAS

La totalidad de las existencias que mantiene la Fundación a 31 de diciembre de 2016 por importe de 97.637,04 euros (124.468,95 euros en el ejercicio anterior), corresponde a folletos y merchandising.

El movimiento de los saldos de existencias durante el ejercicio 2016 que incluyen deterioros es el siguiente:

Concepto	31/12/2015	Corrección del ejercicio	Pérdida definitiva	Reversión	31/12/2016
Existencias	2.429,75	-	-	-	2.429,75
Saldo final	2.429,75				2.429,75

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

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 2016 y 2015 es el siguiente, en euros:

	31/12/2016		31/12/2015	
	A Cobrar	A Pagar	A Cobrar	A Pagar
No Corriente:				
Impuesto sobre el Valor Añadido- diferido por inversiones	-	48.576,94	-	75.883,08
	-	48.576,94	-	75.883,08
Corriente:				
Impuesto sobre el Valor Añadido	-	35.051,64	-	16.269,68
Impuesto sobre el Valor Añadido- diferido por inversiones	-	27.456,83	-	27.652,13
Retenciones por IRPF	-	89.084,92	-	92.100,97
Organismos de la Seguridad Social	-	67.091,54	-	58.667,60
Impuesto sobre Beneficios	-	70.092,30	-	-
	-	288.777,23	-	194.690,38
	-	337.354,17	-	270.573,46

Conciliación entre el resultado contable y la base imponible del impuesto de sociedades

Resultado contable del ejercicio 2016	Aumentos	Disminuciones	388.467,44
Impuesto sobre sociedades	70.092,30	-	70.092,30
Diferencias permanentes	-	-	-
Resultados exentos	-	154.322,29	(154.322,29)
Diferencias temporales	-	-	-
Con origen en el ejercicio	-	-	-
Con origen en ejercicios anteriores	-	-	-
Bases imponibles ejercicios anteriores	-	23.868,26	(23.868,26)
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)			280.369,29

Resultado contable del ejercicio 2015	Aumentos	Disminuciones	491.471,72
Impuesto sobre sociedades	-	-	-
Diferencias permanentes	-	-	-
Resultados exentos	-	440.415,82	(440.415,82)
Diferencias temporales	-	-	-
Con origen en el ejercicio	-	-	-
Con origen en ejercicios anteriores	-	-	-
Bases imponibles ejercicios anteriores	-	51.055,90	(51.055,90)
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)			-

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2016 tienen el carácter de exentas, excepto las de las actividades económicas de carácter mercantil:

Conceptos	Ingresos	Gastos	Rentas
De la Actividad fundacional A° 6-1° Ley 49/02	4.397.251,63	4.242.929,34	154.322,29
De origen empresarial A° 7 Ley 49/02	4.118.922,20	3.814.684,75	304.237,45
Totales	8.516.173,83	8.057.614,09	458.559,74

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2015 tienen el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Conceptos	Ingresos	Gastos	Rentas
De la Actividad fundacional A° 6-1° Ley 49/02	4.321.693,21	3.881.277,40	440.415,81
De origen empresarial A° 7 Ley 49/02	3.766.356,96	3.715.301,05	51.055,91
Totales	8.088.050,17	7.596.578,45	491.471,72

A los efectos del cálculo de los impuestos de ejercicios posteriores a 2016, no existen bases imponibles a compensar. Una vez liquidado el impuesto del ejercicio 2015, quedaban 23.868,26 euros como bases imponibles a compensar del ejercicio 2012.

No existen diferencias que se produzcan entre la valoración contable y la que correspondería por correcciones de valor excepcionales de los elementos del activo inmovilizado y del activo circulante que sean debidas solamente a la aplicación de la legislación fiscal.

Debido a las diferentes interpretaciones de la normativa fiscal aplicable, podría existir pasivos de carácter contingente, que no son susceptibles de cuantificación objetiva en los ejercicios 2011 a 2016. No obstante, la Dirección considera que la materialidad de éstos, de existir, no sería significativa con relación a las Cuentas Anuales y en cualquier caso defendible ante la Administración.

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

La mencionada Ley 49/02 concede la exención del Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.) salvo de las actividades económicas de carácter mercantil, cumpliendo con determinados requisitos contenidos en la misma.

NOTA 14. INGRESOS Y GASTOS

a) Aprovisionamientos

La composición de este epígrafe de la Cuenta de Resultados adjunta es la siguiente, en euros:

	2016	2015
Artículos Souvenirs	28.503,74	52.803,31
Bus Turistic	351.313,72	363.767,47
Entradas Recintos Turísticos	1.447.734,27	1.335.864,63
Shuttle Bus		5.580,00
Compras Valencia Tourist Card	652.299,50	573.646,82
Comercialización De Espacios		2.046,53
Menú Portal Ofertas	573.933,53	589.278,48
Guías Turísticas	26.285,44	68.252,40
Visitas guiadas	130.901,56	68.682,46
Compras artículos y servicios destinados a la actividad	3.210.971,76	3.059.922,10
Variación de existencias de bienes destinados a la actividad	26.831,91	(7.315,81)
Perdidas por deterioro de existencias	-	(2.429,75)
Total Aprovisionamientos	3.237.803,67	3.050.176,54

b) Cargas Sociales

La composición de este epígrafe de la Cuenta de Resultados adjunta es la siguiente:

	2016	2015
Seguridad Social a cargo de la empresa	519.551,74	465.616,11
Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones	28.461,00	28.797,00
Otros gastos sociales	12.127,52	3.979,45
Cargas sociales	560.140,26	498.392,56

c) Servicios Exteriores

	2016	2015
Arrendamientos y cánones	58.801,34	163.303,54
Reparaciones y conservación	90.126,41	64.417,03
Servicios Profesionales Independientes	57.574,25	89.249,15
Primas de seguros	17.366,27	18.029,03
Servicios bancarios y similares	22.716,46	19.734,65
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	345,95	853,47
Suministros	26.490,05	32.129,26
Otros servicios de explotación	154.742,55	200.428,18
Servicios Exteriores	428.163,28	588.144,31

d) Otros gastos de la actividad

	2016	2015
Servicios de atención al visitante	41.710,4	41.333,16
Acciones de Marketing y Comunicación	344.608,46	326.790,49
Acciones Promocionales	1.332.896,08	1.057.382,22
Material promocional y presentaciones en destino	135.244,71	124.301,72
Asistencia a ferias y otras acciones directas	161.675,68	95.829,03
Viajes familiarización	56.019,13	54.771,85
Worshop		31.411,76
Productos	506.283,88	392.731,61
Apoyo a eventos y congresos	12.091,25	9.203,72
Pertenencia a organismos	41.826,44	31.373,90
Otras acciones promocionales, marketing online	419.754,99	317.758,63
Otros gastos de la actividad	1.719.214,94	1.425.505,87

e) Detalle de 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	2016		2015	
	Euros	%	Euros	%
Ingresos por cuotas asociados y otros	301.492,22	4%	305.550,00	4%
Ingresos Patrocinios	3.965.000,00	46%	4.015.000,00	50%
Subvenciones a la explotación	130.000,00	2%	-	-
Ingresos de la entidad por la actividad propia	4.396.492,22		4.320.550,00	
Subvenciones a la explotación	(10.131,85)		31.874,52	0%
Ingresos por Comisiones	15.107,19		11.496,11	0%
Otros Ingresos	55.985,00	1%	33.668,50	0%
Otros ingresos de explotación	60.960,34		77.039,13	
Ventas de la actividad mercantil	4.057.788,22	47%	3.689.008,20	46%
Total	8.515.240,78		8.086.597,33	

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:

	2016	2015
Ingresos:	1.995,99	1.444,03
Ingresos excepcionales	1.995,99	1.444,03
Gastos:	(1.786,36)	(942,77)
Gastos excepcionales	(1.786,36)	(942,77)
Resultados	209,63	501,26

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

15.1. Actividad de la entidad

I. Actividades realizadas

El plan de actuación que se ha cerrado en 2016, mantiene la línea de contención de los gastos de estructura y gastos financieros, aumentando las inversiones en mercados y productos, invirtiendo conforme a las necesidades de cada uno de ellos, especializándonos cada vez más en los distintos productos que Valencia puede ofrecer como destino turístico, incrementando nuestra presencia en los buscadores más utilizados en cada uno de los mercados, incrementando la notoriedad y la proyección nacional e internacional de la marca Valencia, como destino turístico urbano de primer nivel. Al tiempo que se ha continuado reforzando la excelencia en la atención al visitante

El plan de actuación fue elaborado de acuerdo con las indicaciones dadas por el Protectorado de Fundaciones de la Comunidad Valenciana (según Real Decreto 1491/2011):

- Actividad 1: MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO
- Actividad 2: ACCIONES DE MARCA
- Actividad 3: ACCIONES DE MERCADO
- Actividad 4: ACCIONES DE PRODUCTO

ACTIVIDAD 1:

1. Identificación:

Denominación: MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO

Tipo de actividad: Mercantil.

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: Aprovisionamiento de material informativo y comercial sobre los servicios turísticos de la ciudad, así como de productos promocionales inspirados en Valencia para su venta.

Lugar de desarrollo: Se distribuyen a través de la red de oficinas de atención al visitante, y en los servicios centrales mediante la tienda on-line y el staff del área comercial.

2. Recursos humanos a emplear en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	28,25	47.389
Personal voluntario		

3. Beneficiarios de la actividad:

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad:

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1	
	LINEA DE NEGOCIO	
	PREVISTO	REALIZADO
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		
Aprovisionamientos	2.994.500,00	3.237.803,67
Gastos de personal	728.700,00	456.859,12
Otros gastos de explotación	648.838,50	88.826,19
Amortización del Inmovilizado		26.509,75
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		
Gastos financieros	1.719,50	1.984,00
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros		
Diferencias de cambio		
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		2.702,02
Impuestos sobre beneficios		
Subtotal gastos	4.373.758,00	3.814.684,75
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	16.500,00	6.496,44
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico		
Cancelación de deuda no comercial	50.400,00	31.942,64
Subtotal inversiones	66.900,00	38.439,09
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	4.440.658,00	3.853.123,84

5. Objetivo.

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

ACTIVIDAD 2:

1. Identificación:

Denominación: ACCIONES DE MARCA.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción: Desarrollo de campañas de marketing y comunicación que han posicionado a la ciudad como destino turístico urbano y que influyen positivamente tanto en la prescripción del destino como en la decisión de viaje.

Acciones desarrolladas:

- Creación de una **nueva imagen de marca** INFINITAMENTE MEDITERRANEA
- Diseño de nuevos soportes y publicaciones, como guías digitales y merchandising.
- Pertenencia a los siguientes organismos: SCB, ICCA, UIA, ECM, OMT, Asoc. Española Fundaciones, Asoc. Hispano japonesa, Asociación Española de Turismo Gastronómico, Alianza ciudades y Aturfam.
- Sistema de Calidad: Acciones para la mejora continua de procesos internos y el sostenimiento de las certificaciones de calidad según las siguientes normas: UNE EN ISO 9001:2008, UNE 187003:2008 para Oficinas de Información Turística y UNE 187005:2009 para Convention Bureau.
- Cambio del dominio de turisvalencia.es a visitvalencia.com

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 a emplear en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	12,25	20.549
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 2 ACCIONES DE MARCA	
	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		
Aprovisionamientos		
Gastos de personal	607.250,00	599.636,75
Otros gastos de explotación	540.698,75	632.310,92
Amortización del Inmovilizado		34.782,73
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		
Gastos financieros	1.426,25	2.603,16
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros		
Diferencias de cambio		
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		3.545,24
Impuestos sobre beneficios		
Subtotal gastos	1.149.375,00	1.272.878,80
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	13.750,00	8.308,61
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico		
Cancelación de deuda no comercial	42.000,00	40.852,96
Subtotal inversiones	55.750,00	49.161,57
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	1.205.125,00	1.322.040,37

5. Objetivo:

- Difusión a un mayor número de población, prescriptores o turistas potenciales, de la imagen de marca de la ciudad y de la oferta turística del destino.
- Mantener una línea de colaboración agentes del sector y de pertenencia a organismos nacionales e internacionales para llevar a cabo la labor de promoción de manera conjunta.
- Disponer de inteligencia turística adaptada al destino que permita tomar decisiones racionales para un mejor uso de los recursos en promoción.
- Actualización y ampliación de los contenidos y soportes promocionales de la Fundación y específicamente de sus oficinas de turismo.
- Mantener la Q de Calidad así como el resto de certificaciones.

ACTIVIDAD 3:

1. Identificación:

Denominación: ACCIONES DE MERCADO

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción: Desarrollo de 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 inversas, se desarrollaron en destino, con viajes de familiarización, de prensa, etc.

2. Recursos humanos a emplear en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	17,75	28.973
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 MERCADO	
	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		
Aprovisionamientos		
Gastos de personal	655.830,00	839.491,45
Otros gastos de explotación	583.954,65	885.235,29
Amortización del Inmovilizado		48.695,82
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		
Gastos financieros	1.540,35	3.644,42
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros		
Diferencias de cambio		
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		4.963,34
Impuestos sobre beneficios		
Subtotal gastos	1.241.325,00	1.782.030,32
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	14.850,00	11.632,05
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico		
Cancelación de deuda no comercial	45.360,00	57.194,14
Subtotal inversiones	60.210,00	68.826,20
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	1.301.535,00	1.850.856,52

5. Objetivo:

Llevar 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 viajes (medios de comunicación, internet, redes sociales, blogs, etc.).

Mantener un contacto habitual con prescriptores y decisores en agencias de viajes, turoperadores y líneas aéreas.

ACTIVIDAD 4:

1. Identificación:

Denominación: ACCIONES DE PRODUCTO

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: Intensificar las acciones de promoción vinculadas a productos, y estructurar la oferta vinculada a cada uno de los productos seleccionados, para ser más competitivos y favorecer su comercialización en una estrategia producto/mercado.

Los productos en los que se van han concentrado las acciones son el MICE, el turismo cultural, deportivo, premium, film office, gastronomía, cruceros, idiomático, shopping, naturaleza y médico/wellness.

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	11,25	18.872
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 DE PRODUCTOS	
	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		
Aprovisionamientos		
Gastos de personal	437.220,00	559.660,97
Otros gastos de explotación	389.303,10	590.156,86
Amortización del Inmovilizado		32.463,88
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		
Gastos financieros	1.019,36	2.429,61
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros		
Diferencias de cambio		
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		3.308,89
Impuestos sobre beneficios		
Subtotal gastos	827.542,46	1.188.020,22
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	9.900,00	7.754,70
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico		
Cancelación de deuda no comercial	30.240,00	38.129,43
Subtotal inversiones	40.140,00	45.884,13
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	867.682,46	1.233.904,35

5. Objetivo:

Agrupar los principales recursos de Valencia y al sector en torno productos turísticos adecuados, atractivos y fácilmente accesibles para el turista. Incrementar las opciones que tiene un turista para consumir servicios y bienes turísticos durante su estancia en la ciudad, ampliar su estancia y gasto medio y con ello incrementar el impacto económico y el empleo.

II. Recursos económicos totales empleados por la entidad.**II. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES EMPLEADOS 2016.**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1		Actividad 2		Actividad 3		Actividad 4		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		3.237.803,67							2.994.500,00	3.237.803,67
Aprovisionamientos	2.994.500,00									
Gastos de personal	728.700,00	456.859,12	607.250,00	599.636,75	655.830,00	839.491,45	437.220,00	559.660,97	2.429.000,00	2.455.648,29
Otros gastos de explotación	648.838,50	88.826,19	540.698,75	632.310,92	583.954,65	885.235,29	389.303,10	590.156,86	2.162.795,00	2.196.529,26
Amortización del Inmovilizado		26.509,75		34.782,73		48.696,82		32.463,88		142.452,18
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Gastos financieros	1.719,50	1.984,00	1.426,25	2.603,16	1.540,35	3.644,42	1.019,36	2.429,61	5.705,46	10.661,20
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros										
Diferencias de cambio										
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros		2.702,02		3.545,24		4.963,34		3.308,89		14.519,49
Impuestos sobre beneficios										
Subtotal gastos	4.373.758,00	3.814.684,75	1.149.375,00	1.272.878,80	1.241.325,00	1.782.030,32	827.542,46	1.188.020,22	7.592.000,46	8.057.614,09
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	16.500,00	6.496,44	13.750,00	8.308,61	14.850,00	11.632,05	9.900,00	7.754,70	55.000,00	34.191,81
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico										
Cancelación de deuda no comercial	50.400,00	31.942,64	42.000,00	40.852,96	45.360,00	57.194,14	30.240,00	38.129,43	168.000,00	168.119,17
Subtotal inversiones	66.900,00	38.439,09	55.750,00	49.161,57	60.210,00	68.826,20	40.140,00	45.884,13	223.000,00	202.310,98
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	4.440.658,00	3.853.123,84	1.205.125,00	1.322.040,37	1.301.535,00	1.850.856,52	867.682,46	1.233.904,35	7.815.000,46	8.259.925,07

III. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES OBTENIDOS 2016.

A. Ingresos obtenidos por la entidad

INGRESOS	Previsto	Realizado
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio		
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias		
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	3.932.000,00	4.128.880,41
Subvenciones del sector público	3.565.000,00	4.095.000,00
Aportaciones privadas	310.000,00	301.492,22
Otros tipos de ingresos	8.000,00	3.555,41
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	7.815.000,00	8.528.928,04

B. Otros recursos económicos obtenidos

OTROS RECURSOS	Previsto	Realizado
Deudas contraídas		
Otras obligaciones financieras asumidas		
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	0,00	

IV. CONVENIOS DE COLABORACION CON OTRAS ENTIDADES 2016

DESCRIPCION	INGRESOS	GASTOS	No produce corriente de bienes y servicios
Convenio 1. Con la entidad CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		
Convenio 2 Con la entidad LLADRÓ COMERCIAL S.A. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	3.000,00		
Convenio 3 Con la entidad AVANQUA OCEANOGRÁFIC AGORA, S.L. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		
Convenio 4. Con la entidad COOPERATIVA VALENCIANA LIMITADA TELE TAXI suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		
Convenio 4. Con la entidad EL CORTE INGLES SA suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00		
Convenio 5. Con la entidad VALENCIA CLUB DE FUTBOL, S.A.D. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	34.500,00	0,00	

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 tres razones principales:

- a) El incremento de la actividad mercantil. La buena evolución de la tienda on-line que incrementó sus ventas en un 35% respecto del año anterior, debido a la mejora de la eficiencia y a una buena coyuntura económica y turística en los mercados.
- b) A la aportación suplementaria por valor de 550.000 euros del Ajuntament de Valencia. Esta contribución adicional permitió intensificar las acciones promocionales con efectos positivos para la ciudad y para la propia fundación.
- c) A la ejecución parcial de algunas partidas por diferentes razones, a saber:
 - La contratación de las agencias de comunicación en los mercados empieza a ser efectiva a partir de mayo, cumplidos entre otros los principios de publicidad y libre concurrencia.
 - La renovación integral de la web se inició en el último trimestre.
 - El proyecto de Punto Móvil de información turística no pudo ejecutarse, tras hacer la licitación pública, por discrepancias con los adjudicatarios. En 2017 se pondrá en marcha en el primer trimestre.
 - El proyecto de creación de un gran sistema de gestión integral del destino, siguiendo la filosofía de los Destinos Turísticos Inteligentes, no pudo llevarse a cabo en su totalidad por falta de fondos externos para abordar la iniciativa en toda su integridad.

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, en euros:

Ejercicio	Resultado	Ajustes	Base de	Renta a	Destinado en el ejercicio						
	Contable	Positivos	Cálculo	Destinar Importe	%	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	%
2012	346.885,45	4.019.734,92	4.366.620,37	3.056.634,26	70%	3.836.274,25	-	-			87,85%
2013	449.153,59	3.363.633,53	3.812.787,12	2.668.950,98	70%	-	3.467.481,05	-			90,94%
2014	32.479,85	3.700.958,42	3.733.438,27	2.613.406,79	70%	-	-	2.620.252,95			96,97%
2015	491.471,72	3.712.472,99	4.203.944,71	2.942.761,29	70%				3.916.130,93		93,15%
2016	388.467,44	4.106.492,24	4.494.959,68	3.146.471,78	70%					4.242.668,77	94,39%

1. Recursos aplicados en el ejercicio

1. Gastos en cumplimiento de fines		4.106.492,24	
	Fondos Propios	Subvenciones, donaciones y legados	Deuda
2. Inversiones en cumplimiento de fines (2.1 + 2.2)			
2.1 Realizadas en el ejercicio			
2.2 Procedentes de ejercicios anteriores			136.176,53
TOTAL (1 + 2)		4.242.668,77	

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 22.

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

El detalle de las subvenciones de explotación percibidas, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, es el siguiente:

Organismo	Objeto	2016	2015
FUNDACIÓN ESTATAL PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO	Bonificación a la formación continua	836,00	
AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO	Convenio colaboración para el ejercicio 2015 de actividades conjuntas	(10.967,85)	31.874,52
AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO	Convenio colaboración para el ejercicio 2016 de actividades conjuntas	130.000,00	
		119.868,15	31.874,52

NOTA 18. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2016, no han acaecido hechos relevantes que afecten a las cuentas anuales de la Fundación a dicha fecha.

NOTA 19. OTRA INFORMACIÓN

Cambios en el órgano de gobierno, dirección y representación

En la reunión del Patronato del 19 de mayo de 2016, renuncia como miembro del Patronato D. Santiago Escuder Díaz.

En la reunión del Patronato del día 3 de octubre de 2016, tomó posesión de su cargo como Presidenta del Patronato de la Fundación, en representación del Ayuntamiento de Valencia, D^a Sandra Gómez López, Primera Teniente de Alcalde, aceptando su cargo expresamente. En la misma reunión del Patronato, fue nombrado d. José Antonio Martínez Beltrán como nuevo Secretario del Patronato y de la Comisión Ejecutiva, a propuesta del Ayuntamiento de Valencia.

Tras el fallecimiento de su Patrono de Honor, D. Vicente Blasco Infante, el pasado 3 de noviembre de 2016, la composición del Patronato de la Fundación al final del ejercicio 2016 es la siguiente:

- Presidenta: Sra. D^a Sandra Gómez López, Primera Teniente de Alcalde, en representación del Ayuntamiento de Valencia.
- Vicepresidente:
 - D. José Vicente Morata Estragués, en representación de la Cámara de Comercio Industria y Navegación de Valencia.
- Vocales:
 - D. Luis Martí Bordera, en representación de la Feria de Valencia.
 - D. Salvador Navarro Pradas, en representación de la Confederación Empresarial Valenciana.
 - D^a Consol Castillo Plaza, designada por el Ayuntamiento de Valencia.
 - D. Miguel Angel Fernández Torán, designado por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
 - D. Enrique Soto Ripoll, designado por la Feria de Valencia.
 - D. Manuel Espinar Robles, designado por la Confederación Empresarial Valenciana.
 - D. Juan José Heras Medina, designado por el Consejo General de Protectores.
 - D. Carlos Boga González, designado por el Consejo General de Protectores
 - D. Jorge Lamirán Palomares, designado por el Consejo General de Protectores.
 - D. Fernando Aliño Alfaro, designado por el Consejo General de Protectores.
 - D. Javier Gutiérrez Marqués, designado por el Consejo General de Protectores.
 - D. Rafael Torres García, designado por el Consejo General de Protectores.
- Secretario no patrono: D. José Antonio Martínez Beltrán.

La composición de la Comisión Ejecutiva de la Fundación Turismo Valencia Convention Bureau es la siguiente:

- Presidenta: D^a Sandra Gómez López, presidenta del Patronato.
- Director-gerente: D. Antonio Bernabé García, quien en ausencia de la presidenta del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto de la presidenta.
- Vocales:
 - D^a. Eva Blasco García, designada por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
 - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia.
 - D. Luis Martí Bordera, designado por la Confederación Empresarial Valenciana.
 - Elegidos por el Consejo General de los Protectores:
 - D^a Alicia González Sanmartín.
 - D. Javier Vallés Sales.
 - D. Manuel Alejandro Palop Bofill.

- D. Stephen Anderson.
- D^a Marta Templado Isasa.

-Secretario: D. José Antonio Martínez Beltrán, Secretario del patronato.

Los miembros de los Órganos de Gobierno durante los ejercicios 2016 y 2015 no han recibido importe alguno en concepto de remuneración.

Número medio de empleados en el ejercicio

La distribución del personal medio de cada ejercicio de la Fundación, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2016			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director Gerente	1	0	1	1	0	1
Subdirector	1	0	1	1	1	2
Subdirector Adjunto	0	1	1			
Adjunto Dirección	1	0	1			
Jefe De Área	5	3	8	3	3	6
Jefe De Unidad	1	3	4	2	3	5
Técnico	1	9	10	2	9	11
Técnico Medio	1	5	6	1	4	5
Secret. Ejecutiv. Dirección		1	1	0	1	1
Secr. Dirección				0	0	0
Coordinador	1	4	5	1	4	5
Oficial Administrativo	0	4	4	0	4	4
Administrativo-Recepción	0	1	1	0	2	2
Informador Turístico	5	8	13	4	6	10
Auxiliar Información Turística				0	1	1
Mozo Almacén	1	0	1	1	0	1
Practicantes	0	1	1	0	0	0
Total personal al término del ejercicio	18	40	58	16	38	54

La distribución del personal al término de cada ejercicio de la Fundación, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2016			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
DIRECTOR GERENTE	1	0	1	0	1	1
SUBDIRECTOR	1	0	1	1	1	2
SUBDIRECTOR ADJUNTO	0	1	1			
ADJUNTO DIRECCIÓN	1	0	1			
JEFE DE AREA	5	3	8	5	3	8
JEFE DE UNIDAD	1	3	4	1	3	4
TECNICO	1	10	11	1	10	11
TECNICO MEDIO	1	6	7	1	6	7
SECRET.EJEC.DIRECCION	0	1	1	0	1	1
SECRET,DIRECCION				0	0	0
COORDINADOR	1	4	5	1	4	5
OFICIAL ADMINISTRATIVO	0	4	4	0	4	4
ADMINISTRATIVO-RECEPCION	0	2	2	0	1	1
INFORMADOR TURISTICO	6	9	15	4	7	11
AUX.INFORMACION				0	0	0
TURISTICA						
MOZO ALMACEN	1	0	1	1	0	1
PRACTICAS	0	1	1			
Total personal al término del ejercicio	19	44	63	16	40	56

La distribución por sexos de los miembros del patronato al término de cada ejercicio de la Fundación, que no difiere del número medio en cada uno de los ejercicios, es la siguiente:

	2016			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
PRESIDENTA		1	1	1		1
VICEPRESIDENTE	1		1	1		1
VOCAL	11	1	12	12	1	13
PATRONO DE HONOR				1		1
SECRETARIO NO PATRONO	1		1	1		1
Total personal al término del ejercicio	13	2	15	16	1	17

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 2016 ha ascendido a 13.000,00 euros (13.000,00 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 20. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

		2016	2015
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
	Notas	351.090,54	912.785,78
Excedente del ejercicio antes de impuestos		458.559,74	491.471,72
Ajustes al resultado		187.040,49	254.417,68
Amortización del inmovilizado	Notas 5 y 6	142.452,18	186.542,00
Correcciones valorativas por deterioro			13.596,36
Variación de provisiones	Nota 8.1	34.650,53	39.015,49
Ingresos financieros		(723,42)	(951,58)
Gastos financieros		10.661,20	16.215,41
Otros ingresos y gastos			-
Cambios en el capital corriente		(284.571,91)	182.160,21
Existencias		26.831,91	(9.745,56)
Deudores y otras cuentas a cobrar		(93.540,32)	(73.307,47)
Otros activos corrientes		5.183,07	14.835,83
Acreedores y otras cuentas a pagar		(255.549,83)	254.804,98
Otros pasivos financieros		32.503,26	(4.427,57)
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación		(9.937,78)	(15.263,83)
Pagos de intereses		(10.661,20)	(16.215,41)
Cobros de intereses		723,42	951,58
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		(27.673,27)	(129.853,90)
Pagos por inversiones		(28.079,71)	(129.853,90)
Inmovilizado intangible		-	(62.599,16)
Inmovilizado material		(23.228,08)	(60.829,90)
Otros activos financieros		(4.851,63)	(6.424,84)
Cobro por desinversiones		406,44	-
FLUJOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(168.119,17)	(258.094,66)
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero			
a) Emisión:		-	-
2.Deudas con entidades de crédito		-	-
b) Devolución y amortización de:		(168.119,17)	(258.094,66)
2.Deudas con entidades de crédito		(168.119,17)	(258.094,66)
AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES		155.298,10	524.837,22
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		891.742,28	366.905,06
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio		1.047.040,38	891.742,28

NOTA 21. PARTES VINCULADAS

21.1) Transacciones entre partes vinculadas

En relación con la información proporcionada en la presente nota cabe indicar lo siguiente:

Operaciones con partes vinculadas	2016	2015
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		
Excmo. Ayuntamiento de Valencia	3.950.000,00	4.000.000,00
Cámara de comercio	15.000,00	15.000,00

El importe de las transacciones con el Excmo. Ayuntamiento de Valencia se corresponden con la aportación económica correspondiente al ejercicio 2016 con destino a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de Valencia con cargo a los presupuestos municipales 2016.

21.2) Saldos entre partes vinculadas

El detalle de los saldos mantenidos al 31 de diciembre de 2016 y al 31 de diciembre de 2015 se indica a continuación, en euros:

Corto plazo	2016		2015	
	A cobrar	A pagar	A cobrar	A pagar
Otras partes vinculadas:				
Por operaciones actividad propia				
Cámara de Comercio	15.000,00	-	15.000,00	-
Total	15.000,00		15.000,00	

21.3) Saldos y Transacciones con el Director Gerente y Alta Dirección

Los importes recibidos por el Director Gerente durante los ejercicios 2016 y 2015, se detallan a continuación, en euros:

	2016		2015
Sueldos	84.921,12	(*)	59.306,66
Indemnización	-		42.047,50
Sueldos	-	(**)	24.289,72
Total	84.921,12		125.643,88

(*) Hasta septiembre de 2015

(**) Desde septiembre de 2015

A parte del Director Gerente, no existe otro personal de la Fundación que cumpla la definición de personal de alta dirección.

NOTA 22. ELEMENTOS PATRIMONIALES AFECTOS A LA ACTIVIDAD MERCANTIL

El detalle de los elementos patrimoniales afectos a la actividad mercantil mantenidos al 31 de diciembre de 2016 se indica a continuación, en euros:

Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Inmovilizado Intangible	134.028,63	109.086,46	24.942,17
Inmovilizado Material	2.668.530,11	2.171.927,86	496.602,25
Existencias	97.637,04	79.467,20	18.169,84

Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Ingresos de la actividad	8.454.280,44	4.396.492,22	4.057.788,22
Ingresos por la actividad propia	4.396.492,22	4.396.492,22	
Ingresos actividad mercantil	4.057.788,22		4.057.788,22
Aprovisionamientos	(3.237.803,67)		(3.237.803,67)
Otros ingresos de explotación	60.960,34		60.960,34
Gastos de personal	(2.455.648,29)	(1.998.789,17)	(456.859,12)
Otros gastos de explotación	(2.196.529,26)	(2.107.703,07)	(88.826,19)
Servicios Exteriores	(428.163,28)	(348.483,89)	(79.679,39)
Tributos	(14.500,51)	(11.802,03)	(2.698,48)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(34.650,53)	(28.202,21)	(6.448,32)
Otros gastos de gestión corriente	(1.719.214,94)	(1.719.214,94)	-
Amortización del Inmovilizado	(142.452,18)	(115.942,43)	(26.509,75)
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado	(14.519,49)	(11.817,47)	(2.702,02)
Otros resultados	209,63	170,62	39,01
Ingresos financieros	723,42	588,79	134,63
Gastos financieros	(10.661,20)	(8.677,20)	(1.984,00)
TOTAL	458.559,74	154.322,29	304.237,45

Existen en el balance elementos de activo que son fácilmente imputables de manera directa a las actividades mercantil y promocional de la fundación. De igual manera, determinadas partidas de gasto e ingreso 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 primero el porcentaje que supone sobre el total de ingresos aquellos procedentes de aportaciones para fines fundacionales por un lado y los derivados de la actividad mercantil por otro. Esos 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 a que se dedica 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 23. INVENTARIO

Adjunto en **Anexo I**

FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA

MEMORIA DE ACTIVIDADES FUNDACIONALES CORRESPONDIENTE AL
EJERCICIO 2016

MEMORIA ACTIVIDADES 2016

1.- ACTIVIDAD FUNDACIONAL 2016:

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

Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

Valencia Convention Bureau

Gastronomía

Cultural Valencia

Film Office

VLC Cruises

VLC Sports

Shopping

Excellence

Naturaleza, Idiomático y Wellness

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

Atención en oficinas

Atención online

Ventas

Nuevos servicios

Día Mundial del Turismo

1.2.- ESTRATEGIA II: Actualizar la marca Valencia, promoción más segmentada y tecnológica

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

Nueva campaña de imagen

Posicionamiento SEO y SEM y migración a www.visitvalencia.com

Acciones de comunicación en redes sociales

Publicaciones

Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

España

Italia

Reino Unido/Irlanda

Alemania/Austria/Suiza

Francia

Holanda/Bélgica

Rusia/Este de Europa

Escandinavia

América

Oriente Próximo/Asia/Pacífico

Plan 5: Mejora Conectividad

Fly Valencia

1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino más inteligente

Plan 6: Un destino más inteligente

Diagnóstico del sistema de información

Pertenencia a organizaciones y asociaciones

Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

Sistemas de Calidad en Destino

Destino Turístico Sostenible

Destino Turístico Accesible

Plan 8: Alojamientos legales, calidad y convivencia

Plan 9: Hospitalidad, excelencia y talento

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

Plan 10: Nuevo marco institucional. Compromiso y colaboración

Refuerzo de la coordinación de Áreas de gestión municipal

Acuerdos entre Administraciones

Elaboración Plan Estratégico

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Cambios en los órganos de Gobierno

Cambios en los Estatutos de la Fundación

Mayor protagonismo empresarial

Nuevas empresas asociadas

Convenios de colaboración

2.- COYUNTURA 2016

2.1.- Viajeros y pernoctaciones

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros.

1.- ACTIVIDAD FUNDACIONAL 2016:

Un año más, la Fundación Turismo Valencia promocionó turísticamente la ciudad en todos los ámbitos. Los **beneficiarios** de esta actividad, y por tanto de todas las acciones llevadas a cabo, fueron los **agentes del sector turístico, la ciudad de Valencia y sus habitantes**, en cuanto que esta promoción redundó en una mayor difusión de la cultura valenciana y generó beneficio económico y social para la ciudad.

La estructura de esta Memoria de Actividades, que recopila un resumen de las acciones llevadas a cabo en 2016 por la Fundación Turismo Valencia, se ha adaptado a la del **Plan Estratégico 2016-2020**, ya que durante el ejercicio se diseñaron las líneas maestras de este Plan y comenzaron a ponerse en práctica ya en 2016.

Así, Turismo Valencia desarrolló su labor en base a las **cuatro estrategias del Plan**, que constan de **once planes y 32 programas**, para tratar de alcanzar los objetivos establecidos con horizonte en 2020.

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

1.1.1.- Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

La Fundación ha trabajado con base en un nuevo modelo de gestión, organizado en programas de los principales productos turísticos, con el fin de hacer más atractivas las experiencias en la ciudad, con una mayor implicación del sector empresarial y las administraciones. Así, se han optimizado al máximo los recursos disponibles, se ha aprovechado la coyuntura y se han mejorado los resultados, especialmente en términos de diferenciación, ampliación de targets y rentabilidad.

Dentro de esta estrategia se están articulando **once programas de producto**, de los cuales en 2016 cuatro ya estaban operativos: **Valencia Convention Bureau, Film Office, Gastronomía y VLC Cruises**; se iniciaron también los trabajos en otros cuatro: **Cultural Valencia, VLC Sports, Shopping y Excellence**; y a lo largo de 2017 se seguirá avanzando en estos y otros tres productos: **Naturaleza, Idiomático y Wellness**, con planes específicos para cada uno de ellos.

En cualquier caso, **todos estuvieron presentes de alguna manera en la acción promocional** de la Fundación a lo largo del año, a través de diversas acciones directas (presentaciones) e inversas (fam trips y press trips), en la que se dio visibilidad, por ejemplo, a la Albufera, la

huerta valenciana y otros enclaves y servicios interesantes para estos productos.

Valencia Convention Bureau

En 2016 se **constituyó el nuevo Valencia Convention Bureau**, un programa para gestionar la promoción de Valencia como sede de reuniones, congresos e incentivos. La Fundación trabajó intensamente para crear nuevos soportes, como la **nueva web www.valenciaconventionbureau.com**, la **guía de espacios singulares** y lanzó la campaña audiovisual y gráfica **#ValenciaMeetSurprise** (compuesta por un vídeo y nueve creatividades gráficas), específica para promocionar la ciudad como destino de reuniones.

En paralelo a la creación del nuevo programa, Turismo Valencia desarrolló su habitual labor promocional con acciones en 12 mercados, acudiendo a **3 ferias profesionales, IBTM World, IMEX y Meedex**; participando en **16 workshops**, como **Association Congress en Berlín, Reunir París, Meetings & Incentives Summit, o el workshop de ICCA** celebrado en junio **en Valencia**, en el que la Fundación recibió a 15 asociaciones europeas con el objetivo de dar a conocer el destino y captar futuros congresos.

Asimismo, en este ejercicio el Valencia Convention Bureau atendió **16 visitas de inspección y ocho fam trips**, se presentaron más de 100 candidaturas, de las que **se ganaron 23 con 13.600 delegados** confirmados para próximos años y un impacto económico en la ciudad de 30 millones de euros.

Dentro del capítulo de las reuniones, se lanzaron también dos campañas de co-marketing, con la publicación **Eventoplus** y el patrocinio de un workshop de **Gebta**, organización empresarial de referencia en materia de viajes de empresa en España. Entre sus miembros se hallan las empresas líderes a nivel mundial, grandes compañías de ámbito doméstico, así como de tamaño mediano y especialistas en el segmento de los viajes corporativos. Es el principal grupo de agencias de viajes española en términos de facturación y representa más de 37% de la cuota de mercado de los viajes de empresa en España.

Gastronomía

El **programa de turismo gastronómico** también se articuló en 2016, con la participación de diferentes empresas y profesionales implicados en este segmento, para posicionar y diferenciar Valencia como destino gastronómico. Se celebraron **dos reuniones con los principales representantes** del sector, en las que se sentaron las bases para la articulación del programa y se

aprobó el manual de funcionamiento y los nuevos soportes creados para la comunicación y promoción del producto, con una nueva campaña de comunicación y gráfica.

Asimismo, durante 2016 se realizaron **3 presentaciones gastronómicas internacionales**, en **Londres**, con presencia de cuatro chefs valencianos con estrella Michelin, en **Berlín** y en **Düsseldorf**; se atendieron **14 viajes de prensa** de medios gastronómicos y la Fundación colaboró en el **rodaje de Mastechef Celebrities y Masterchef Junior España**, promocionando Valencia como destino gastronómico en el mercado nacional a través de estos programas de máxima audiencia.

En 2016 se lanzaron dos ediciones de **Valencia Cuina Oberta** y la Fundación colaboró con la Diputación para **extender esta iniciativa a toda la provincia**, en **Cuina Oberta Comarques**. Igualmente, Turismo Valencia participó en otros eventos como las **Jornadas de Arroces Marineros de la Playa de las Arenas**, tanto en su promoción como en su comercialización; o en la feria **Gastrónoma**, con apoyo a su difusión mediática. Con todo esto, en 2016 la Fundación **vendió 24.519 menús**, creando un impacto económico estimado en 780.000 euros; así como otras **2.200 actividades gastronómicas**, entre otras visitas guiadas, rutas del arroz, del vino o la chufa, showcookings o experiencias, generando un volumen de negocio de 44.730 euros.

Se lanzaron el **bike tour** de la **horchata** y el del **arroz**, que se unieron a las visitas guiadas y experiencias gastronómicas que ya se comercializaban en oficinas turísticas y en la web de la Fundación.

Cultural Valencia

La Fundación elaboró en 2016 la propuesta del **Plan de desarrollo del producto Cultural Valencia**, estableciendo los primeros contactos y llevando a cabo una agenda de reuniones institucionales y sectoriales.

Además, la cultura tuvo el **máximo protagonismo** en todas las acciones promocionales realizadas por la Fundación en todo el ejercicio. Destacan, por ejemplo, la **presentación de la oferta cultural de Valencia en Nueva York**, en la *Spain 360 Annual Workshop*, y la **presentación en Múnich**, en la Kunsthalle, con motivo de la exposición de Joaquín Sorolla, ante más de 100 profesionales del sector turístico.

A lo largo de todo el año se puso especial hincapié en la **Ruta de la Seda; Valencia, ciudad del Grial** y la candidatura de las **Fallas a Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO**. Así, se lanzaron tres nuevas rutas turísticas dentro de este Programa: *Valencia ciudad de la Seda*, *Valencia ciudad del Grial* y el *Fallas Tour*, una visita guiada centrada en las Fallas que se

ofrece durante todo el año. Todas ellas comenzaron a comercializarse en las oficinas turísticas y en www.visitvalencia.com

Asimismo, para promocionar la **candidatura de las Fallas como Patrimonio Inmaterial de la UNESCO**, se realizó una constante comunicación online, a través de las agencias en mercados y de la red de oficinas de Turespaña. Se recogieron también firmas de personalidades y del sector en FITUR 2016; se organizó un **press trip multimercado**; y se apoyaron las acciones de Junta Central Fallera en **Lancaster** (reino Unido) y **Bruselas** (Bélgica), entre otras acciones.

Film Office

Otro de los productos que quedó constituido en 2016 es el **Film Office**. Tras el lanzamiento de la web y la guía de localizaciones, la Fundación trabajó en la elaboración de un **nuevo vídeo para este segmento**.

Asimismo, para promocionar Valencia como destino de rodajes Turismo Valencia asistió a **cinco ferias especializadas**, estuvo en la **Berlinale European Film Market**, **Cannes Marché Du Film**, **Cannes Lions**, el **Festival de Cine de San Sebastián** y en **FOCUS**, Londres. También atendimos una **visita de familiarización con 12 productoras de cine publicitario** para dar a conocer el destino, con las que organizamos un **encuentro con empresas del sector en el Hemisfèric**.

La Fundación atendió hasta **196 solicitudes de información** de rodajes, como los anuncios de Vodafone, Mercedes, Changan o las películas españolas *El Bar* y *Amar*, o el rodaje de un **largometraje de Bollywood** que tuvo lugar en agosto. En total, en 2016 tuvieron lugar en la ciudad **150 rodajes**.

VLC Cruises

Desde Turismo Valencia se promovió, conjuntamente con la Autoridad Portuaria, la **Constitución del Programa de Cruceros**, a través de la creación de un grupo de trabajo que cuenta por primera vez, además de estas dos entidades, con la participación del Ayuntamiento de Valencia, la Agència Valenciana del Turisme, la Diputació de València, la Cámara de Comercio, la Confederación Empresarial Valenciana y la Asociación Naviera Valenciana. Esto permitió una mayor coordinación en el trabajo de promoción de Valencia como destino de cruceros y la toma de decisiones tan importantes como la rebaja de las tasas, que contribuyó a que las previsiones de llegadas para los próximos años sean positivas.

Así, se mejoraron los soportes de comunicación con una **nueva Guía Profesional de Cruceros**, nuevas **creatividades** para el producto y el lanzamiento de un nuevo **audiovisual promocional**, disponible en siete idiomas en dos versiones, una más extensa y otra más breve.

Además, se incrementó la actividad comercial orientada a la captación y fidelización de navieras, conjuntamente con la Autoridad Portuaria. La Fundación participó en la principal feria internacionales del sector, **Seatrade Global en Miami**; en el **CLIA Port & Destination Summit en Tenerife**; y en el **International Cruise Summit en Madrid**. También se **reunió con navieras** y atendió **visitas de inspección de directivos** de las principales compañías, como **Seabourn Cruises** o **VIKING Cruises**.

VLC Sports

En el caso del turismo deportivo, se trabajó para articular el programa de este producto, que está en desarrollo, y se creó un **nuevo audiovisual** para promocionarlo.

Además, la Fundación acudió a la **Feria Sports Congress International**, en Ginebra y lanzó una campaña de comunicación en colaboración con **InspireSport**. Por lo que respecta a **viajes de prensa**, se atendieron dos grupos multimercado, uno durante la **Boat Show** con diez medios internacionales; y otro durante el **Maratón Valencia Divina Pastora** con nueve. Se organizaron también sendos **fam trips** con **operadores de golf escandinavos** y **cicloturismo** y se promocionó el **MedioMaratón** en Copenhague con **turopreadores deportivos** durante una visita comercial.

Turismo Valencia mantuvo durante todo el año colaboración directa con entidades y eventos deportivos, como el Valencia Club de Fútbol, el Circuito Ricardo Tormo de Cheste, el Valencia Basket, VLC Ciudad del Runing, la Federación Deportiva Municipal y los campos de golf.

Shopping

Por lo que respecta al programa del producto Shopping, que en 2016 estuvo en desarrollo, se colaboró en las **dos ediciones de la Valencia Shopening Night** que se celebraron durante el ejercicio y se editó la **Guía de Shopping**. Además, en las distintas acciones inversas realizadas, tanto en viajes de prensa como visitas de familiarización de **turoperadores**, se mostró la idoneidad de Valencia como destino de compras, gracias a la colaboración de comercios asociados como El Corte Inglés.

Excellence

Dentro de la promoción de la oferta *premium* de Valencia, la Fundación acudió a la **Feria ILTM** (International Luxury Travel Market) y a **Luxury Travel** en Londres. Asimismo, atendió dos **fam trips** con **agentes de turismo cultural** de Reino Unido y Alemania; el primero de ellos centrado en Joaquín Sorolla y el arte y el segundo en la música, la ópera y la programación del Palau de Les Arts, en particular.

Naturaleza, Idiomático y Wellness

Se avanzó en la organización de los programas de los productos **Naturaleza, Turismo Idiomático y Wellness**. Desde el Área de Desarrollo de Producto y Comercial se realizaron tests de productos, como el *walking tour birdwatching*, que se probaron para una posible comercialización futura. Asimismo, se atendieron viajes de prensa, como el de la revista *Descobrir*, centrado en las rutas de la Albufera, y los espacios naturales y de salud estuvieron presentes en las presentaciones de la Fundación durante todo el año.

1.1.2.- Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista.

Atención en oficinas

Dentro del plan de mejora en la atención ofrecida al turista en destino, para reducir costes y ofrecer un mejor servicio, en 2016 se reorganizaron las **oficinas turísticas** con los **traslados de la Tourist-Info** de la **plaza de la Reina** a la oficina de la **calle de la Paz**, compartiendo así las instalaciones con la Agència Valenciana de Turisme; y la oficina que se encontraba en uno de los puestos de flores de la **plaza del Ayuntamiento** al **edificio municipal**. De este modo se optimizaron los espacios y se aprovecharon mejor los flujos de turistas. Asimismo, antes del verano se cambió la ubicación de la **Oficina de la Playa**, situándose en el Paseo de Neptuno, en la plaza cercana al Hotel Las Arenas, una zona de mayor afluencia turística.

En este apartado cabe destacar el **WIFI gratuito** en todas las oficinas de la Fundación, el servicio de **devolución del IVA Tax Free** en la Oficina de la Calle de la Paz, y el premio al **mejor informador europeo de 2016**, otorgado por la **European Cities Marketing (ECM)**, que recibió **David Arlandis**, de la Oficina de Joaquín Sorolla.

Por lo que respecta a turistas, en el acumulado del año se atendieron **192.041 visitantes** en los seis puntos de información que dispone Turismo Valencia (**Aeropuerto, Ayuntamiento, Paz, Joaquín Sorolla, Playa y Puerto**), de los que el 76% fueron internacionales, el 17% nacionales

y el 7% locales.

Atención online

El mantenimiento web y la creación de contenidos son labores fundamentales para poder informar y prestar servicios turísticos al visitante online. Gracias a este trabajo, el portal de la Fundación www.visitvalencia.com registró **4.075.000 visitas** en 2016, un 31% más que en el ejercicio anterior, con **16.500.000 páginas vistas** y **5.851 clientes** atendidos a través del chat en seis idiomas. La Fundación realizó una activa atención a través de las **redes sociales** en ocho idiomas; no solo en Facebook, Twitter e Instagram; sino también otras específicas como VKontakte en ruso o Wechat y Weibo en chino.

Ventas

Durante 2016 la Fundación generó un **volumen de ventas e ingresos publicitarios** total de **4.128.880 euros**, de los cuales **2.066.750 euros** se obtuvieron a través de las **Tourist Info**, con un incremento del 1% respecto al ejercicio anterior y 82.709 compradores; y **1.190.961 euros** a través de la **tienda online**, con un incremento del 34% respecto a 2015 y 37.320 compradores. En relación a la **Valencia Tourist Card**, se vendieron **73.900 unidades (1.291.766 euros)**, lo que supone un incremento del 17% respecto al año anterior, a través de sus 67 puntos de venta.

Nuevos servicios

Para poner a disposición del turista una oferta más segmentada y especializada, la Fundación creó nuevas rutas, visitas guiadas y otras propuestas. Se lanzaron **Valencia, ciudad de la Seda; Valencia, ciudad del Grial; los bike tours del Arrozy la Horchata**; el walking tour **Birdwatching**; y, en colaboración con la Diputació, los **Day tours**, excursiones de un día fuera de la ciudad, por la provincial de Valencia. Así los visitantes pueden conocer **Gandía y su Ruta de los Borgia**; **Llíria y su tradición musical**; **Cullera**; **Sagunto y su legado romano**; la **ruta gastronómica del vino y el embutido de Requena**; **Ontinyent o Bocairent**; y el castillo y las zonas nobles de **Xàtiva**.

Día Mundial del Turismo

Con motivo del **Día Mundial del Turismo**, que en 2016 tenía como **lema Turismo para todos**, la Fundación promovió el **turismo sostenible**. Así, organizó el 27 de septiembre visitas accesibles guiadas y gratuitas a algunos de los principales monumentos de la ciudad.

1.2.- ESTRATEGIA II: Actualizar la marca Valencia, promoción más segmentada y tecnológica

La promoción de la ciudad se dinamizó con multitud de acciones dirigidas a los profesionales que operan en los canales y con otras dirigidas a los clientes finales, a quienes se alcanzó, especialmente, a través de las nuevas tecnologías con mejoras en nuestras herramientas y soportes. Además, se realizó un intenso trabajo con aerolíneas que ayudó a que las plazas internacionales en el Aeropuerto de Valencia se incrementaran un 20%.

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

Nueva campaña de imagen

Además de la creación de campañas específicas y soportes para los productos turísticos, tal y como se ha explicado en el Plan 1, la Fundación estrenó en septiembre una **nueva campaña genérica de imagen**. Bajo el eslogan *Infinitamente Mediterránea*, la campaña agrupa varios vídeos, creatividades publicitarias e imágenes en castellano, inglés, alemán, francés, italiano, holandés, ruso, chino y polaco.

Ésta se aplicó tanto en campañas y soportes propios como en redes sociales, folletos y materiales promocionales. Asimismo, se empleó en acciones de co-marketing, como los desarrollados con Travel Weekly, Luxury Travel Guide, Abta Magazine; y se realizaron paneles para las ferias WorldTravel Market y TTG Incontrì. En el mercado nacional se realizó también una campaña online con inserciones en Elle, Hola.com y Ocholeguas, el portal de viajes de El Mundo, apoyado en acciones con influencers y con publicidad en la red de display de Google. El vídeo completo y otros más breves se colgaron también en los canales de [Youtube](#) y [Vimeo](#) de la Fundación.

Posicionamiento SEO y SEM y migración a www.visitvalencia.com

Siguiendo la estrategia de Inbound Marketing para crear los mejores contenidos, que aporten mayor valor al usuario en los soportes on y offline, y por un trabajo de posicionamiento de dichos canales, tanto en SEO como en PPC, se realizó la **migración de dominio tanto en idiomas extranjeros como en español de turisvalencia.es a visitvalencia.com**.

Esta estrategia de mejora del posicionamiento online de la web ayudó también a incrementar en

más de un 30% las visitas a la web respecto al anterior ejercicio. El crecimiento de visitantes, combinado con las técnicas de conversión y fidelización de clientes, ayudará a incrementar los visitantes a la ciudad y el consumo de servicios turísticos online.

Acciones de comunicación en redes sociales

El trabajo de la Fundación a través de las redes sociales logró incrementar un 20% los seguidores en sus perfiles en 2016, alcanzando los **260.000 seguidores y suscriptores en los 21 perfiles**, en los que se lanzaron **435 publicaciones de contenido**, que alcanzaron a **5.500.000 personas**.

Publicaciones

En este capítulo, la Fundación actualizó y editó diferentes publicaciones de información turística general, como son la **Guía Turística**; el **Plano Turístico**, el **Monográfico de Fallas** y el **Programa de Fallas**; así como folletos promocionales como el **folleto genérico**, el de **servicios turísticos** o la **Valencia Tourist Card** y los flyers de la **Ruta de la Seda**, la del **Grial**, el del **Fallas Tour** y el **Natural Express**.

Tal como se ha indicado en el Plan 1, en 2016 se crearon nuevos soportes para los productos. Por lo que respecta a publicaciones, se editaron folletos de los siguientes productos: **VLC Shopping**, **VLC Restaurantes**, **VLC con niños**, **LGBT**; las guías de **Lugares Singulares**, **Cruceros** y **VLC Film Office**; y los dípticos de presentación del **Valencia Convention Bureau** y **Fly Valencia**.

Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

Siguiendo el Plan de Actuaciones establecido para el ejercicio, se realizaron **más de 400 acciones promoción, comunicación y marketing**, en las que participaron **más de 2.600 profesionales y 240 periodistas en 32 mercados de Europa, América y Asia**, principalmente. Entre otras, se llevaron a cabo **19 presentaciones de destino**, la Fundación participó en **22 ferias y 23 workshops**, organizó **21 fam trips** y **54 viajes de prensa** y diversas acciones de co-marketing con importantes marcas comerciales.

Turismo Valencia contó en 2016 **con agencias de comunicación** en los principales mercados emisores internacionales: **Reino Unido, Italia, Alemania, Holanda, Francia, Rusia y China**; y por primera vez se contrató una agencia también en **España**. De este modo se consiguió que se publicaran **más de 700 reportajes y noticias** de Valencia en estos países, que alcanzaron a una

audiencia estimada en 500 millones y un valor publicitario de más de 5 millones de euros. Entre otras, estas fueron las principales acciones desarrolladas, muchas de ellas en colaboración con la **Diputació** y la **Agència Valenciana del Turisme**:

España:

En el mercado nacional, principal emisor de turistas a la ciudad, la Fundación realizó un gran esfuerzo promocional, con sendas **presentaciones de destino en Madrid y Gijón**, presencia en **FITUR y FITUR LGBT**, y el lanzamiento de **campañas en colaboración con RENFE** en Fallas, San Valentín y verano.

Asimismo, la Fundación asistió a los **workshops de CEAV en Madrid y Bilbao**; atendió **nueve viajes de prensa**; lanzó campañas con **Europlayas, Viajes Eroski y Logitravel** y una acción de co-marketing con **Springfield** en este y otros mercados internacionales. Asimismo, como ya se ha indicado en el Plan 1, la Fundación colaboró en los rodajes de **Masterchef Celebrity y Masterchef Junior España** para promocionar la Marina de Valencia y Bioparc y la Albufera respectivamente.

Italia:

También fue especialmente intenso el trabajo en el primer mercado emisor internacional. Turismo Valencia participó en **TTG Incontri, La Spagna a Torino y La Spagna a Palermo**; acudió a un **workshop en Bari**; y tematizó **tranvías de la ciudad de Milán** con la imagen de Valencia para dar visibilidad a la ciudad durante el mes de septiembre.

Se lanzaron **campañas online** con los portales **Paesionline.com** y **Bimbo in Viaggio**; así como una acción de **co-marketing** con **Veesible**. Respecto al trabajo con medios de comunicación, se atendieron **ocho viajes de prensa y 17 blogtrips** italianos.

Reino Unido/Irlanda:

Además de la participación en **World Travel Market**, en la feria **London Bike**, y en **Holiday World Show** de Dublín; se realizaron presentaciones de destino en **Manchester y Lancaster**, con 100 y 50 agentes respectivamente. Como se ha descrito ya en el Plan 1, se realizó también una **presentación gastronómica en Londres** con participación de cuatro chefs con estrella Michelin.

Con medios de Reino Unido e Irlanda se organizaron hasta **diez viajes de prensa y cinco visitas de inspección, como las realizadas con ABTA, TravelWeekly y Travelbound;** y se lanzó un acuerdo de co-marketing con **InspireSport**.

Alemania/Austria/Suiza:

En estos mercados la acción promocional llevó a la Fundación a diversos focos emisores de turismo. Se realizaron **presentaciones** de destino y gastronómicas en **Berlín, Múnich, Stuttgart, Essen, Hamburgo, Düsseldorf y Viena**, alcanzando en ellas a más de 350 profesionales, agentes y periodistas. Asimismo, la Fundación acudió a las ferias **ITB Berlín** y **Eat & Styleen Colonia**.

En 2016 se atendieron **doce viajes de prensa** de medios alemanes, austríacos y suizos y dos viajes de familiarización; se lanzó la acción **Blog Walk** con algunas de las principales bloggers alemanas de diez blogs distintos en colaboración con la **televisión RTL**; y una acción de co-marketing con **Intersport**, a través de la cual la ciudad se presentó a cientos de miles de sus clientes en Alemania en su catálogo de running.

Francia:

En el país vecino Turismo Valencia participó en **IFTM Top Resa** en París, **L'Espagne a Lyon** y el **Salon International du Tourisme** de Nantes. Asimismo, se organizaron **13 viajes de prensa** con medios y bloggers franceses y una visita de inspección del turoperador **R-Evolution**. Se organizó también el fam trip **MisterFly** con **Air Europa** y acuerdos de marketing con **EasyVoyage, opodo.fr, edreams.fr y govoyages.fr**; así como dos campañas con **Transavia** y el **Aeropuerto de Lyon** para dar visibilidad a la ciudad de Valencia.

Holanda/Bélgica:

La Fundación asistió en 2016 a un **workshop en Ámsterdam** en el que participaron hasta 50 agentes; atendió **nueve viajes de prensa y seis blogtrips** holandeses y belgas; y la visita del turoperador **Transeurope**. Asimismo, lanzó una acción de co-marketing con **Springfield** en Bélgica; una campaña online con **KLM** y organizó sendos fam trips con **Di Jong Intra** e **INDEA** (Indepent Dutch Events Assot.)

Rusia/Este de Europa:

Por lo que respecta a estos mercados, en 2016 Turismo Valencia realizó una **presentación de destino en Moscú** ante 20 agentes y turoperadores y asistió a la **feria MITT**. También organizó **diez viajes de prensa** y un **fam trip** con 8 agentes polacos y lanzó una campaña con **Aeroflot**. Asimismo, puso en marcha nuevos perfiles en redes sociales en ruso: **Facebook** y **Vkontakte**, con la ayuda de una **nueva agencia de comunicación** en este mercado.

Escandinavia:

En los países nórdicos, la Fundación estuvo presente en los principales certámenes turísticos de Dinamarca y Finlandia, **Ferie For Alle** y **Matka**; además de asistir a un **workshop en Estocolmo** con 45 agentes y otro en **Oslo** con 50.

También se atendieron **ocho viajes de prensa** y **seis fam trips** procedentes de estos mercados, con turoperadores deportivos entre otros; y se lanzó una **acción para promocionar el Maratón Valencia Trinidad Alfonso** en Copenhague.

América:

En el continente americano se realizaron diversas acciones promocionales, como la participación en las **Jornadas de Turismo Cultural y Gastronómico** de Estados Unidos y Canadá celebradas en Nueva York. Asimismo, en Colombia, la Fundación realizó una **presentación de destino en Bogotá** ante 100 agentes de viaje y participó en la **Feria ANATO**; y en unas **Jornadas Inversas** en Brasil.

En 2016 Turismo Valencia atendió **cinco viajes de prensa** de medios procedentes de **EE.UU.**, **tres de Argentina**, **uno de Uruguay** y **tres de Chile**; y **diez fam trips** de **EE.UU.** y **Brasil**.

Oriente Próximo/Asia/Pacífico:

La promoción en esta zona del mundo fue también intensa. Turismo Valencia realizó presentaciones de destino en **Israel (Tel Aviv)**, **Japón (Tokio)**, **China (Shanghai)**, **Singapur (Singapur)** y **Malasia (Kuala Lumpur)**, en las que alcanzó a más de 200 agentes de viaje y turoperadores. Participó, asimismo en la **feria JATA** de Japón e **ITB de Singapur**; atendió tres fam trips de Israel y lanzó una nueva versión de la guía turística en hebreo. Por lo que respecta a la acción promocional con medios de comunicación, organizó un **viaje de prensa con quince**

medios de Israel, uno de Malasia, otro de China, otro de India y dos de Japón.

En 2016 se inició por primera vez una operativa con dos vuelos directos semanales con el mercado israelí, gracias a la apuesta del turoperador ESHET Tours, que trajo 10.000 turistas a Valencia.

Plan 5: Mejora Conectividad

Una de las prioridades de la Fundación en 2016 fue la promoción dirigida a dinamizar las rutas aéreas existentes, en especial las que se habían estrenado recientemente, y la captación de nuevas conexiones. Para ello, a través de **Fly Valencia**, participó en **Europe Routes** y **World Routes**, los principales certámenes aeronáuticos del continente y del mundo. En ellos se reunió con dirigentes de **Delta, Emirates, Qatar Airways, Easyjet, Brussels Airlines, S7 Airlines** o **Ukrainian International Airlines**, entre otros.

Asimismo, como ya se ha mencionado en la promoción dentro del mercado alemán, Turismo Valencia participó en un **roadshow con Eurowings**, en el que se reunió con más de 200 agentes de viaje en Stuttgart, Essen y Hamburgo.

Se lanzaron también campañas en colaboración con aerolíneas, como las de **KLM, Transavia, Aeroflot, Ryanair, Volotea, Smartwings** y **Vueling**. Así, Valencia fue destino destacado para **KLM** durante todo el mes de septiembre con un vídeo promocional que se difundió en cinco idiomas, tanto en vuelos de la compañía como en su iFlyMagazine. También protagonizó durante el mes de agosto el **magazine de Aeroflot**, con la portada y un reportaje de seis páginas dedicadas a los principales atractivos de Valencia. Y reportajes en las revistas de a bordo de **Wizz Air, Alitalia, Air Nostrum** y **Germanwings**.

La Fundación lanzó también una **campaña de dos meses** en los portales especializados de aviación www.routesonline.com y www.anna.aero con información sobre el destino y tres vídeos que mostraban el potencial de Valencia y su provincia.

Además, colaboró activamente en la organización del primer **FLY Valencia Meeting** en Valencia, un encuentro entre más de 35 expositores-destinos y aerolíneas y cerca de 100 agencias de viaje valencianas, dirigido a potenciar el tráfico emisor; organizó **visitas comerciales de Lufthansa**; atendió los **vuelos inaugurales** procedentes de Tel Aviv y Ámsterdam (KLM); y lanzó un **nuevo folleto Fly Valencia, perfect Winter destination**.

1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino más inteligente

Las nuevas tecnologías han abierto en los últimos años nuevas vías para el análisis de datos que permiten mejorar la toma de decisiones y proporcionar un valor añadido a los asociados a la Fundación. De ahí que en 2016 Turismo Valencia se replantea su acción de investigación, con la finalidad de mejorar este proceso. Por otra parte, se puso el foco también en la sostenibilidad social y medioambiental del turismo en la ciudad.

Plan 6: Un destino más inteligente

Diagnóstico del sistema de información

En 2016 se planteó el rediseño de los instrumentos y procedimientos del **Sistema de Inteligencia Turística**. Asimismo, se planeó el proceso que se desarrollará en 2017 para definir las necesidades que debe atender el sistema y las tecnologías y fuentes de información que pueden cubrir dichas necesidades.

Asimismo, en su papel como referente del sector en inteligencia de mercado, gracias al conocimiento de la demanda, la coyuntura, el sector y los demás factores que intervienen en la marcha del turismo en la ciudad de Valencia, la Fundación realizó el **análisis del mercado turístico** de 2016 con:

- el **seguimiento de la coyuntura** mediante sondeos mensuales y puntuales de ocupación en alojamientos turísticos;
- el **Informe Estadístico de Coyuntura Turística** a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), AENA, Puertos del Estado y Puerto de Valencia;
- el folleto de **Estadísticas de Turismo de 2015**, con la evolución de la oferta y la demanda en la ciudad a lo largo del ejercicio anterior.

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)
- Union of International Associations (UIA)

- Spain Convention Bureau
- Asociación de Fundaciones
- Red de Ciudades AVE
- Asociación Española de Destinos para la Promoción del Turismo Gastronómico, Saborea España
- Club de Producto Tour & Kids (ATURFAM)
- Asociación Hispano Japonesa de Turismo

Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

A lo largo de 2016 se inició el plan de trabajo en materia de sostenibilidad y calidad de vida. Este eje está compuesto por distintos programas:

- **Sistemas de Calidad en Destino.** Dentro del que la Fundación continuó desarrollando el **Sistema de Calidad Integral en Destino (SICTED)**, en colaboración con la Cámara de Comercio y dentro del programa de la Secretaria General de Turismo. Hasta **74 establecimientos** obtuvieron o renovaron su distintivo de compromiso de calidad SICTED.
- **Destino Turístico Sostenible.** Se estudiaron proyectos de participación con entidades locales, como el Plan de adaptación de la ciudad al cambio climático o iniciativas de Desarrollo urbano sostenible; nacionales, como el grupo de trabajo sobre cambio climático y turismo; e internacionales, proyectos europeos sobre sostenibilidad del turismo urbano; para analizar el destino, diseñar medidas correctoras y captar recursos.
- **Destino Turístico Accesible.** Comenzó a estudiarse la mejora de accesibilidad del destino (propuestas de diagnóstico de accesibilidad, implantación de la UNE 178.501 de requisitos de un DTI, certificación ISO 17001:2007 de accesibilidad universal en la red de oficinas de atención al visitante). Asimismo, se contactó con entidades relevantes para la creación del Grupo de Trabajo de Accesibilidad Turística: Polibienestar, Instituto de Biomecánica, Inndea, ONCE, Predif y la Fundación a la Red Europea de Turismo Accesible ENAT.

Plan 8: Alojamientos legales, calidad y convivencia

La Fundación Turismo Valencia, en coordinación con el Ayuntamiento, participó en **dos foros de debate e intercambio de experiencias** sobre alojamiento vacacional y en el **Grupo de Trabajo sobre Apartamentos Turísticos** municipal creado para el estudio de este fenómeno.

- El **Foro de Barcelona** sobre “*Lloguer vacacional*” cuenta con la participación de unas 15 ciudades europeas y en él se constató que el problema de la proliferación de viviendas de uso turístico en plataformas P2P es un problema generalizado en todos los países. Las directivas europeas sobre acceso al mercado y comercio digital no están facilitando a los Estados (y a las ciudades) la posibilidad de establecer medidas correctoras a las empresas que se encuentran en este negocio.
- El **Foro de la FEMP** sobre alquiler de viviendas de uso turístico está compuesto por unas 20 ciudades españolas. Los encuentros de este Foro han puesto de manifiesto que se requiere legislación a nivel europeo y estatal para poder frenar los efectos negativos en los destinos de esta actividad (masificación, gentrificación, ocultación fiscal, falta de garantías). Por ello, se ha invitado al grupo a representantes del Ministerio de Turismo.
- El **Grupo de Trabajo sobre Apartamentos Turísticos**, creado a instancia del Área de Desarrollo Económico Sostenible, en el que participan diferentes áreas municipales (policía, urbanismo, licencias, turismo, abogacía).

Plan 9: Hospitalidad, excelencia y talento

La promoción de la hospitalidad, la excelencia y el talento es un trabajo a largo plazo. Durante este ejercicio la Fundación prosiguió con los esfuerzos en calidad que ya venía haciendo y comenzó a ampliar su acción en los otros campos, buscando mejoras.

En materia de calidad, la Fundación mantuvo en 2016 la certificación según la norma **UNE EN ISO 9001:2015** y renovó la **marca Q** según las normas **UNE 187003:2008** para **Oficinas de Información Turística** y **UNE 187005:2009** para **Convention Bureaux**. Asimismo, tal y como se ha mencionado en el Plan 6, como ente gestor del SICTED colaboró para que 74 empresas obtuvieran el compromiso de calidad turística del SICTED, que tiene como objetivo articular una **oferta turística excelente**.

También gracias a la puesta en marcha de la **Comisión de Coordinación Turística** del Ayuntamiento, se está trabajando con diversas áreas municipales para extender el SICTED a

servicios municipales como playas, parque natural de la Albufera, museos, etc.

En relación con la hospitalidad y el talento, se han incorporado sendos programas en el Plan Estratégico que se empezarán a desarrollar durante el 2017 en colaboración con la Agencia Valenciana de Turismo, que cuenta con competencias y recursos en este ámbito.

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

En 2016 Turismo Valencia emprendió diversas iniciativas para dotar a la actividad turística de un marco institucional más ágil y eficaz, implementando mecanismos de colaboración entre administraciones y abriendo nuevas vías, como los comités de producto, para que las empresas asociadas a la Fundación puedan influir en la gestión de la misma.

Plan 10: Nuevo marco institucional. Compromiso y colaboración

Refuerzo de la coordinación de Áreas de gestión municipal

Por lo que respecta a la gestión integral del destino, a lo largo de 2016 desde el Ayuntamiento se reforzó la colaboración entre las Áreas de gestión municipal, **con la creación del Servicio de Promoción Económica, Internacionalización y Turismo**, que se ha ocupado con la colaboración y el apoyo de la Fundación Turismo Valencia, de la dinamización, impulso y desarrollo de la **Comisión Municipal de Coordinación Turística creada en noviembre de 2015**. Desde la Fundación se realizaron numerosas gestiones y se organizaron reuniones para hacer seguimiento de la acción coordinada en esta materia.

Entre otras, Turismo Valencia colaboró en la **agilización de gestiones para los rodajes** en la ciudad; se reunió con Movilidad para tratar el tema de las **paradas de autobuses de turistas** y con la Policía Local para **prever coincidencias de eventos, escalas de cruceros** y para **mejorar la atención al turista**.

Dentro del desarrollo de productos turísticos, se reunió con Patrimonio Histórico y Cultura Festiva para avanzar en la **venta de entradas** a través de las plataformas de la Fundación; participó en el Comisionado de Valencia, Capital Mundial de la Alimentación; y se reunió con la delegación Devesa Albufera para **presentación del SICTED**; así como con otras entidades para la **adhesión a este sistema de las playas y museos de la ciudad**.

Acuerdos entre Administraciones

También se incrementó y mejoró la colaboración entre administraciones para aprovechar

sinergias y reducir los costes de las acciones promocionales a través de la firma de convenios con la **Agència Valenciana del Turisme** y la **Diputació de València**.

La Fundación llevó a cabo diversas acciones con ambas instituciones como resultado de dichos convenios, para la promoción conjunta de Valencia y su provincia y la Comunidad Valenciana. En FITUR 2016 se inició la colaboración entre las tres administraciones para acoger en 2017 la **Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viaje** y en junio se atendió conjuntamente la visita de inspección de esta organización.

Otras acciones conjuntas con la Diputació:

- Participación en ferias turísticas nacionales, como Navartur (Pamplona), Sevatur (San Sebastián), B-Travel (Barcelona), Expovacaciones (Bilbao), Aratur (Zaragoza) e Intur (Valladolid).
- Colaboración en la Fira de les Comarques.
- Promoción internacional:
 - Presentación de destino en Tel Aviv para apoyar la ruta de Sun d'Or.
 - Participación en la feria MITT de Moscú.
 - Campaña con la aerolínea KLM.
 - Atención del fam trips y blog trips con prensa china, de Israel y belgas.
 - Campaña en los portales www.anna.aero y www.routesonline.com
 - Co-marketing en el mercado nacional con el turoperador Europlayas.
 - Rodaje de un episodio de Masterchef Junior España en la ciudad.
 - Asimismo, ambas entidades incluyeron en sus portales acceso a la otra entidad: www.turisvalencia.es y www.valenciaturisme.org
 - Lanzamiento de los Summer Days y Winter Days, visitas de un día a localidades de la provincia.

Por lo que respecta al acuerdo con la Agència Valenciana de Turisme:

- Presentaciones gastronómicas, culturales, workshops y acciones de co-marketing, en Alemania (Berlín y Múnich); Reino Unido (Londres), Austria (Viena), Israel (Tel Aviv) y Japón (Tokio).
- Participación en las ferias Seatrade e IMEX.
- Lanzamiento de perfiles en redes sociales rusas y chinas.

- Organización del receptivo de viajes de prensa para promocionar las Fallas.
- Reedición de diversos materiales promocionales conjuntos, como el folleto de Fallas, la guía de Lugares Singulares, el folleto de Turismo Familiar o el vídeo y merchandising de turismo deportivo.

Elaboración Plan Estratégico

La Fundación trabajó intensamente en la elaboración del Plan Estratégico que la ciudad necesitaba. Definir el modelo turístico futuro para la ciudad, con todas las aportaciones de los agentes involucrados, fue un proceso largo. Tras abrir una **etapa participativa**, en la que se realizó un exhaustivo **análisis y diagnóstico con entrevistas en profundidad con representantes de asociaciones, instituciones y profesionales del sector, así como un taller de participación abierto al conjunto de los asociados**, se definieron las líneas estratégicas y propuestas de actuación del Plan, se sometió a aprobación de los miembros de los órganos de gobierno de la Fundación y se presentó a los asociados en la Asamblea de la Fundación.

El resultado fue un documento con **cuatro grandes estrategias a desarrollar**, a través de **11 planes y 32 programas**, con el horizonte en 2020.

Ofrece una visión del destino sobre pilares sólidos que serán la base del desarrollo turístico de la ciudad a corto, medio y largo plazo, **fomenta la implicación del conjunto de áreas municipales** y apuesta por **generar sinergias con otras Administraciones** y con el **conjunto de empresas del sector** para mejorar el posicionamiento internacional de Valencia.

En definitiva, el nuevo modelo turístico de Valencia, plasmado en el nuevo Plan, plantea **tres claros 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**.

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Cambios en los Órganos de Gobierno

De conformidad con lo previsto en el art. 10 de los estatutos de la Fundación, en la reunión del

Patronato de 19 de mayo de 2.016 renovaron sus cargos como patronos de la Fundación D. Enrique Soto Ripoll, a propuesta de la Feria de Valencia y D. Manuel Espinar Robles, a propuesta de la Confederación Empresarial Valenciana.

En la misma reunión, D. Santiago Escuder Díaz, delegado comercial de Cataluña, Levante y Baleares, de Iberia LAE SA Operadora SU, planteó su renuncia expresa como miembro del Patronato en representación de los protectores, elegido por el Consejo General de los mismos.

En la reunión del Patronato de 3 de octubre de 2016 tomó posesión de su cargo **D^a. Sandra Gómez López, primera teniente de alcalde, como nueva presidenta del Patronato y de la Comisión Ejecutiva de la Fundación**, quien aceptó expresamente el cargo en representación del Ayuntamiento de Valencia, sustituyendo a D. Joan Calabuig Rull, habiéndose dispuesto por acuerdo de la Junta de Gobierno Local, de 8 de setiembre de 2016.

Asimismo, y de conformidad con lo previsto en el art. 10 y 23 de los Estatutos de la Fundación, se procedió al nombramiento del secretario del Patronato y de la Comisión Ejecutiva, D. Jose Antonio Martínez Beltrán, vicesecretario general del Ayuntamiento de Valencia, a propuesta del Ayuntamiento, por acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 1 de Julio de 2016. En ese momento, el Sr. Martínez Beltrán tomó posesión de su cargo, sustituyendo a su predecesor en el Patronato, D. Antonio Bernabé García.

Por otro lado, en el mes de noviembre de 2016 se produjo el fallecimiento de D. Vicente Blasco Infante, patrono de honor de Turismo Valencia, recibiendo el reconocimiento de toda la Fundación a su gran labor y dedicación al sector turístico valenciano.

Con los cambios anteriormente señalados, la composición del Patronato de la Fundación a final del ejercicio 2016 era la siguiente:

- Presidenta: D^a. Sandra Gómez López, primera teniente de alcalde, (en representación del Ayuntamiento de Valencia).
- Vicepresidente: D. José Vicente Morata Estragués, (en representación de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia).
- Vocales:
 - D. Luis Martí Bordera (en representación de la Feria de Valencia).
 - D. Salvador Navarro Pradas (en representación de la Confederación Empresarial Valenciana).
 - D^a. Consol Castillo Plaza (designada por el Ayuntamiento de Valencia).

- D. Miguel Ángel Fernández Torán (designado por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia).
- D. Enrique Soto Ripoll (designado por la Feria de Valencia).
- D. Manuel Espinar Robles (designado por la Confederación Empresarial Valenciana).
- D. Juan José Heras Medina (designado por el Consejo General de Protectores).
- D. Carlos Boga González (designado por el Consejo General de Protectores).
- D. Jorge Lamirán Palomares (designado por el Consejo General de Protectores).
- D. Fernando Aliño Alfaro (designado por el Consejo General de Protectores).
- D. Javier Gutiérrez Marqués (designado por el Consejo General de Protectores).
- D. Rafael Torres García (designado por el Consejo General de Protectores).

- Secretario no patrono: D. José Antonio Martínez Beltrán.

La composición de la Comisión Ejecutiva de la Fundación a final del ejercicio 2016 era la siguiente:

-PRESIDENTA: D^a. Sandra Gómez López, presidenta del Patronato.

-DIRECTOR-GERENTE: D. Antonio Bernabé García, (quien, en ausencia de la presidenta del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto de la presidenta).

-VOCALES:

- D^a. Eva Blasco García, designada por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
- D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia.
- D. Luis Martí Bordera, designado por la Confederación Empresarial Valenciana.
- Elegidos por el Consejo General de los Protectores:
 - D^a Alicia González Sanmartín.
 - D. Javier Vallés Sales.

- D. Manuel Alejandro Palop Bofill.
- D. Stephen Anderson.
- D^a Marta Templado Isasa.

-SECRETARIO: D. José Antonio Martínez Beltrán, secretario del Patronato.

Cambios en los Estatutos de la Fundación

La reforma estatutaria aprobada por el Patronato de la Fundación en diciembre, completó la iniciada en diciembre 2015, tras el cambio en la Presidencia de la Fundación, y planteó dos aspectos fundamentales:

En primer lugar, se adoptaron medidas para **adaptar la Fundación a la nueva ley de Régimen Jurídico del Sector Público 40/2015**, que entró en vigor en octubre de 2016; y en segundo lugar modificó la redacción de los artículos referidos al **Programa de Colaboraciones**, en coherencia con el modelo participativo que impulsa el nuevo Plan Estratégico de la Fundación.

Mayor protagonismo empresarial

En paralelo a la gestión integral de destino y la mejora de la colaboración entre administraciones, en 2016 se intensificó la **colaboración público-privada** de la Fundación. Así, el sector tuvo una participación creciente en la toma de decisiones de Turismo Valencia, a través de **reuniones como la sesión de televoting** que se celebró en mayo con **todos los asociados de la Fundación** para definir necesidades a abordar en el Plan de Estratégico 2016-2020, o los encuentros con empresas y representantes de sectores como **Film Office, Valencia Gastronomía, Cruceros o Valencia Convention Bureau** para la estructuración de estos programas específicos.

Este último fue el primer **programa en constituirse**, en diciembre de 2016, con un programa específico que gestiona la promoción de Valencia como sede de reuniones, congresos e incentivos. De este modo es un instrumento más autónomo y colaborativo, que cuenta con la participación de todas las sedes y las principales empresas del sector, como hoteles, empresas de transporte, servicios turísticos y de apoyo a eventos, OPCs, DMCs, agencias de viajes, empresas de catering, espacios singulares, restauración y ocio nocturno, entre otras.

Nuevas empresas asociadas

A lo largo de 2016 se incorporaron a la Fundación **33 nuevas empresas** y 30 se dieron de baja, cerrando el año con **un total de 279 asociados**. Las empresas que se unieron a Turismo Valencia en 2016 fueron:

ECOTOURS CYCLOS SL-CYCLOTOURBIKE; ASADOR PLAYA SL-RESTAURANTE BRASSA DE MAR; URBAN YOUTH HOSTEL S.L.; ACCOMODATUM GESTIÓN Y SERVICIOS S.L.-SINGULAR STAYS; GASTRONOMIA Y RESTAURACIÓN VALENCIA S.L.; GRAFICAS VERNETTA; GRÁFICAS MARI MONTAÑANA S.L.; VALENCIA & ABOUT; ONE SHOT PALACIO REINA VICTORIA; ALBANA HAIR CLUB; BUTTERCUP AND WESTLEY S.L; RECABA INVERSIONES TURISTICAS S.L MARINA BEACH CLUB; SPAIN EXPERIENCES SELECTION S.L.; RESTAURANTE NOU RACÓ SL.; BAUTISTA MARTI ITALIA S.L.; SEGRETO FREDDO HELADERÍAS S.L.; 2 ESTACIONES; MASAJE VALENCIA; MULLIGAN 'S IRISH TAVERN; A4 MEDIA SERVICIOS AUDIOVISUALES Y FORMACION S.L. QUATRE FILMS; ALCOSERRA 2014 S.L. GOYA GALLERY RESTAURANT; EL TRESOR DE LALOLITA S.L. COLMADO LALOLA; INMUEBLES E INVERSIONES LA POBLA S.L. SEGWAY TRIP VALENCIA; 99 MILLAS SL-DIEZ MIL PIES; RESTAURANTE LA MOMA; TYRIS ON TAP S.L; UNIVERSAL EVENTOS Y AZAFATAS S.L. UNIVERSAL CONCEPT; TRENES TURISTICOS VALENCIA S.L.; A.J. VALENCIA GUIAS S.L. VALENCIA DMC; VISIT ALBUFERA C.B.; CLUBBING VALENCIA RED S.L.; BALNEARIO LA ALAMEDA 2016 S.L; y VINCCIHOTEL S.A HOTEL VINCCI MERCAT.

Convenios de colaboración

En el ejercicio, la Fundación mantuvo diversos convenios de colaboración con instituciones para el impulso de la actividad turística de la ciudad desde diferentes ámbitos. Así, en el marco del **Programa de Colaboraciones** establecido por sus estatutos para sus protectores, Turismo Valencia sostuvo los convenios con **Ciudad de las Artes y las Ciencias, El Corte Inglés y Lladró**, como colaboradores. Además, firmó nuevos con **Teletaxi, Oceanográfico** y el **Valencia Club de Fútbol**, también como colaboradores.

Se suscribió un nuevo convenio con **ADEIT**, como miembro del programa Valencia Convention Bureau, para la cooperación en la promoción de la ciudad en la captación de eventos y reuniones.

Se mantuvieron también acuerdos de colaboración con **Bioparc Valencia**; como uno de los importantes activos turísticos de la ciudad, con el **Palacio de Congresos de Valencia**, cooperando en la promoción de la ciudad en general y de dicho recinto en particular; y con la **Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano (CECOVAL)**, para el desarrollo de actividades de promoción y apoyo al comercio en particular; así como con la **Autoridad Portuaria de Valencia**, para la promoción y comercialización conjunta del mercado de cruceros de la ciudad.

Con la **Agència Valenciana del Turisme** se firmaron dos nuevos convenios: uno para participar en el stand de la Comunitat Valenciana de la Feria Fitur'2016 y otro para el fomento de la imagen de la ciudad de Valencia como referente de los diferentes productos, entre los que destacan el cultural, el urbano, el gastronómico, el deportivo y el familiar.

Otras novedades fueron el convenio con la **Asociación de Empresarios de Hostelería de Playa de las Arenas**, para apoyar su entorno gastronómico; y el de la **Asociación de Profesionales de la Producción Audiovisual**; que establece un marco de cooperación para atraer y fomentar el rodaje de obras y producciones audiovisuales nacionales e internacionales en Valencia.

La Fundación mantuvo también los acuerdos de colaboración suscritos en otros ejercicios con el **Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana**, con el **Instituto Valenciano de Arte Moderno** y con la Fundación **Libertas 7**, firmados en términos semejantes para la promoción y venta de sus entradas.

También hubo acuerdo de colaboración con la **Federación de Fallas de Especial**, aunando esfuerzos y sinergias en la promoción del potencial turístico, costumbres y tradiciones valencianas; y se renovó el acuerdo con **Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana (FCV)**, para la venta por dicha entidad de la Valencia Tourist Card.

Finalmente, se mantuvieron las líneas de colaboración con los asociados de la Fundación para la venta de servicios turísticos y artículos de Valencia en las oficinas de turismo y en el portal de ofertas online y para promocionar la gastronomía valenciana, aplicando los acuerdos suscritos con los restaurantes asociados para la venta del Menú VLC en dichos canales.

2.- COYUNTURA 2016

En 2016 la **actividad turística evolucionó positivamente** impulsada por el incremento de la **demanda extranjera**, que permitió mejorar las tarifas hoteleras y la ocupación en la ciudad. El

intenso trabajo realizado por Turismo Valencia para dinamizar las nuevas rutas aéreas existentes, dio su fruto. También en el puerto creció la actividad de los cruceros, con más escalas y más pasajeros que en el ejercicio anterior.

2.1.- Viajeros y pernoctaciones

En 2016 creció el número de visitantes y de pernoctaciones globales en la ciudad. Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), las **pernoctaciones fueron 4.448.642, un 8,3% más** que en el ejercicio anterior, y los **viajeros 1.907.847**, registrando un incremento interanual del 2,2%.

La **demanda extranjera** fue clave, con un **incremento del 16%** en sus pernoctaciones (2.754.197), mientras que la nacional bajó ligeramente respecto al ejercicio anterior (1.694.445).

Italia continuó siendo el principal emisor internacional con 521.282 pernoctaciones y un incremento interanual del 8,4%; mientras que **Holanda** lideró el crecimiento con un 31,8% de incremento en sus pernoctaciones, 338.108.

A estos mercados les siguieron en volumen **Reino Unido; Francia y Alemania**. Y en los intercontinentales los que mejor comportamiento presentaron fueron EE.UU. y China.

MERCADO	PERNOCTACIONES
Italia	521.282 (+8,4%)
Holanda	338.108 (+31,8%)
Reino Unido	274.838 (+26,9%)
Francia	196.854 (+3%)
Alemania	189.428 (+3,7%)
Bélgica	132.250 (+25,7%)
Suiza	67.699 (+4%)
Rusia	69.369 (+12,8%)
EE.UU.	130.246 (+15,4%)
China	37.207 (+17,2%)

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

El crecimiento de la demanda hizo que las tarifas hoteleras y la ocupación mejoraran en 2016.

Según los datos del INE, la **ocupación hotelera creció 4 puntos, situándose en el 67,64%**. La

estancia media también subió respecto al anterior ejercicio un 6,1%, alcanzando las **2,33 noches**.

Por su parte, el precio por habitación registrado fue de 70,3 euros, un 3,7% más que en 2015; y el **RevPar** se incrementó un **9,6%**, **situándose en 48,1 euros** al cierre del ejercicio.

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros.

Especialmente significativo fue el incremento de viajeros en el Aeropuerto de Valencia, gracias al incremento del 20% en capacidad aérea, con **450.000 nuevas plazas internacionales**. Se anunciaron 14 nuevas conexiones para la temporada otoño-invierno 2016/2017 y 23 para la temporada primavera-verano 2017. Además, Valencia fue el destino europeo líder en crecimiento del tráfico intercontinental desde abril hasta diciembre.

Según los datos de AENA, en 2016 se registraron **2.895.873 llegadas en el Aeropuerto** de Valencia, un 14,84% más que el anterior ejercicio, de las que 2.088.518 fueron internacionales (+18%) y 807.355 nacionales (+7%).

Por su parte, las cifras de **cruceros** también mejoraron ligeramente en el Puerto de Valencia, con **181 escalas** frente a las 174 del año anterior y **403.564 pasajeros**, un **8% más** que en el ejercicio anterior.

FORMULACIÓN DE CUENTAS ANUALES

En cumplimiento de la normativa de Fundaciones vigente, el Director Gerente de **FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU DE LA COMUNIDAD VALENCIANA** formula las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2016 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 84.

Valencia, 31 de marzo de 2017
Director Gerente

D. Antonio Bernabé García

FUNDACION TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU, DE LA
COMUNIDAD VALENCIANA
INVENTARIO DE BIENES Y DERECHOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

	Coste	Amortiz. / Valor Razonable	Valor Neto
Inmovilizado Intangible	1.522.027,60	(1.387.998,97)	134.028,63
Inmovilizado Material	3.593.754,98	(925.224,87)	2.668.530,11
Existencias	97.637,04		97.637,04
Imposiciones Plazo Fijo	2.742,08		2.742,08
Efectivo en caja y bancos	1.047.040,38		1.047.040,38
Total Bienes	6.263.202,08	(2.313.223,84)	3.949.978,24
Depósitos y fianzas constituidos	38.032,95		38.032,95
Deudores	199.439,56		199.439,56
Otros	4.115,98		4.115,98
Total Derechos	241.588,49		241.588,49
Inventario Total	6.504.790,57	(2.313.223,84)	4.191.566,73

Inmovilizado Intangible

Fecha	Descripción	Coste	VALOR NETO CONTABLE
11/10/2001	PROG. CONTABILIDAD + LLAVE	592,60	-
09/07/2003	LICENCIA ADOBE PDF	672,80	-
01/01/2005	REDISEÑO WEB	448.979,29	-
11/02/2005	ADAPTACION WEB A IDIOMAS	21.720,77	-
03/05/2005	CRITICA CULINARIA GUIA REST.	7.027,18	-
17/06/2005	ADOBE PHOTOSHOP	1.032,04	-
06/07/2005	MODULO FACTURACION GESTIIMIL	1.043,64	-
25/08/2005	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE	5.701,73	-
25/08/2005	MARCA VLC TVCB	10.860,03	-
20/10/2005	MODULOS FACTURAC+TPV'S OFICINA	1.617,64	-
22/12/2005	INDESIGN MAC EDITION	1.281,36	-
07/02/2006	VLC SHOPPING	4,58	4,58
03/03/2006	AMPLIACION LICENCIAS/MODULOS G	4.093,79	-
13/03/2006	LINEAS GRAFICAS PROMOCION II	2.348,19	0,01
19/05/2006	MARCA VLC VALENCIA INT.	9.941,89	375,89
01/01/2007	MARCA AGENDA VLC	138,57	138,57
29/01/2007	NUEVO AUDIOVISUAL VALENCIA	164.964,80	9.383,44
21/06/2007	SIGIT BB.DD. INFONOVA	383.419,16	-
29/02/2008	DESARROLLOS GESTIIMIL	7.800,96	-
01/04/2008	INCREIBLE PERO CIERTA	1.173,82	1.173,82
01/06/2008	VLC EXCELLENCE	1.846,07	1.846,07
10/07/2008	SPOT "INCREIBLE PERO CIERTA"	-	8.090,06
01/01/2009	SIGIT (SOPRA 2008)	32.551,85	-
01/05/2009	MARCA VLC BIKE	5.181,36	1.208,03
01/05/2009	MARCA VLC MEETINGS	5.313,45	1.238,83
11/05/2009	MARCA VLC CITY BREAKS	1.386,18	326,98
11/05/2009	MARCA VLC ESPACIO NATURAL	1.386,18	326,98
11/05/2009	MARCA INCREIBLE PERO CIERTA	4.089,98	964,79

ANEXO I

30/06/2009	SIGIT (SOPRA 2009)	63.108,78	-
30/09/2009	VPN SEDES REMOTAS OIT-CENTRAL	4.828,70	-
01/10/2009	MARCA OCIO Y NEGOCIO	833,15	229,17
01/10/2009	MARCA VLC EXCELLENCE	2.583,31	710,59
01/10/2009	MARCA VLC VALENCIA	2.891,89	795,47
01/10/2009	MARCA TURISMO VALENCIA 6,9,14.	19.145,63	5.266,36
01/03/2010	IMAGENES SAPIC	-	429,93
09/04/2010	GESIIMIL MEJORAS	4.640,00	-
30/04/2010	SOPRA (2010)	19.733,75	-
01/05/2010	IMAGENES FALLAS Y TVC	-	477,33
13/08/2010	MARCA VLC RESTAURANT WEE	2.683,45	970,45
23/09/2010	MARCA DESTINO VALENCIA	4.046,70	1.508,92
23/09/2010	MARCA FLORA,ARQUI,MARA,BO..	5.848,56	2.180,79
01/10/2010	MARCA UVELECES	5.598,80	2.099,93
26/10/2010	LICENCIA GESIIMIL	2.119,28	-
03/11/2010	PROYECTO TARJETAS SIN CONTACTO	17.748,80	-
20/01/2011	VIDEO 3D (PARTE 3)	3.776,00	1.908,69
15/02/2011	VIDEO 3D (PARTE 2)	6.191,56	6.191,56
18/02/2011	VIDEO 3D (PARTE 1)	-	6.846,70
21/03/2011	LICENCIA GESIIMIL 2011	2.360,00	-
23/03/2011	MARCA VLC SHOPPING MARZO	3.084,46	1.303,07
18/05/2011	MARCA PHOTONICS	613,07	268,40
31/05/2011	LICENCIA MCAFEE AYTO Y PUERTO	995,17	-
17/10/2011	MARCA VLC SHOPPING OCTUBRE	1.132,80	543,12
30/12/2011	SOPRA 2011	24.340,29	-
31/12/2011	PROYECTO VTC PALMA TOOLS 2011	50.307,00	-
01/01/2012	GESIIMIL ESTUDIO ING INFORM 20	1.125,20	-
04/01/2012	PLATAFORMA RESTAURANTES	37.800,00	-
23/01/2012	20 ANIVERSARIO	4.113,48	4.113,48
16/02/2012	VIDEO 3D TRADUCCION	11.162,80	5.581,40

ANEXO I

20/04/2012	MARCA VALENCIA FILM OFFICE	1.015,17	507,58
16/05/2012	LICENCIAS OFFICE 2010 (13 U.)	2.684,50	-
25/07/2012	PALMA TOOLS 2012	2.016,00	-
25/07/2012	MARCA VALENCIA CARD	3.999,17	1.999,58
28/01/2013	MEJORAS GESIIMIL	9.680,00	2.958,10
07/03/2013	MARCA VLC & FRIEND (Herrero y Asociados)	2.465,43	1.725,80
27/03/2013	MARCA VLC DISCOUNT (Herreros y Asociados)	1.035,21	724,65
26/04/2013	PLATAFORMA (Selered, SL)	2.541,00	574,34
24/07/2013		1.674,37	569,29
20/12/2013	MARCA VALENCIA CRUISE CARD	3.531,20	1.765,57
18/03/2015	MARCA FLY VALENCIA	1.714,84	1.408,05
07/04/2015	MARCA VLC SPORTS	1.320,16	1.091,21
29/05/2015	MARCA ESPAÑOLA VLC	5.426,92	4.563,08
30/06/2015	MARCA SALUD VLC VALENCIA HEALTH	1.714,84	1.456,91
30/06/2015	MARCA COMUNITARIA VLC VALENCIA	27.842,10	26.438,55
08/09/2015	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE Y AL TEU ABA	9.143,80	7.943,83
19/11/2015	MARCA AGENDA VLC	1.152,10	1.138,84
18/12/2015	MARCA VLC VALENCIA	13.154,68	11.839,21
21/12/2015	MARCA VLC VALENCIA INTERNACIONAL	933,57	820,63

Inmovilizado Material

Fecha Adquisición	Descripción	Coste	VALOR NETO CONTABLE
05/03/2007	VITRINAS REINA	-	502,78
01/04/1999	ARMARIO Y ACCESORIOS	666,22	-
27/02/2001	MESA Y CONJUNTO	917,48	-
30/04/2001	TERMINAL SLIMLINE 140	954,18	-
28/05/2001	EXPOSITORES (+2 TIRAS	697,17	-
16/10/2002	MESA, ALA Y CAJONERA	880,13	-
11/11/2002	SILLA VENTO	175,22	-
20/12/2002	CAJA FUERTE LOCAL CORTES VCIAN	1.382,13	-
07/03/2003	MOBILIARIO DESPACHO-HALL-BIBLI	70.653,41	3.532,67
27/03/2003	CENTRALITA ALCATEL ONMIPCX	-	463,99
28/03/2003	MOBILIARIO SALA DE JUNTAS	2.090,32	104,52
31/03/2003	FAX L240	592,60	-
01/04/2003	INSTALACION CAJA FUERTE (AMPLI	334,08	274,46
01/04/2003	ENCIMERA CRISTAL 2ª PLANTA- AM	371,20	19,00
01/04/2003	CERRAJERIA (AMPLIACION)	452,66	389,92
01/04/2003	INSTALACION CUADROS (AMPLIACIO	501,12	412,20
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	618,28	524,41
01/04/2003	MUEBLES BAÑO (AMPLIACION)	742,40	37,00
01/04/2003	PREINSTALACION DE ALARMAS	1.529,49	1.273,39
01/04/2003	LAMPARA DPCHO. DIRECCION Y ELE	2.016,08	101,00
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	2.055,47	1.741,88
01/04/2003	CERRAJERO (AMPLIACION)	2.101,92	1.812,80
01/04/2003	AMUEBLAMIENTO INTERIOR MOSTRAD	2.465,39	123,00
01/04/2003	SEGURIDAD Y SALUD	3.395,05	2.773,36
01/04/2003	INSTALACION FONTANERIA Y SANEA	4.154,69	3.520,71
01/04/2003	PINTOR (AMPLIACION)	4.310,35	3.760,51
01/04/2003	AISLAMIENTOS ACUSTICOS	4.780,12	4.122,36
01/04/2003	ALBAÑILERIA (AMPLIACION)	5.947,32	

ANEXO I

		5.129,67
01/04/2003	PROTECCION CONTRA INCENDIOS	6.767,42
		5.836,16
01/04/2003	MODIFICACION ROTULO (AMPLIACION)	7.789,85
		6.240,16
01/04/2003	PARTIDA DIRECCION FACULTATIVA	8.551,59
		7.374,74
01/04/2003	PINTURAS	8.793,48
		7.671,77
01/04/2003	VARIOS	9.087,36
		7.473,79
01/04/2003	ELECTRICIDAD (16-12-02) (AMPLIACION)	10.042,99
		8.359,89
01/04/2003	ANAGRAMA FACHADA	11.302,31
		9.019,40
01/04/2003	PROYECTOS ARQUITECTOS (SAN JUAN)	19.534,98
		16.847,72
01/04/2003	PROYECTO ARQUITECTOS (FCO.DIAZ)	19.534,98
		16.847,72
01/04/2003	VIDRIERA Y PROTECCION SOLAR	21.643,63
		18.666,73
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA	25.618,28
		22.094,37
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA Y CERRAJE	25.877,41
		22.317,45
01/04/2003	ALBAÑILERIA	32.832,66
		28.316,47
01/04/2003	INSTALACION ELECTRICA E ILUMINACION	52.905,76
		44.041,01
01/04/2003	SOLADOS, ALICATADOS Y REVESTIMIENTOS	73.026,39
		62.981,02
01/04/2003	INSTALACION DE CLIMATIZACION	100.809,98
		85.430,49
01/04/2003	SOLAR CORTES VALENCIANAS	481.410,15
		481.410,15
01/04/2003	EDIFICIO CORTES VICINAS. LEASING	978.824,49
		821.056,59
02/04/2003	LIBROS BIBLIOTECA	320,44
		16,02
09/04/2003	STAND PARAGUAS	4.991,00
		-
24/04/2003	ACCESORIOS DESPACHO DIRECCION	996,48
		-
30/04/2003	PLACAS SEÑALIZACION INTERIOR	2.221,40
		-
12/05/2003	PLANTAS ORNAMENTALES CORTES VICINAS	2.232,11
		-
31/05/2003	ACCESORIOS BAÑO VIP CROMADOS	626,61
		31,00
10/06/2003	1 EQUIPO MESA, SILLA Y BUCK	1.025,42
		51,00
22/07/2003	ALARMA SECURITAS	-
		498,00
27/11/2003	ARMARIOS ARCHIVADORES	1.596,69
		79,83
02/01/2004	DESTRUCTORA DE PAPEL TAROS (2)	1.074,16
		53,71
08/01/2004	DECORACION NAVIDAD	-
		41,71
08/01/2004	INST. ELECTRICA ENTRESUELO	4.701,37

ANEXO I

		3.943,81	-
14/01/2004	MESA, ALA, Y SILLA (2 U.)	1.999,47	99,97
22/01/2004	CARRETILLA ALMACEN	489,87	27,10
23/01/2004	INSTALACION ENROLLABLES	5.591,34	4.699,95
26/01/2004	MOBILIARIO 9 ENTRESUELO 2 FAX	562,60	28,13
10/02/2004	ARMARIOS DESCANSILLO ESCALERAS	664,38	33,22
10/02/2004	MESAS DESPACHO CRISTAL	1.892,92	94,65
11/02/2004	INST ELECTRICA DPCHO ENTRADA P	4.853,52	4.082,28
23/02/2004	HABILITACION DPCHO. CRISTAL	23.042,77	19.388,76
27/02/2004	MOBILIARIO AREA PROMOCION (2 U	1.801,16	90,06
01/03/2004	MOBILIARIO 10 ENTLO 2 CENTRALI	10.493,53	524,68
02/03/2004	ARMARIOS-SILLAS DPCHO. CRISTAL	1.952,36	97,62
03/03/2004	CARRITO TV Y FAX	864,99	43,25
03/03/2004	MOBILIARIO BIBLIOTECA (2 U.)	1.683,82	84,19
10/03/2004	AMPLIACION CAJAS ORDENADOR	943,65	794,42
10/03/2004	SILLAS CAJONERA BIBLIOTECA	1.731,48	86,57
24/03/2004	MOBILIARIO 1 ENTRESUELO 2	17.872,55	-
01/04/2004	MOBILIARIO 2 ENTRESUELO 2	409,25	-
01/04/2004	MOBILIARIO 3 ENTRESUELO 2	602,91	30,15
06/04/2004	DVD + VHS	278,40	-
15/04/2004	MOBILIARIO 4 ENTRESUELO 2	3.627,23	181,36
15/04/2004	MOBILIARIO 5 ENTRESUELO 2	10.947,86	547,39
29/04/2004	VIDEOPROYECTOR MITSUBISHI SE1U	1.067,20	53,36
03/05/2004	MOBILIARIO 6 ENTRESUELO 2	330,95	16,55
06/05/2004	MOBILIARIO 7 ENTRESUELO 2	44,89	-
18/05/2004	MOBILIARIO 8 ENTRESUELO 2	839,06	41,95
26/05/2004	FOTOCOPIADORA LASER IMPRESORA	7.407,92	437,61
28/05/2004	TELEFONOS ALCATEL EASY 10 U.	-	128,95
22/09/2004	CAMARAS FOTOS (2U) Y VIDEO	2.227,20	111,36
13/01/2005	DESTRUCTORA FELLOWES PS220	632,36	31,62
03/05/2005	ARMARIOS COMUNIC-PROMOC (3U)	1.041,03	-

ANEXO I

		52,05
23/05/2005	HABILITACION DESPACHO CRISTAL	7.602,26
		6.795,59
01/07/2005	ESTRUC. METROLAINER	603,57
		-
01/07/2005	HABILITAC. INFORMATICA-DATOS	2.024,27
		1.811,64
27/10/2005	EQUIPOS ENTLO. 2	3.548,38
		-
10/11/2005	ENTRESUELO 2 MOB. 2	3.195,48
		-
10/11/2005	ENTRESUELO 2 CORTINAS	3.925,22
		-
10/11/2005	EMTRESUELO 2 MOB. 1	10.368,89
		-
10/11/2005	REFORMA DESPACHOS SUBDIRECCION	14.102,55
		12.672,20
22/11/2005	TPV PZA REINA	2.150,48
		-
29/11/2005	PC TARIFICADOR	620,39
		-
05/01/2006	IMPRESORA TICKETS TERMICA Aero	500,43
		-
05/01/2006	MOBILIARIO ADICIONAL ENTLO. 2	1.358,01
		1,49
05/01/2006	REFORMA CLIMATIZACION CENTRAL	31.717,77
		28.549,47
16/02/2006	ARMARIO GRIS	562,55
		7,09
22/04/2006	PTA. SEGURIDAD ENTLO. 2.	5.575,59
		5.034,99
27/04/2006	ZIP PORTACATALOGO	184,38
		5,86
04/05/2006	PLACAS ACERO INOX VLC	2.242,05
		29,35
03/07/2006	MOBILIARIO OF. PLAYA	8.358,22
		-
01/01/2007	SILLA SIN BRAZOS	122,11
		12,21
01/01/2007	MESA MODEM II	172,55
		17,26
01/01/2007	MULTIFUNCION HP AEROP.	185,54
		-
01/01/2007	MOB. PTO. INFORMAC. PUERTO	2.297,82
		229,78
03/01/2007	MOBILIARIO VARIO OFICINA RENFE	-
		277,59
03/01/2007	VITRINAS OFICINA AEROPUERTO	832,09
		0,45
03/01/2007	ARMARIOS GRISES OFICINA CENTRA	2.690,22
		1,48
28/02/2007	SAI+SWITCH+8 LICENCIAS	941,61
		-
28/02/2007	TV SAMSUNG 32"	1.191,39
		138,07
28/02/2007	OFICINA PUERTO	19.250,53
		1.925,08
05/03/2007	MOBILIARIO AEROPUERTO	1.377,98
		23,78
05/03/2007	MOBILIARIO PUERTO	1.592,85

ANEXO I

		-
05/03/2007	PERCHEROS REINA	1.759,24 30,37
05/03/2007	TRASLADO OF. AEROPUERTO	30.297,81 3.029,79
30/03/2007	SERVIDOR INTER TO LAN RENOVE	4.274,38 -
31/05/2007	EQUIP. INFORM. OFICINA PLAYA	650,63 -
21/06/2007	SILLON SUBDIRECCIÓN	680,62 99,95
25/09/2007	PERSIANA ENTRADA CENTRAL	11.291,34 825,97
01/10/2007	IMPRESORA TERMICA PUERTO	592,95 -
21/01/2008	MUEBLES BAJOS ENTRESUELO	2.473,73 260,93
21/01/2008	HABILITACION ENTRESUELO	2.847,26 2.621,04
01/02/2008	CAMBIO VENTANALES	49.689,55 45.756,59
15/02/2008	TV PLASMA AEROPUERTO	3.525,35 748,53
21/02/2008	HABILITACION OF. AYTO.	27.986,97 23.215,33
26/02/2008	MOBILIARIO ENTRESUELO	18.940,45 2.184,64
29/02/2008	LICENCIAS+EQUIPO VTA. PLAYA	626,37 -
14/04/2008	RAMPA OIT AYTO.	1.090,06 896,95
14/04/2008	PUERTA ELECTRICA OIT AYTO.	14.787,41 12.167,81
15/04/2008	AMPLIAC. SECRET. DIRECCION	1.378,24 1.271,95
21/05/2008	MESAS ENTLO.	1.198,67 166,17
21/05/2008	ESTANTERIAS ENTLO.	1.766,69 244,92
27/06/2008	PLASMA 50"+ALTAVOCES+HDMI+PIE	4.704,95 1.170,44
17/09/2008	FAX L380S	755,51 129,37
25/09/2008	PERSIANA ALMACEN CORTES VCIANA	5.638,75 977,89
25/09/2008	A.A. CUARTO INFORMATICO	5.719,03 991,82
12/11/2008	CAMARAS FOTOGRAFICAS DIGITALES	923,45 264,64
01/01/2009	MOBILIARIO CORTES VALENCIANAS	4.459,46 1.339,06
01/01/2010	EQUIPO INFORMATICO PZA. REINA	722,74 -
01/01/2010	DESPACHO ADMON. Y 3 PLAZAS GAR	307.172,80 285.679,12
01/03/2010	MONITOR TFT 19" (ENTRESUELO)	686,72 -
01/04/2010	SERVIDOR AUDITORIA	10.457,40 -
30/09/2010	PC FUJITSU + GESIIMIL	4.675,01

ANEXO I

29/10/2010	PORTATIL HP 620 AYT0	985,30	-
29/10/2010	PORTATIL HP 620 DUAL CORE 4GB	1.020,70	-
29/10/2010	SAI APC SMARTUPS RT 6000VA	3.772,46	-
05/01/2011	HABILITACION OFICINA JOAQUIN S	120.583,09	36.174,93
18/01/2011	HD HP 146 Gb 10k 6G 2.5 HOT	814,21	-
18/01/2011	HP IPAQ 214 PDA	1.780,62	-
18/01/2011	SERVIDOR PROLIANT DL360 G7	8.212,80	-
31/01/2011	PORTATIL HP 620	908,60	-
01/02/2011	ALARMA 2011 PROSEGUR	3.655,05	1.624,47
28/02/2011	IMAC 21,5"REINA+IMPRESORA TICK	3.229,01	-
01/04/2011	RACK 19" 42u HP	1.350,10	-
04/04/2011	HABILITACION OFICINA AEROPUERT	29.941,25	2.994,13
01/07/2011	MOBILIARIO AEROPUERTO JULIO	5.800,60	2.320,24
04/07/2011	MOBILIARIO CORTES ADMON 11	13.971,72	5.588,69
01/08/2011	PANTALLA TACTIL REINA FOIL 32"	1.438,80	-
31/08/2011	EPSON ACULASER + TONER PUERTO	1.202,28	-
01/01/2012	FOTOC. CANON 2008 ACTIVACION	783,23	-
01/01/2012	REHABILITACION DESP ADMON	2.544,53	-
01/01/2012	FOTOCOPIADORA CANON 2010 ACTIV	2.943,07	-
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2011	24.599,02	23.590,46
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2012	350.992,56	333.441,94
01/05/2012	4PC FUJITSU TVCB56 TVCB42 TVCB	3.157,68	-
10/07/2012	HABILITACION OFICINA AEROPUERT	47.005,84	25.962,68
11/07/2012	CICLOMOTOR JET4 125	1.699,00	482,40
27/07/2012	SONY VAIO COREI3 TVCB01	1.392,40	-
27/09/2012	SERVIDOR IBM XPRESS 2012	40.139,41	0,01
30/10/2012	3FUJITSU SIEMENS ESPRIMO RAEZ	3.516,26	0,02
31/12/2012	PC FUJITSU ESPRIMO P400 MONTER	1.747,24	-
29/05/2013	TABLETS NEXUS 5U.	1.387,11	282,74
30/09/2013	MONITOR 21"		

ANEXO I

	180,29	33,71
22/10/2013 10 U. PC CENTRAL	7.558,14	1.527,15
27/11/2013 PANTALLA TACTIL REINA	1.135,46	257,42
28/11/2013 4 U. PORTATIL LENOVO	4.301,02	978,04
20/06/2014 PORTATIL 14.1/06/14	724,35	265,92
30/06/2014 PORTATIL 14.2/06/14	1.076,03	402,40
30/06/2014 LUMINARIAS CORTES VALENCIANAS	15.230,51	5.695,79
01/09/2014 PC 3.14/07/14	509,25	212,42
18/09/2014 I PAD 15.1/07/14 15.2 15.3	1.466,52	628,80
13/03/2015 PC CORE I5 RAM 4GB HDD 500 GB	2.954,82	1.623,12
30/04/2015 PC CORE I3RAM 4GB AMPARI LAVAL	1.940,84	1.129,94
29/05/2015 PC CORE I5 HDD 500GB LOLES EDO	2.282,06	1.373,92
30/06/2015 IMPRESORA 08.06.15	467,92	291,97
19/12/2015 23 PC-1 PORTATIL-IIMAC-SERVIDO	53.184,26	39.451,06
31/03/2016 MOB CORTES SILLAS,MESAS Y TABU	5.243,53	4.848,12
25/05/2016 AMPLIACION MOBILIARIO AYTO	5.905,45	5.548,86
16/06/2016 MAQUINA VENDIND INTELIGENTE	14.875,00	12.853,06
30/06/2016 PORTATIL OIT AEROPUERTO	515,10	450,01
30/09/2016 PORTATIL INTEL CORE I5 A.ROS	671,40	628,75
30/09/2016 PORTATIL HP 250 G4 J. MATA	935,44	876,02
30/09/2016 iMAC 1,6 GHz AREA MK	1.276,55	1.195,46
27/10/2016 SILLAS 2016	2.552,45	2.506,42
31/10/2016 HP PRODESK CORE i7 16GB	987,44	945,62
30/11/2016 PC TORRE OPTIPLEX AYTO	593,16	580,19
30/11/2016 PORTATIL JC CAMBRLS HP PROBOOK	724,79	708,93

Existencias

Descripción	Importe
Bandas reflectantes Bike & Run	572,00
Bloc de notas	781,30
Bolígrafo carton reciclado VLC 2015	531,00
Bolsa Papel ecologico Mediana 01/2010	631,40
Bolsa Papel ecologico Pequeña 01/2013	136,85
Bolsa Plástico VLC	16.172,30
Bolsa Plastificada Mediana Edificios VLC 01/2013	1.571,70
Bolsa Plastificada Pequeña Edificios VLC 01/2013	356,20
Cajas Vending	880,00
Carmelos de pectina (bolsas)	430,50
CD VLC Meetings & Events (Cast/Ing)	94,20
CD Vuelo sobre Valencia nov.09	391,60
Chupachups 2015	550,00
Díptico VTC 02/2016	130,00
DVD material Audiovisual TVCB	72,76
Fallas CAST	1.680,00
Fallas ING	1.344,00
Fallas FRA	840,00
Fallas ALE	840,00
Fallas ITA	840,00
Fallas VALENCIANO	84,00
Flyer Natural Express	409,50
Flyer Ruta Santo Grial 2016	14,70
Flyer Ruta Seda y Santo Grial 2016	103,57
Folleto Genérico Castellano 2015	

ANEXO I

	116,64
Folleto Genérico Alemán 2015	308,00
Folleto Genérico Valenciano 2015	81,84
Folleto Genérico Italiano 2015	1.300,64
Folleto Valencia con niños CAST	1.204,80
Folleto Valencia con niños ING	1.200,00
Folleto Valencia con niños FRANC	600,00
Folleto Valencia con niños ALEMAN	600,00
Folleto Valencia con niños VALENCIANO	240,00
Folleto Valencia con niños ITALIANO	840,00
Guía de Restaurantes 2016	497,16
Guía turística en Chino 2015	1.265,92
Guía Turística HEBREO	1.302,26
Guía Turística HOLANDES	1.367,84
Guía turística VERANO-OTOÑO 2016 ALEMAN	1.396,86
Guía turística VERANO-OTOÑO 2016 FRANCES	1.094,61
Guía turística VERANO-OTOÑO 2016 VALENCIANO	259,86
Guía turística OTOÑO 2016 CAST	647,92
Guía turística OTOÑO 2016 ING	1.753,29
Guía turística OTOÑO 2016 ITAL	980,10
Guía turística RUSO 2015	1.361,38
Landyards	29,70
Lápices Azules 2016	143,00
Libretas VLC Blanca 2015	1.544,79
Libretas VLC Infinitamente Mediterránea 2016	2.336,16
Naranjas Antiestres 2016	5.854,68
Plano Plegado	4.636,00
Plano Talonario	4.528,00
Plano VTC 04/2016	1.746,50
POSTER CAMPAÑA GASTRONOMÍA Castellano	58,00
POSTER CAMPAÑA GASTRONOMÍA Inglés	

ANEXO I

	58,00
POSTER CAMPAÑA IMPRESCINDIBLE Castellano	58,00
POSTER CAMPAÑA IMPRESCINDIBLE Inglés	58,00
POSTER CAMPAÑA MAR Castellano	58,00
POSTER CAMPAÑA MAR Inglés	58,00
Servicios Turísticos 2016 Alemán	176,19
Servicios Turísticos 2016 Castellano	912,45
Servicios Turísticos 2016 Francés	235,62
Servicios Turísticos 2016 Inglés	778,26
Servicios Turísticos 2016 Italiano	228,90
Vasos Caña	2.271,92
Folleto papel semilla	1.640,01
TOTAL FOLLETOS 2016	75.286,88

Descripción	Importe
BOLSA EDIFICIOS GRANDE	13,80
BOLSA EDIFICIOS PEQUEÑA	13,72
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN COBALTO	154,70
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN SOCARRAT	130,90
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN VERDE Y MORADO	124,95
C. ARTESANIA. FALLERITAS PEQUEÑAS	25,65
C. ARTESANIA. IMAN VIRGEN DE LOS DESAMPARADOS	52,05
C. ARTESANIA. IMANES COBALTO	39,06
C. ARTESANIA. IMANES SOCARRAT	234,36
C. ARTESANIA. IMANES VERDE Y MORADO	39,06
C. ARTESANIA. PIEZA COBALTO	12,64
C. ARTESANIA. PIEZA SOCARRAT	50,56
C. ARTESANIA. PIEZA VERDE Y MORADO	94,80
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN COBALTO	107,10
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN SOCARRAT	107,10
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN VERDE Y MORADO	107,10
C. ARTESANIA. VELA PERFUMADA	44,64
CAC. DVD CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS	6,93
CAC. DVD OCEANOGRÁFICO	57,84
GUIA JARDINES HISTÓRICOS Y PARQUES URBANOS	12,12
GUIA TURISTICA ALEMAN	110,74
GUIA TURISTICA CASTELLANO	162,68
GUIA TURISTICA CHINO	23,52
GUIA TURISTICA FRANCES	149,94
GUIA TURISTICA HOLANDES	86,24
GUIA TURISTICA INGLES	137,20
GUIA TURISTICA ITALIANO	122,50
GUIA TURISTICA RUSSO	53,90
GUIA TURISTICA VALENCIANO	33,32

ANEXO I

LAMINAS CAC. CIUTAT, MUESO, OCE, HEM, UMBRACLE	362,25
LIBRO GUÍA DE MUSEOS Y MONUMENTOS DE VALENCIA ESP	121,20
LIBRO GUIDE TO MUNICIPAL MUSEUMS AND MONUMENTS	141,40
LIBRO LA ALBUFERA DE VALENCIA	141,65
LIBRO LA ALBUFERA. DE LAGO REAL A PARQUE NATURAL	40,38
LIBRO PAELLAS ALEMAN	61,25
LIBRO PAELLAS CASTELLANO	75,95
LIBRO PAELLAS FRANCÉS	156,80
LIBRO PAELLAS INGLÉS	95,55
LIBRO PAELLAS ITALIANO	159,25
LIBRO PAELLAS JAPONES	200,90
LIBRO PAELLAS RUSO	171,50
LIBRO SOROLLA GENIUSES OF ART	10,76
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ESPAÑOL	139,15
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA FRANCES	248,05
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ITALIANO	145,20
LIBRO TODO VALENCIA ALEMÁN	127,05
LIBRO TODO VALENCIA ESPAÑOL	302,50
LIBRO TODO VALENCIA FRANCÉS	683,65
LIBRO TODO VALENCIA HOLANDES	223,85
LIBRO TODO VALENCIA INGLES	320,65
LIBRO TODO VALENCIA ITALIANO	532,40
LIBRO TODO VALENCIA RUSO	72,60
LIBRO TURISTICO / CUADRADO VALENCIA ESPAÑOL	230,28
LIBRO TURISTICO VALENCIA ALEMÁN	234,32
LIBRO TURISTICO VALENCIA CHINO	169,68
LIBRO TURISTICO VALENCIA FRANCÉS	169,68
LIBRO TURISTICO VALENCIA INGLES	181,80
LIBRO TURISTICO VALENCIA ITALIANO	266,64
LIBRO TURISTICO VALENCIA RUSO	250,48

ANEXO I

LIBRO VALENCIA C.F. 1919 - 2004: DESDE SU FUNDACIÓN HASTA EL	5,38
LIBRO VALENCIA CIUDAD DEL GRIAL	100,80
LIBRO VALENCIA FIESTAS DE LA CIUDAD	242,28
LIBRO VALENCIA GUÍA INFANTIL	48,00
LIBRO VALENCIA GUIARAMA	13,32
LIBRO VALENCIA. HISTORIA DE LA CIUDAD. PASEOS Y RECORRIDOS	614,08
LIBRO VALENCIA. SECRETO A VOCES	388,70
LIBRO VALENCIA'S LAGOON LA ALBUFERA	198,31
LIBRO VIVIR LIVING VALENCIA	40,32
LLAVEROS MATRIUSKAS FALLERAS Y FALLEROS	102,90
MATRIUSKAS FALLERAS	25,00
POSTALES CAC. CIUTAT, MUSEO, OCE, HEM, UMBRACLE	936,44
ROBIN-RUTH BOLSO 25X25	54,60
ROBIN-RUTH BOLSO 25X25 ESPIRAL BS537	90,00
ROBIN-RUTH BOLSO GONDOLA BS428	273,00
ROBIN-RUTH BOLSO MULTICOLOR BS401	180,00
ROBIN-RUTH BOLSO PASAPORTE BS588	102,40
ROBIN-RUTH BOLSO SACO ESPIRAL VALENCIA BS539	37,25
ROBIN-RUTH GORRA ORIGINAL VALENCIA (CS316B,C Y CS353A,B)	255,20
ROBIN-RUTH LLAVERO	48,00
ROBIN-RUTH PARAGUAS VALENCIA CU022	240,90
SARAGÜELL PEQUEÑO	11,02
VALENCIA TOURIST CARD 24 H. (IMAGENES)	1.473,26
VALENCIA TOURIST CARD 48 H. (IMAGENES)	3.667,38
VALENCIA TOURIST CARD 7 DIAS SIN TRANSPORTE	212,84
VALENCIA TOURIST CARD 72 H. (IMAGENES)	4.642,84
	22.350,16
	97.637,04