

Fundación Turismo Valencia de la Comunitat Valenciana

Cuentas Anuales de 2018

Incluye Informe de Auditoría de Cuentas Anuales

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

Al Patronato de FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA (la Fundación), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2018, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica y la memoria de actividades fundacionales correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA a 31 de diciembre de 2018, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

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

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

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

Aspectos más relevantes de la auditoría

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

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

Los ingresos por la subvención de explotación recibida del Ayuntamiento de Valencia suponen el 87% de los ingresos de la actividad propia en el ejercicio 2018. El reconocimiento de estos ingresos implica el cumplimiento de las condiciones y términos establecidos en la subvención de explotación aprobada a favor de la Fundación. Identificamos esta área como aspecto más relevante a considerar en la auditoría de la Fundación, de forma que identificamos como riesgo de incorrección material de nuestra auditoría el adecuado registro de estos ingresos, conforme a la normativa aplicable.

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

Responsabilidad del Director Gerente en relación con las cuentas anuales

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

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

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de cuentas anuales

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

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

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

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

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

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

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

Grant Thornton, S.L.P. Sociedad Unipersonal

ROAC nº S0231

José Enrique Contell García

ROAC nº 2468

7 de marzo de 2019



GRANT THORNTON, S.L.P.

2019 Núm. 30/19/00183

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

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

CUENTAS ANUALES CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO 2018

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 Y DE 2017
 (Expresado en euros)

ACTIVO	Notas en la memoria	2018	2017
ACTIVO NO CORRIENTE		2.850.919,19	2.781.275,29
Inmovilizado intangible	Nota 5	312.841,37	251.484,01
Patentes, licencias, marcas y similares		188.487,93	169.057,62
Aplicaciones informáticas		124.353,44	82.426,39
Inmovilizado material	Nota 6	2.497.204,38	2.485.751,18
Terrenos y construcciones		2.297.077,95	2.296.548,45
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		200.126,43	189.202,73
Inversiones financieras a largo plazo	Nota 8.1	40.873,44	44.040,10
Otros activos financieros		40.873,44	44.040,10
ACTIVO CORRIENTE		1.173.917,12	1.506.416,89
Existencias	Nota 12	104.841,61	93.628,22
Comerciales		104.841,61	93.628,22
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	Nota 8.1	375.064,08	197.279,60
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		63.572,04	41.609,53
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	Nota 8.1	37.681,93	32.281,83
Personal	Nota 8.1	5.864,02	9.327,70
Activos por impuesto corriente	Nota 8.1 y 13	20.026,09	-
Periodificaciones a corto plazo		-	6.493,16
Inversiones financieras a corto plazo	Nota 8.1	7.731,88	9.477,87
Otros activos financieros		7.731,88	9.477,87
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	Nota 8	622.707,51	1.157.928,51
Tesorería		622.707,51	1.157.928,51
TOTAL ACTIVO		4.024.836,31	4.287.692,18

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 Y DE 2017
(Expresado en euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas en la memoria	2018	2017
PATRIMONIO NETO		2.801.679,37	3.356.254,10
Fondos propios	Nota 11	2.801.679,37	3.356.254,10
Dotación fundacional		851.853,02	851.853,02
Reservas		2.200.008,63	2.239.829,05
Excedente del ejercicio	Nota 3	(250.182,28)	264.572,03
PASIVO NO CORRIENTE		112.784,03	133.106,31
Deudas a largo plazo		87.750,57	104.325,19
Acreedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1 y 9.1	87.750,57	104.325,19
Pasivo por impuesto diferido	Nota 13	25.033,46	28.781,12
PASIVO CORRIENTE		1.110.372,91	798.331,77
Provisiones a corto	Nota 18	133.974,51	-
Deudas a corto plazo		48.101,36	123.308,21
Acreedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1 y 9.1	16.557,78	92.642,78
Otros pasivos financieros	Nota 9.1	31.543,58	30.665,43
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		928.297,04	675.023,56
Acreedores varios	Nota 9.1	683.459,94	424.783,13
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	Nota 9.1	384,54	2.487,97
Pasivos por impuesto corriente	Nota 13	-	16.007,59
Otras deudas con las Administraciones Públicas	Nota 9.1 y 13	212.111,12	231.744,87
Anticipos recibidos	Nota 9.1	32.341,44	-
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		4.024.836,31	4.287.692,18

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
CUENTA DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE A LOS EJERCICIOS
TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 Y DE 2017
 (Expresada en euros)

CUENTA DE RESULTADOS	Notas en la memoria	2018	2017
Operaciones continuadas			
Ingresos de la actividad propia	Nota 14.e	4.842.811,19	4.520.155,11
Cuotas asociados y afiliados		295.763,25	309.075,00
Aportaciones de usuarios		7.413,22	56.216,53
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	Nota 22	4.209.634,72	4.015.000,00
Subvenciones imputadas al excedente del ejercicio	Nota 17	330.000,00	139.863,58
Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil	Nota 14.e	3.768.764,73	4.249.593,70
Aprovisionamientos	Nota 14.a	(2.844.867,45)	(3.255.007,63)
Consumo de mercaderías		(2.844.867,45)	(3.255.007,63)
Otros ingresos de la actividad	Nota 14.e	60.313,00	78.264,50
Gastos de personal		(2.856.757,39)	(2.661.338,17)
Sueldos, salarios y asimilados		(2.269.879,59)	(2.069.091,55)
Cargas sociales	Nota 14.b	(586.877,80)	(592.246,62)
Otros gastos de la actividad		(3.022.478,53)	(2.487.209,21)
Servicios exteriores	Nota 14.c	(462.974,90)	(422.752,12)
Tributos		(13.463,50)	(16.717,72)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	Nota 8.1	(2.758,78)	8.700,00
Otros gastos de gestión corriente	Nota 14.d	(2.543.281,35)	(2.056.439,37)
Amortización del inmovilizado	Notas 5 y 6	(188.436,12)	(138.666,90)
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado		-	(9.052,55)
Deterioros y pérdidas	Nota 6	-	(9.052,55)
Otros resultados	Nota 14.f	2.746,84	11.937,71
Excedente de la actividad		(237.903,73)	308.676,56
Ingresos financieros		306,82	682,14
De valores negociables y otros instrumentos financieros		306,82	682,14
Gastos financieros		(5.148,15)	(3.545,86)
Por deudas con terceros		(1.662,49)	(3.545,86)
Por actualización de provisiones		(3.485,66)	-
Excedente de las operaciones financieras		(4.841,33)	(2.863,72)
Excedente antes de impuestos		(242.745,06)	305.812,84
Impuestos sobre beneficios	Nota 13	(7.437,22)	(41.240,81)
Variación de patrimonio neto reconocida en el excedente del ejercicio	Nota 3	(250.182,28)	264.572,03
Resultado Total, Variación del Patrimonio neto en el ejercicio		(250.182,28)	264.572,03

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

MEMORIA DEL EJERCICIO 2018

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

a) Constitución y domicilio social

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

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

b) Actividad

La Fundación tiene por objeto:

- a) La promoción de la ciudad de València y de su imagen turística, tanto a nivel nacional como internacional.
- b) La captación y canalización del turismo hacia nuestra ciudad.
- c) El desarrollo de su infraestructura turística y de servicios complementarios.
- d) La promoción de la ciudad de València como sede de congresos, ferias, convenciones, seminarios, viajes de incentivos y otro tipo de eventos y cualesquiera otras actividades turísticas.
- e) Ofrecer servicio de asesoramiento a 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.

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

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

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

c) Régimen legal

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

NOTA 2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES**a) Imagen fiel**

Las cuentas anuales del ejercicio 2018, compuestas por el balance, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica compuesta por las notas 1 a 24 y la memoria de actividades fundacionales, se han preparado a partir de los registros contables de la Fundación, habiéndose aplicado las disposiciones legales vigentes en materia contable, con objeto de mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación. Para ello, se ha aplicado lo establecido en la Resolución de 26 de marzo de 2013, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se aprueba el Plan de Contabilidad de las entidades sin fines lucrativos, y por las modificaciones introducidas por el Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre.

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

b) Principios contables aplicados

Las cuentas anuales se han preparado de acuerdo con los principios contables obligatorios. No existe ningún principio contable que, siendo significativo su efecto, se haya dejado de aplicar.

c) Moneda de presentación

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

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

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

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

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

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

e) Comparación de la información

El Director-Gerente presenta, a efectos comparativos, con cada una de las cifras que se desglosan en las presentes cuentas anuales, además de las cifras del ejercicio 2018, las correspondientes al ejercicio anterior. Las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2017, formuladas de acuerdo con lo establecido en el Plan de Contabilidad de las entidades sin fines lucrativos, fueron aprobadas por el Patronato de la Fundación celebrada el 19 de abril de 2018.

f) Agrupación de partidas

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

g) Elementos recogidos en varias partidas

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

h) Cambios en criterios contables

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

i) Corrección de errores

En el ejercicio 2018 se ha registrado una regularización de anticipos de clientes de ejercicios anteriores por importe de 39.820,42 euros. En el ejercicio 2017 se registró una regularización en la amortización acumulada del inmovilizado intangible y del inmovilizado material de ejercicios anteriores por importe de 85.531,66 euros.

j) Clasificación de las partidas corrientes y no corrientes

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

NOTA 3. EXCEDENTE DEL EJERCICIO

La propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2018 formulada por el Director-Gerente, así como la aprobada para el ejercicio 2017, son las que se muestran a continuación:

	2018	2017
Base de reparto		
Excedente del ejercicio	(250.182,28)	264.572,03
Distribución		
A Reservas destinadas a Fines Fundacionales	(250.182,28)	264.572,03
	(250.182,28)	264.572,03

NOTA 4. NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN

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

a) Inmovilizado intangible

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

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

Propiedad industrial

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

Aplicaciones informáticas

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

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

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

b) Inmovilizado material

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

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

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

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

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

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

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

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

Al cierre del ejercicio, la Fundación evalúa si existen indicios de deterioro del valor de un elemento del inmovilizado material intangible o de alguna unidad generadora de efectivo, en cuyo caso, se estiman los importes recuperables y se efectúan las correcciones valorativas necesarias. Se entiende que existe una pérdida por deterioro del valor de un elemento del inmovilizado material cuando su valor contable supera a su importe recuperable, entendido éste como el mayor importe entre su valor razonable menos los costes de venta y su valor en uso.

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

c) Arrendamientos y otras operaciones de carácter similar

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

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

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

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

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

d) Instrumentos financieros

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

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

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

Préstamos y partidas a cobrar

En esta categoría se clasifican:

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

Débitos y partidas a pagar

En esta categoría se clasifican:

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

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

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

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

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

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

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

Baja de activos y pasivos financieros

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

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

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

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

Intereses recibidos de activos financieros

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

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

Fianzas entregadas y recibidas

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

e) Existencias

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

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

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

f) Transacciones en moneda extranjera

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

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

g) Impuesto sobre beneficios

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

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

Las rentas exentas obtenidas corresponden a subvenciones para investigación, donaciones o ayudas que se destinan y aplican en su totalidad a la actividad fundacional de la Fundación. Asimismo, las rentas procedentes de los intereses financieros quedan exentas según el apartado 2º del artículo 6 de la citada Ley.

h) Ingresos y gastos

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio del devengo, es decir, cuando se produce la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan, con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

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

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

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

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

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

i) Provisiones y contingencias

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

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

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

j) Elementos patrimoniales de naturaleza medioambiental

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

k) Subvenciones, donaciones y legados

Las subvenciones 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) Estado de flujos de efectivo

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

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

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

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

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

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

NOTA 5. INMOVILIZADO INTANGIBLE

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2018 es el siguiente:

	31/12/2017	Ajuste	Altas	31/12/2018
Coste				
Patentes, licencias, marcas y similares	182.344,23	244,74	43.383,95	225.972,92
Aplicaciones informáticas	816.865,08	-	112.796,20	929.661,28
Total Coste	999.209,31	244,74	156.180,15	1.155.634,20
Amortización Acumulada				
Patentes, licencias, marcas y similares	(13.286,61)	-	(24.198,38)	(37.484,99)
Aplicaciones informáticas	(734.438,69)	-	(70.869,15)	(805.307,84)
Total Amortización Acumulada	(747.725,30)	-	(95.067,53)	(842.792,83)
Inmovilizado Intangible Neto	251.484,01	244,74	61.112,62	312.841,37

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2017 es el siguiente:

	31/12/2016	Ajuste	Altas	Bajas	31/12/2017
Coste					
Patentes, licencias, marcas y similares	828.302,94	(244,74)	7.237,88	(652.951,85)	182.344,23
Aplicaciones informáticas	693.724,66	156,12	123.262,70	(278,40)	816.865,08
Total Coste	1.522.027,60	(88,62)	130.500,58	(653.230,25)	999.209,31
Amortización Acumulada					
Patentes, licencias, marcas y similares	(694.274,31)	56.716,23	(19.627,83)	643.899,30	(13.286,61)
Aplicaciones informáticas	(693.724,66)	(14.275,72)	(26.438,31)	-	(734.438,69)
Total Amortización Acumulada	(1.387.998,97)	42.440,51	(46.066,14)	643.899,30	(747.725,30)
Inmovilizado Intangible Neto	134.028,63	42.351,89	84.434,44	(9.330,95)	251.484,01

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

Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos que al 31 de diciembre de 2018 y 2017 estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2018	31/12/2017
Propiedad industrial	7.027,18	178.108,37
Aplicaciones informáticas	513.535,06	693.724,66
Total	520.562,24	871.833,03

NOTA 6. INMOVILIZADO MATERIAL

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2018 es el siguiente:

	31/12/2017	Altas	31/12/2018
Coste			
Terrenos y construcciones	2.795.065,08	27.500,00	2.822.565,08
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	832.251,70	77.321,79	909.573,49
Total Coste	3.627.316,78	104.821,79	3.732.138,57
Amortización Acumulada			
Terrenos y construcciones	(498.516,63)	(26.970,50)	(525.487,13)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(643.048,97)	(66.398,09)	(709.447,06)
Total Amortización Acumulada	(1.141.565,60)	(93.368,59)	(1.234.934,19)
Inmovilizado Material Neto	2.485.751,18	11.453,20	2.497.204,38

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2017 es el siguiente:

	31/12/2016	Ajuste	Altas	Bajas	31/12/2017
Coste					
Terrenos y construcciones	2.776.091,94	(3,30)	18.976,44	-	2.795.065,08
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	817.663,04	(3.861,88)	18.450,54	-	832.251,70
Total Coste	3.593.754,98	(3.865,18)	37.426,98	-	3.627.316,78
Amortización Acumulada					
Terrenos y construcciones	(433.951,22)	(32.657,16)	(31.908,25)	-	(498.516,63)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(491.273,65)	(91.361,21)	(60.692,51)	278,40	(643.048,97)
Total Amortización Acumulada	(925.224,87)	(124.018,37)	(92.600,76)	278,40	(1.141.565,60)
Inmovilizado Material Neto	2.668.530,11	(127.883,55)	(55.173,78)	278,40	2.485.751,18

Dentro del epígrafe de Terrenos y construcciones se incluye, al 31 de diciembre de 2018 y 2017, el importe de 481.410,15 euros correspondiente a terrenos.

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

Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos que al 31 de diciembre de 2018 y 2017, estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2018	31/12/2017
Construcciones	157.375,17	146.072,86
Instalaciones técnicas	139.599,95	106.429,68
Otras instalaciones	15.230,51	-
Mobiliario	68.269,52	28.667,71
Equipos proceso de información	111.796,14	108.019,99
Elementos de transporte	1.699,00	-
Total	493.970,29	389.190,24

Arrendamientos financieros

Del importe contabilizado en el inmovilizado material, 307.172,80 euros se mantienen bajo contratos de arrendamiento financiero al cierre del ejercicio 2018 (2.142.999,02 euros al cierre del ejercicio 2017). En el ejercicio 2018 se ha ejercido la opción de compra, por importe de 10.726,32 euros, del contrato de arrendamiento financiero del local donde la Fundación tiene su domicilio. Este inmovilizado garantiza la deuda bancaria asumida por el mencionado arrendamiento.

Otra información

No se han producido pérdidas por baja de elementos del inmovilizado material en el ejercicio 2018 (9.052,55 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 2018:

Elemento	Reconocimiento inicial. Valor actual pagos mínimos acordados (incluida opción compra)	Reconocimiento inicial. Valor de la opción de compra	Cuotas satisfechas en el periodo	Pagos mínimos. Próximo ejercicio	Pagos mínimos. Entre 1 y 5 años
Construcciones	307.172,80	1.627,08	94.342,09	16.557,78	87.750,57

La Fundación tenía los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2017:

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	130.671,01	103.734,92	108.822,84

El importe total de los pagos futuros por los arrendamientos financieros al cierre de los ejercicios 2018 y 2017 es el siguiente:

	31/12/2018	31/12/2017
Pagos futuros mínimos al cierre del ejercicio	107.195,76	209.557,76
(-) Gastos financieros no devengados	(4.514,49)	(24.943,19)
Valor de la opción de compra	1.627,08	12.353,40
Total	104.308,35	196.967,97

7.2) Arrendamientos operativos (la Fundación como arrendatario)

El cargo a los resultados del ejercicio 2018 en concepto de arrendamiento operativo ha ascendido a 61.280,61 euros (55.808,70 euros en el ejercicio anterior).

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

	31/12/2018	31/12/2017
Hasta 1 año	49.597,96	49.597,96
Entre uno y cinco años	78.600,00	85.150,00
Total	128.197,96	134.747,96

NOTA 8. ACTIVOS FINANCIEROS

El detalle de activos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2018 y 2017 es el siguiente:

	Créditos, derivados y otros 31/12/2018	Créditos, derivados y otros 31/12/2017
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	40.873,44	44.040,10

El detalle de activos financieros a corto plazo a 31 de diciembre de 2018 y 2017 es el siguiente:

	Créditos, derivados y otros 31/12/2018	Créditos, derivados y otros 31/12/2017
Efectivo y otros activos líquidos	622.707,51	1.157.928,51
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	446.368,00	248.367,00
Total	1.069.075,51	1.406.295,51

8.1 Préstamos y partidas a cobrar

La composición de este epígrafe a 31 de diciembre de 2018 y 2017 es la siguiente:

	31/12/2018		31/12/2017	
	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	-	37.681,93	-	32.281,83
Usuarios y otros deudores de la actividad	-	375.064,08	-	197.279,60
Personal	-	5.864,02	-	9.327,70
Activos por impuesto corriente	-	20.026,09	-	-
Fianzas y depósitos	40.873,44	7.731,88	44.040,10	9.477,87
Total	40.873,44	446.368,00	44.040,10	248.367,00

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2018 no incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia.

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2017 no incluían deterioros causados por riesgos de insolvencia, al haberse revertido durante el ejercicio 2017, según el detalle adjunto:

Deterioros	Saldo a 31/12/2016	Corrección valorativa por deterioro	Reversión del deterioro	Otras variaciones	Saldo a 31/12/2017
Créditos por operaciones comerciales					
Clientes	(28.804,19)	-	28.804,19	-	-

No existen deudas por insolvencias firmes reconocidas en la cuenta de resultados durante los ejercicios 2018 y 2017.

8.2. Otra información

No se han reclasificado instrumentos financieros durante los ejercicios 2018 y 2017.

NOTA 9. PASIVOS FINANCIEROS

Los pasivos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2018 y 2017 son los siguientes:

	Derivados y otros 31/12/2018	Derivados y otros 31/12/2017
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	87.750,57	104.325,19

Los pasivos financieros a corto plazo al 31 de diciembre de 2018 y 2017 son los siguientes:

	Derivados y otros 31/12/2018	Derivados y otros 31/12/2017
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	976.398,40	782.324,18

9.1) Débitos y partidas a pagar

Su detalle a 31 de diciembre de 2018 y 2017 es el siguiente:

	31/12/2018		31/12/2017	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
Por operaciones comerciales				
Acreeedores	-	683.459,94	-	424.783,13
Total operaciones comerciales	-	683.459,94	-	424.783,13
Por operaciones no comerciales				
Deudas por arrendamiento financiero (Nota 7.1)	87.750,57	16.557,78	104.325,19	92.642,78
Total préstamos y otras deudas	87.750,57	16.557,78	104.325,19	92.642,78
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	-	384,54	-	2.487,97
Fianzas y depósitos	-	31.543,58	-	30.665,43
Otras deudas con las Administraciones Públicas	-	212.111,12	-	231.744,87
Anticipos recibidos	-	32.341,44	-	-
Total operaciones no comerciales	-	276.380,68	-	264.898,27
Total Débitos y partidas a pagar	87.750,57	976.398,40	104.325,19	782.324,18

9.2) Otra información relativa a pasivos financieros

a) Impacto en la cuenta de resultados

Los gastos financieros reconocidos en la cuenta de resultados durante los ejercicios 2018 y 2017 proceden de los contratos de arrendamiento financiero.

El tipo medio de las deudas a largo plazo en los ejercicios 2018 y 2017 es del 1,31% y 1,02%, respectivamente.

b) Clasificación por vencimientos

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2018, por anualidades, es el siguiente:

	2019	2020	2021	2022	Más de 5	Total
Deudas financieras						
Arrendamiento financiero	16.557,78	17.865,96	17.865,96	17.865,96	34.152,69	104.308,35

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2017, por anualidades, era el siguiente:

	2018	2019	2020	2021	Más de 5	Total
Deudas financieras						
Arrendamiento financiero	92.642,78	16.532,14	16.761,45	16.993,96	54.037,64	196.967,97

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 3 de diciembre, por la que se modifica la disposición adicional tercera "Deber de información" de la Ley 15/2010, de 15 de julio

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

	2018 Días	2017 Días
Periodo medio de pago a proveedores	36,85	29,71
Ratio de las operaciones pagadas	37,67	31,18
Ratio de operaciones pendientes de pago	15,27	9,91
	Importe (euros)	Importe (euros)
Total pagos realizados	6.158.071,14	5.837.282,15
Total pagos pendientes	235.941,20	431.694,45

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

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

10.1) Riesgo de crédito

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

10.2) Riesgo de liquidez

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

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

10.3) Riesgo de mercado

La situación financiera y económica actual expone a la Fundación ante un riesgo de mercado no diferente al que pueda encontrar cualquier otra 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 2018 y 2017 ha sido el siguiente:

Concepto	Dotación fundacional	Reservas	Excedente del ejercicio	Total
Saldo inicial del 2017	851.853,02	1.936.893,27	388.467,44	3.177.213,73
Aplicación del excedente	-	388.467,44	(388.467,44)	-
Otras variaciones	-	(85.531,66)	-	(85.531,66)
Excedente del ejercicio	-	-	264.572,03	264.572,03
Saldo final del 2017	851.853,02	2.239.829,05	264.572,03	3.356.254,10
Saldo inicial del 2018	851.853,02	2.239.829,05	264.572,03	3.356.254,10
Aplicación del excedente	-	264.572,03	(264.572,03)	-
Otras variaciones	-	(304.392,45)	-	(304.392,45)
Excedente del ejercicio	-	-	(250.182,28)	(250.182,28)
Saldo final del 2018	851.853,02	2.200.008,63	(250.182,28)	2.801.679,37

Al cierre del ejercicio 2018, la aplicación del excedente del ejercicio 2017 se ha puesto a disposición del Ayuntamiento de Valencia de acuerdo con las instrucciones recibidas del mismo (Nota 22.2).

NOTA 12. EXISTENCIAS

La totalidad de las existencias que mantiene la Fundación a 31 de diciembre de 2018, por importe de 104.841,61 euros (93.628,22 euros en el ejercicio anterior), corresponde a folletos y merchandising.

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

Otra información

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

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

NOTA 13. SITUACIÓN FISCAL

El detalle de los saldos mantenidos con las Administraciones Públicas al 31 de diciembre de 2018 y 2017 es el siguiente:

	31/12/2018		31/12/2017	
	A Cobrar	A Pagar	A Cobrar	A Pagar
No Corriente				
Impuesto sobre el Valor Añadido diferido por inversiones	-	25.033,46	-	28.781,12
Total	-	25.033,46	-	28.781,12
Corriente				
Impuesto sobre el Valor Añadido	-	42.418,84	-	47.649,89
Impuesto sobre el Valor Añadido diferido por inversiones	-	3.751,80	-	19.811,76
Retenciones por IRPF	-	92.428,86	-	93.259,09
Organismos de la Seguridad Social	-	73.511,62	-	71.024,13
Impuesto sobre Beneficios	20.026,09	-	-	16.007,59
Total	20.026,09	212.111,12	-	247.752,46
Total	20.026,09	237.144,58	-	276.533,58

Las diferencias temporarias de pasivo surgen como consecuencia del importe correspondiente al impuesto sobre valor añadido no deducible correspondiente a los contratos de arrendamiento (Nota 7).

Situación fiscal

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Resultado contable del ejercicio 2018			(250.182,28)
	Aumentos	Disminuciones	
Impuesto sobre Sociedades	7.437,22	-	7.437,22
Resultados exentos	-	(272.493,92)	272.493,92
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)			29.748,86
Resultado contable del ejercicio 2017			264.572,03
	Aumentos	Disminuciones	
Impuesto sobre sociedades	41.240,81	-	41.240,81
Resultados exentos	-	140.849,60	(140.849,60)
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)			164.963,24

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2018 tienen el carácter de exentas, excepto las de las actividades económicas de carácter mercantil:

Concepto	Ingresos	Gastos	Rentas
De la actividad fundacional Art. 6, 1º Ley 49/2002	4.842.811,19	5.115.305,11	(272.493,92)
De origen empresarial Art. 7 Ley 49/2002	3.768.764,73	3.739.015,87	29.748,86
Total	8.611.575,92	8.854.320,98	(242.745,06)

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2017 tenían el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Concepto	Ingresos	Gastos	Rentas
De la actividad fundacional Art. 6.1º Ley 49/2002	4.520.155,11	4.379.305,51	140.849,60
De origen empresarial Art. 7 Ley 49/2002	4.249.593,70	4.084.630,46	164.963,24
Total	8.769.748,81	8.463.935,97	305.812,84

Según establece la legislación vigente, los impuestos no pueden considerarse definitivamente liquidados hasta que las declaraciones presentadas hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales o haya transcurrido el plazo de prescripción de cuatro años. Al cierre del ejercicio 2018 la Fundación tiene abiertos a inspección los ejercicios 2014 y siguientes del Impuesto sobre Sociedades y los ejercicios 2015 y siguientes para los demás impuestos que le son de aplicación. Se considera que se han practicado adecuadamente las liquidaciones de los mencionados impuestos, por lo que, aun en el caso de que surgieran discrepancias en la interpretación normativa vigente por el tratamiento fiscal otorgado a las operaciones, los eventuales pasivos resultantes, en caso de materializarse, no afectarían de manera significativa a las cuentas anuales adjuntas.

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

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

NOTA 14. INGRESOS Y GASTOS

a) Aprovisionamientos

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

	2018	2017
Artículos Souvenirs	16.919,87	22.321,71
Bus Turístic	254.293,69	301.747,09
Entradas recintos turísticos	1.171.702,37	1.559.238,99
Compras València Tourist Card	802.097,13	723.304,76
Menú Portal Ofertas	504.894,72	519.436,60
Guías turísticas	26.452,50	30.435,84
Visitas guiadas	79.720,56	94.513,82
Compras artículos y servicios destinados a la actividad	2.856.080,84	3.250.998,81
Variación de existencias de bienes destinados a la actividad	(11.213,39)	4.008,82
Total	2.844.867,45	3.255.007,63

b) Cargas sociales

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

	2018	2017
Seguridad Social a cargo de la empresa	549.493,18	544.998,52
Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones	30.926,00	30.834,00
Otros gastos sociales	6.458,62	16.414,10
Total	586.877,80	592.246,62

c) Servicios exteriores

	2018	2017
Arrendamientos y cánones	61.280,61	55.808,70
Reparaciones y conservación	71.230,38	91.435,00
Servicios profesionales independientes	87.369,40	69.924,90
Primas de seguros	13.922,25	18.211,62
Servicios bancarios y similares	27.361,61	21.015,97
Suministros	29.377,04	25.705,97
Otros servicios de explotación	172.433,61	140.649,96
Total	462.974,90	422.752,12

d) Otros gastos de la actividad

	2018	2017
Servicios de atención al visitante	143.914,12	94.048,04
Acciones de Marketing y Comunicación	364.875,83	363.388,04
Acciones Promocionales	2.034.491,40	1.599.003,29
Material promocional y presentaciones en destino	161.729,37	86.612,53
Asistencia a ferias y otras acciones directas	274.428,59	237.156,22
Viajes familiarización	59.860,65	44.760,86
Productos	920.134,78	613.066,26
Apoyo a eventos y congresos	26.094,77	17.064,85
Pertenencia a organismos	25.950,56	29.880,45
Otras acciones promocionales, marketing online	566.292,68	570.462,12
Total	2.543.281,35	2.056.439,37

e) Ingresos

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

Descripción de la actividad	2018		2017	
	Importe	%	Importe	%
Ingresos por cuotas asociados y otros	303.176,47	3%	365.291,53	4%
Ingresos patrocinios	4.209.634,72	49%	4.015.000,00	45%
Subvenciones a la explotación	330.000,00	4%	139.863,58	2%
Ingresos por la actividad propia	4.842.811,19	56%	4.520.155,11	51%
Subvenciones a la explotación	-	-	6.543,00	-
Ingresos por comisiones	18.556,75	-	18.830,50	-
Otros ingresos	41.756,25	1%	52.891,00	1%
Otros ingresos de explotación	60.313,00	1%	78.264,50	1%
Ventas de la actividad mercantil	3.768.764,73	43%	4.249.593,70	48%
Total	8.671.888,92	100%	8.848.013,31	100%

f) Otros resultados

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

	2018	2017
Ingresos	4.144,14	12.545,09
Ingresos excepcionales	4.144,14	12.545,09
Gastos	(1.397,30)	(607,38)
Gastos excepcionales	(1.397,30)	(607,38)
Total	2.746,84	11.937,71

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

15.1. Actividad de la Fundación

I. ACTIVIDADES REALIZADAS

El plan de actuación del ejercicio 2018 ha incorporado los recursos necesarios para abordar las actuaciones coherentes con las líneas establecidas en el Plan Estratégico Turístico de València.

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

ACTIVIDAD 1

1. Identificación

Denominación: MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO

Tipo de actividad: Mercantil

Sector de la actividad: Turismo

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

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

2. Recursos humanos empleados en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	23,25	39.002
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 1	
	Línea de negocio	
	Previsto	Realizado
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	-	-11.213,39
Aprovisionamientos	3.450.000,00	2.856.080,84
Gastos de personal	797.415,30	789.135,26
Otros gastos de explotación	131.124,15	133.794,00
Amortización del Inmovilizado	-	52.762,11
Gastos financieros	540,00	1.441,48
Impuestos sobre beneficios	-	7.437,22
Subtotal gastos	4.379.079,45	3.829.437,52
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	21.870,00	75.080,54
Cancelación de deuda no comercial	25.380,00	25.944,69
Subtotal inversiones	47.250,00	99.025,24
Total Recursos empleados	4.426.329,45	3.928.462,76

ACTIVIDAD 2

1. Identificación

Denominación: ESTRATEGIA CREAR VALOR PARA EL VISITANTE

Tipo de actividad: Fundacional

Sector de la actividad: Turismo

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

Acciones desarrolladas:

- Se ha estructurado la oferta y los servicios turísticos en torno a un programa de productos.
- Se ha priorizado la inversión en el producto Sports, MICE, Cultura, y Gastronomía. En Sports se ha incluido la realización del evento deportivo Copa Davis.
- Mejoramos la promoción del producto València Film Office y València Excellence.
- Se ha invertido en los productos Shopping, Naturaleza, Turismo idiomático y de Aprendizaje, así como el Turismo médico.
- Este año hemos vuelto a gestionar el Punto Móvil de atención al visitante, presente en los lugares de mayor interés turístico, como Albufera, zona de eventos y espacios de congresos, desde el 1 de julio al 31 de octubre.

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

2. Recursos humanos empleados en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	27,25	45.712
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 2	
	Acciones de crear valor	
	Previsto	Realizado
Gastos de personal	915.551,90	889.195,16
Otros gastos de explotación	909.249,95	1.212.177,97
Amortización del inmovilizado	-	58.415,20
Gastos financieros	620,00	1.595,93
Subtotal gastos	1.825.420,85	2.161.384,25
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	25.110,00	80.910,60
Cancelación de deuda no comercial	29.140,00	28.724,48
Subtotal inversiones	54.250,00	109.635,08
Total Recursos empleados	1.879.670,85	2.271.019,33

5. Objetivo

- Mejora de la capacidad de generar negocio para el destino turístico.
- Mantener la continua mejora de atención al visitante.
- Colaboración de los actores turístico de la ciudad en torno a productos turísticos.
- Transmitir la hospitalidad y la cultura de acogida tan genuinamente mediterránea, una seña de identidad de destino.

ACTIVIDAD 3

1. Identificación

Denominación: ACCIONES ENCAMINADAS A LA MARCA Y PROMOCIÓN EN MERCADOS

Tipo de actividad: Fundacional

Sector de la actividad: Turismo

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

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

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

2. Recursos humanos empleados en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	19,25	32.292
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 3	
	Acciones actualizar marca y mercados	
	Previsto	Realizado
Gastos de personal	826.949,20	784.215,54
Otros gastos de explotación	1.414.280,60	1.489.003,80
Amortización del inmovilizado	-	50.877,75
Gastos financieros	560,00	1.390,00
Subtotal gastos	2.241.789,80	2.325.487,09
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	22.680,00	70.470,52
Cancelación de deuda no comercial	26.320,00	25.018,10
Subtotal inversiones	49.000,00	95.488,62
Total Recursos empleados	2.290.789,80	2.420.975,71

5. Objetivo

- Realizamos acciones para la actualización y fortalecimiento de la marca.
- Diseño de nuevos soportes y publicaciones.
- Pertenece a los siguientes organismos: SCB, ECM, OMT, Asociación Española de Fundaciones, Cluster de Turismo de Salud (Spaincares), Asociación Española de Turismo Gastronómico y Mesa de Turismo.
- 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 viaje (medios de comunicación, internet, redes sociales, blogs, etc.).
- Mantener un contacto habitual con prescriptores y decisores en agencias de viaje, turoperadores y líneas aéreas.
- Hemos reforzado el marketing online y generamos nuevos contenidos en la web visitvalencia.com.

ACTIVIDAD 4**1. Identificación**

Denominación: ACCIONES DE ESTRATEGIA DE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE Y GOBERNANZA

Tipo de actividad: Fundacional

Sector de la actividad: Turismo

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

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

2. Recursos humanos a emplear en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	8,25	13.839
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 4 Acciones destino inteligente y gobernanza	
	Previsto	Realizado
Gastos de personal	413.474,60	394.211,43
Otros gastos de explotación	330.590,30	188.900,07
Amortización del inmovilizado	-	26.381,06
Gastos financieros	280,00	720,74
Subtotal gastos	744.344,90	610.213,30
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	11.340,00	36.540,27
Cancelación de deuda no comercial	13.160,00	12.972,35
Subtotal inversiones	24.500,00	49.512,62
Total Recursos Empleados	768.844,90	659.725,91

5. Objetivo

- Reducción del impacto medioambiental de turismo.
- Mejorar la accesibilidad de València.
- Incrementar la cantidad de información disponible para hacer un seguimiento integral de la evolución del turismo, enfocando la generación de información y el análisis de la misma a la toma de decisiones eficientes.
- Fomentar la calidad de la experiencia del turista en la ciudad.
- Difusión de la información disponible para ayudar a las empresas asociadas a mejorar sus operaciones y construir un sector competitivo.

II. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES EMPLEADOS 2018.

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		-11.213,39								-11.213,39
Aprovisionamientos	3.450.000,00	2.856.080,84							3.450.000,00	2.856.080,84
Gastos de personal	797.415,30	789.135,26	915.550,90	889.195,16	826.949,20	784.215,54	413.474,60	394.211,43	2.953.390,00	2.856.757,39
Otros gastos de explotación	131.124,15	133.794,00	909.249,95	1.212.177,97	1.414.280,60	1.489.003,80	330.590,30	188.900,07	2.785.245,00	3.023.875,83
Amortización del Inmovilizado		52.762,11		58.415,20		50.877,75		26.381,06		188.436,12
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Gastos financieros	540,00	1.441,48	620,00	1.595,93	560,00	1.390,00	280,00	720,74	2.000,00	5.148,15
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros										
Diferencias de cambio										
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Impuestos sobre beneficios		7.437,22								7.437,22
Subtotal gastos	4.379.079,45	3.829.437,52	1.825.420,85	2.161.384,25	2.241.789,80	2.325.487,09	744.344,90	610.213,30	9.190.635,00	8.926.522,16
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	21.870,00	73.080,54	25.110,00	80.910,60	22.680,00	70.470,52	11.340,00	36.540,27	81.000,00	261.001,94
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico										
Cancelación de deuda no comercial	25.380,00	25.944,69	29.140,00	28.724,48	26.320,00	25.018,10	13.160,00	12.972,35	94.000,00	92.659,62
Subtotal inversiones	47.250,00	99.025,24	54.250,00	109.635,08	49.000,00	95.488,62	24.500,00	49.512,62	175.000,00	353.661,56
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	4.426.329,45	3.928.462,76	1.879.670,85	2.271.019,33	2.290.789,80	2.420.975,71	768.844,90	659.725,91	9.365.635,00	9.280.183,72

III. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES OBTENIDOS.**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	4.598.000,00	3.829.077,73
Subvenciones del sector público	4.389.634,72	4.539.634,72
Aportaciones privadas	370.000,00	303.176,47
Otros tipos de ingresos	8.000,00	4.450,96
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	9.365.634,72	8.676.339,88

B. Otros recursos económicos obtenidos

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

IV. CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

Descripción	Ingresos	Gastos	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	-	No
Convenio 2 Con la entidad AVANQUA OCEANOGRÀFIC AGORA, S.L. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
Convenio 3. 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	-	No
Convenio 4. Con la entidad EL CORTE INGLÉS, S.A. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
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	9.000,00	-	No
Convenio 6. Con la entidad VIAJES TRANSVIA TOURS, S.L. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
Convenio 7. Con la entidad FUNDACIÓN TRINIDAD ALFONSO MOCHOLÍ suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
Convenio 8. Con la entidad REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE TENIS suscrito para organizar la celebración en Valencia de los cuartos de final del grupo mundial de la Copa Davis	-	300.000,00	No
Convenio 9. Con la entidad TURISME COMUNITAT VALENCIANA suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	330.000,00	-	No
Total Ingresos obtenidos	393.000,00	300.000,00	

V. DESVIACIONES EN EL PLAN DE ACTUACIÓN

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

- a) La disminución de los ingresos en la actividad mercantil, en un 12% con respecto al ejercicio anterior, está motivada por los trabajos de modernización y mejora de la oficina situada en la Plaza del Ayuntamiento, que ha permanecido cerrada durante varios meses, hecho que ha ocasionado un descenso en la facturación de un 18%. Por otro lado, durante el ejercicio se actualizó el portal web, cambiando éste de dominio, circunstancia que ha propiciado una disminución en las ventas *on-line* de un 18%.
- b) Gracias al excedente en la actividad mercantil se han intensificado las acciones promocionales en los productos, en las acciones de marca y mercados, así como en las acciones destino turístico inteligente y gobernanza.
- c) No ha sido necesaria financiación externa, ya que la aportación municipal se ha adaptado a las necesidades de la tesorería de la Fundación, lo que ha supuesto un ahorro considerable en comisiones bancarias e intereses bancarios.

15.2. Aplicación de elementos patrimoniales a fines propios

1. Grado de cumplimiento del destino de rentas e ingresos

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

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

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

Ejercicio	Resultado contable	Ajustes positivos	Base de cálculo	Renta a destinar	%	Destinado en el ejercicio					
						2014	2015	2016	2017	2018	%
2014	32.479,85	3.700.958,42	3.733.438,27	2.613.406,79	70%	3.620.252,95					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%
2017	264.572,03	4.279.621,39	4.544.193,42	3.180.935,39	70%				4.410.292,40		97,05%
2018	-250.182,28	3.230.449,69	2.980.267,42	2.086.187,19	70%					3.324.791,78	111,56%

2. Recursos aplicados en el ejercicio

1. Gastos en cumplimiento de fines		3.230.449,69	
	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	-	-	94.342,09
Total (1 + 2)		3.324.791,78	

El criterio utilizado por la Fundación como base de reparto ha sido considerar los gastos que por su naturaleza son directamente imputables a la actividad promocional y, además de estos gastos, se adicionan los gastos comunes que se reparten entre actividad propia y actividad mercantil, tal como se indica en la nota 23.

15.3. Gastos de administración

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

NOTA 16. INFORMACIÓN SOBRE MEDIO AMBIENTE

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

NOTA 17. SUBVENCIONES

El detalle de las subvenciones de explotación percibidas en los ejercicios 2018 y 2017, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, es el siguiente:

Organismo	Objeto	2018	2017
TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Convenio colaboración para el ejercicio de actividades conjuntas	330.000,00	139.863,58

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

NOTA 18. PROVISIONES Y CONTINGENCIAS

En el ejercicio 2018, consecuencia de la reorganización llevada a cabo por la Fundación siguiendo las pautas del Plan Estratégico 2017-2020, que planteaba la necesidad de un cambio organizativo, un nuevo organigrama y la reorganización de funciones, se ha producido el despido objetivo por causas organizativas de la subdirectora adjunta y del jefe del área de comercialización. Las personas que ocupaban los citados puestos de trabajo han presentado demanda contra la Fundación, litigios laborales que se encuentran pendientes de resolución a la fecha de formulación de las presentes cuentas anuales.

Al cierre del ejercicio 2018, la Fundación ha dotado las provisiones necesarias para atender las cuantías reclamadas por los trabajadores despedidos, que ascienden a un total de 133.974,51 euros.

NOTA 19. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2018 no han acaecido hechos relevantes que afecten a las cuentas anuales de la Fundación a dicha fecha.

NOTA 20. OTRA INFORMACIÓN

Órganos de gobierno, dirección y representación

La composición de la Comisión Ejecutiva a final del ejercicio 2018 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, Servicios y Navegación de Valencia
 - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia
 - D. Salvador Navarro Pradas, designado por la Confederación Empresarial Valenciana
 - D^a Alicia González Sanmartín, elegida por el Consejo General de los Protectores
 - D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de los Protectores
 - D. Manuel Alejandro Palop Bofill, elegido por el Consejo General de los Protectores
 - D. Stephen Anderson, elegido por el Consejo General de los Protectores
 - D^a Marta Templado Isasa, elegida por el Consejo General de los Protectores
- SECRETARIO: D. José Antonio Martínez Beltrán, Secretario del Patronato

La composición del Patronato a final del ejercicio 2018 es 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, Servicios 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, Servicios 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

En el ejercicio 2018 no se han producido cambios en la composición de la Comisión Ejecutiva y del Patronato de la Fundación.

Los miembros de los Órganos de Gobierno durante los ejercicios 2018 y 2017 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:

	2018			2017		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director Gerente	1,00	-	1,00	1,00	-	1,00
Subdirector	1,00	-	1,00	1,00	-	1,00
Subdirector Adjunto	-	0,11	0,11	-	1,00	1,00
Adjunto Dirección	1,00	-	1,00	1,00	-	1,00
Jefe de Área	4,11	2,92	7,03	5,00	2,92	7,92
Jefe de Unidad	1,00	3,00	4,00	1,00	3,00	4,00
Técnico	1,17	9,60	10,77	1,00	9,91	10,91
Técnico Medio	1,57	5,68	7,25	1,00	5,68	6,68
Secretaria Ejecutiva Dirección	-	1,00	1,00	1,00	-	1,00
Coordinador	0,83	4,00	4,83	1,00	4,00	5,00
Oficial Administrativo	-	3,80	3,80	-	3,80	3,80
Administrativo Recepción	-	1,92	1,92	-	1,84	1,84
Informador Turístico	6,80	10,93	17,73	8,54	9,18	17,71
Auxiliar Información Turística	-	-	-	-	0,01	0,01
Auxiliar Administrativo	-	-	-	-	0,50	0,50
Mozo Almacén	1,00	-	1,00	1,00	-	1,00
Prácticas	0,61	0,26	0,87	-	0,56	0,56
Total	20,09	43,22	63,31	22,54	42,41	64,95

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

	31/12/2018			31/12/2017		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director-Gerente	1	-	1	1	-	1
Subdirector	1	-	1	1	-	1
Subdirector Adjunto	-	-	-	-	1	1
Adjunto Dirección	1	-	1	1	-	1
Jefe de Área	4	3	7	5	3	8
Jefe de Unidad	1	3	4	1	3	4
Técnico	2	10	12	1	11	12
Técnico Medio	2	6	8	1	6	7
Secretaria Ejecutiva Dirección	-	1	1	-	1	1
Coordinador	-	4	4	1	4	5
Oficial Administrativo	-	4	4	-	4	4
Administrativo Recepción	-	2	2	-	2	2
Informador Turístico	8	11	19	6	9	15
Auxiliar Administrativo	-	-	-	-	1	1
Mozo Almacén	1	-	1	1	-	1
Prácticas	-	-	-	-	1	1
Total	21	44	65	19	46	65

La distribución por sexos de los miembros del Patronato al término de los ejercicios 2018 y 2017, que no difiere del número medio en cada uno de los ejercicios, es la siguiente:

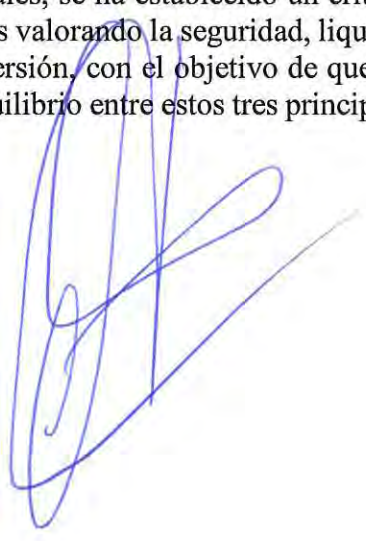
	2018			2017		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Presidenta	-	1	1	-	1	1
Vicepresidente	1	-	1	1	-	1
Vocales	11	1	12	11	1	12
Secretario no Patrono	1	-	1	1	-	1
Total	13	2	15	13	2	15

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 2018 ha ascendido a 13.800,00 euros (13.800,00 euros en el ejercicio anterior). Los honorarios facturados por otros servicios relacionados con la auditoría han ascendido a 2.000,00 euros en el ejercicio 2018.

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

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



NOTA 21. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

	<u>Notas</u>	<u>2018</u>	<u>2017</u>
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		(186.472,09)	431.467,14
Excedente del ejercicio antes de impuestos		(242.745,06)	305.812,84
Ajustes al resultado		328.167,12	150.583,17
Amortización del inmovilizado	5 y 6	188.436,12	138.666,90
Correcciones valorativas por deterioro		2.758,78	-
Variación de provisiones		130.488,85	-
Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado		-	9.052,55
Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros		-	890,71
Ingresos financieros		(306,82)	(682,14)
Gastos financieros		5.148,15	2.655,15
Otros ingresos y gastos		1.642,04	-
Cambios en el capital corriente		(243.075,17)	(22.955,86)
Existencias		(11.213,39)	4.008,82
Deudores y otras cuentas a cobrar		(184.981,78)	(35.333,59)
Otros activos corrientes		6.493,16	23.827,14
Acreedores y otras cuentas a pagar		(51.118,97)	(1.354,27)
Otros pasivos corrientes		878,15	13.336,93
Otros activos y pasivos no corrientes		(3.132,34)	(27.440,89)
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación		(28.818,98)	(1.973,01)
Pagos de intereses		(1.662,49)	(2.655,15)
Cobros de intereses		306,82	682,14
Pagos por impuesto sobre beneficios		(27.463,31)	-
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(256.089,29)	(192.562,97)
Pagos por inversiones		(261.001,94)	(194.414,34)
Inmovilizado intangible	5	(156.180,15)	(130.383,60)
Inmovilizado material	6	(104.821,79)	(37.543,96)
Otros activos financieros		-	(26.486,78)
Cobro por desinversiones		4.912,65	1.851,37
Otros activos financieros		4.912,65	1.851,37
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(92.659,62)	(128.016,04)
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero		(92.659,62)	(128.016,04)
Devolución y amortización de deudas con entidades de crédito		(92.659,62)	(128.016,04)
AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES		(535.221,00)	110.888,13
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		1.157.928,51	1.047.040,38
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio		622.707,51	1.157.928,51

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

Operaciones con partes vinculadas	2018	2017
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		
Ayuntamiento de València	4.194.634,72	4.000.000,00
Cámara de Comercio de València	15.000,00	15.000,00
Total	4.209.634,72	4.015.000,00

El importe de las transacciones con el Ayuntamiento de Valencia se corresponde con la aportación económica correspondiente a los ejercicios 2018 y 2017, con destino a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de València con cargo a los presupuestos municipales de los citados ejercicios.

22.2) Saldos entre partes vinculadas

El detalle de los saldos mantenidos al 31 de diciembre de 2018 y 2017 es el siguiente:

Corto plazo	2018		2017	
	A cobrar	A pagar	A cobrar	A pagar
Por operaciones actividad propia				
Ayuntamiento de València	-	264.572,03	-	-
Total	-	264.572,03	-	-

El importe del saldo mantenido al 31 de diciembre de 2018 con el Ayuntamiento de València, por importe de 264.572,03 euros, corresponde a la puesta a disposición del excedente del ejercicio 2017 a su favor, de acuerdo con las instrucciones recibidas y, sin que a la fecha de formulación de las presentes cuentas anuales, se haya tomado ningún acuerdo sobre la transferencia de la citada cantidad al Ayuntamiento de València (Nota 11).

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

Los importes recibidos por el Director-Gerente y el Subdirector General durante los ejercicios 2018 y 2017 se detallan a continuación:

	2018	2017
Director General	78.999,96	78.999,96
Subdirector General	68.229,96	65.037,61
Total	147.229,92	144.037,57

A parte del Director Gerente y del Subdirector General no existe otro personal de la Fundación que cumpla la definición de personal de Alta Dirección.

NOTA 23. ELEMENTOS PATRIMONIALES AFECTOS A LA ACTIVIDAD MERCANTIL

El detalle de los elementos patrimoniales afectos a la actividad mercantil mantenidos al 31 de diciembre de 2018 se indica a continuación:

Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Inmovilizado intangible	312.841,37	228.169,24	84.672,13
Inmovilizado material	2.497.204,38	1.821.323,12	675.881,26
Existencias	104.841,61	76.465,69	28.375,92
Ingresos de la actividad			
Ingresos por la actividad propia	4.842.811,19	4.842.811,19	-
Ingresos actividad mercantil	3.768.764,73	-	3.768.764,73
Aprovisionamientos	(2.844.867,45)	-	(2.844.867,45)
Otros ingresos de explotación	60.313,00	-	60.313,00
Gastos de personal	(2.856.757,39)	(2.083.561,26)	(773.196,13)
Otros gastos de explotación	(3.022.478,53)	(2.892.781,34)	(129.697,19)
Servicios exteriores	(462.974,90)	(337.668,35)	(125.306,55)
Tributos	(13.463,50)	(9.819,53)	(3.643,97)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(2.758,78)	(2.012,10)	(746,68)
Otros gastos de gestión corriente	(2.543.281,35)	(2.543.281,35)	-
Amortización del inmovilizado	(188.436,12)	(137.434,91)	(51.001,21)
Otros resultados	2.746,84	2.003,39	743,45
Ingresos financieros	306,82	223,78	83,04
Gastos financieros	(5.148,15)	(3.754,78)	(1.393,37)
Total	-242.745,06	-272.493,92	29.748,86

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

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

NOTA 24. INVENTARIO

Adjunto en Anexo I



FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

**MEMORIA DE ACTIVIDADES FUNDACIONALES CORRESPONDIENTE AL
EJERCICIO 2018**

MEMORIA ACTIVIDADES 2018

INTRODUCCIÓN

El turismo en València experimentó en 2018 un notable crecimiento, según los datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Un incremento del 3,9% en pernoctaciones y del 2,8% en viajeros evidencian que a lo largo de todo el ejercicio se mantuvo la tendencia alcista de la actividad turística de los últimos años. Especialmente importante por sus efectos positivos para la ciudad, fue la mejora de la rentabilidad, el avance en desestacionalización del destino y el imparable incremento de la demanda internacional y llegadas al Aeropuerto.

Las cifras del balance turístico de 2018, recogidas también en esta Memoria de Actividades, avalan la eficacia de los programas de producto que impulsa la Fundación Turismo Valencia y el trabajo realizado para mejorar la conectividad aérea con los principales mercados emisores, así como el lanzamiento de una nueva estrategia de marketing digital que comenzó a ponerse en práctica este año. Asimismo, en su apuesta por construir y mantener un destino inteligente y sostenible, Turismo València empezó a desarrollar el nuevo Sistema de Inteligencia Turística y avanzó en diversos proyectos de sostenibilidad turística en colaboración con entidades nacionales e internacionales.

Estas líneas de actuación, definidas en las cuatro estrategias que plantea el Plan Estratégico 2017-2020 de la Fundación, fueron claves a la hora de seleccionar las actuaciones de 2018, y se llevaron a cabo en colaboración con otras administraciones implicadas y con entidades representantes del sector.

ÍNDICE

1.- ACTIVIDAD FUNDACIONAL 2018

1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

- València Convention Bureau
- VLC Gastronomía
- Cultural València
- València Film Office
- VLC Cruises
- VLC Sports
- València Shopping
- Unique València
- València Medical Destination
- Estudios
- Naturaleza

Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista

- El front desk: oficinas más inteligentes y accesibles
- Atención y ventas offline y online
- Valencia Tourist Card
- Mostra de Turisme y 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 página web y ecosistema digital
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
Inteligencia de mercado
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

Foro Urban Tourism Trends
SICTED

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

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Órganos de Gobierno
Mayor protagonismo empresarial
Nuevas empresas asociadas
Convenios de colaboración

2.- COYUNTURA 2018

2.1.- Evolución de la demanda

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros

1.- ACTIVIDAD FUNDACIONAL 2018

La Fundación Turismo Valencia, entidad encargada de desempeñar la promoción turística de la ciudad, desarrolló en este ejercicio su labor siguiendo las pautas del **Plan Estratégico 2017-2020**. Los **beneficiarios** de esta actividad fueron un año más los **agentes del sector turístico, la ciudad y sus habitantes, ya que dicha promoción supone una difusión de la cultura propia y genera beneficio económico y social para València**.

La estrategia definida en el Plan, y por tanto de las acciones desarrolladas en 2018, buscan sentar las bases de un **modelo turístico sostenible, capaz de afrontar los retos que el mercado y la industria turística plantean para los próximos años**. Estas páginas recogen, por tanto, una síntesis de las actividades y acciones llevadas a cabo para aprovechar las oportunidades del turismo, minimizando los efectos negativos del mismo y maximizando su rentabilidad, el empleo de calidad y el crecimiento de las empresas de València. Todo ello con base en el **Plan Estratégico** diseñado en 2016 conjuntamente con el sector, que además contó con la aprobación unánime de todos los grupos en el Ayuntamiento de València en junio de 2017.

Dicho Plan define **cuatro estrategias** que se desarrollan a través de **11 planes y 32 programas** y marca unos **objetivos, con horizonte en 2020**. Estas páginas recogen una síntesis de las acciones realizadas a lo largo de 2018, actividades alineadas con el Plan Estratégico en general y con el **Plan de Actuaciones 2018** en particular, aprobado en diciembre de 2017 por los órganos de gobierno de la Fundación.

1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

1.1.1.- Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

Un año más la Fundación articuló su actividad promocional en torno a un modelo de gestión organizado en programas de productos, que pretenden hacer más atractivas las experiencias del turista en la ciudad, siempre **en colaboración y bajo la supervisión del sector empresarial** y demás entidades y **administraciones implicadas**.

Así, se continuó avanzando en la formación de los **once programas de producto**, a través de grupos de trabajo y de la elección de sus propios asambleas y comités: València Convention Bureau, VLC Gastronomía, Cultura y Ocio, València Film Office, VLC Cruises, VLC Sports, València Shopping, Unique València, València Medical Destination, Estudios y Naturaleza.

València Convention Bureau

El programa València Convention Bureau, que se constituyó en el ejercicio anterior, celebró en 2018 dos **reuniones de su Asamblea y Comité**, en las que se informó de la intensa actividad realizada para posicionar València como destino de reuniones y captar negocio para la ciudad, y se propusieron acciones futuras. En este ejercicio se incorporaron al producto **22 nuevas empresas** y ya son **132 vinculadas**, es el producto más numeroso de Fundación.

Como resultado de esta labor promocional y de captación de negocio, se ganaron **47 candidaturas** (29 congresos y 18 corporativo) con 30.642 delegados (26.900 congresos y 3.748 corporativo). Además, el trabajo del Convention Bureau y la excelente oferta de la ciudad, ayudaron a que València fuera reconocida en 2018 como **Mejor Destino MICE** en los **Best Event Awards (BEA)**, que promueven la excelencia en los eventos, y como **Mejor Destino MICE Nacional**, otorgado por IBTA.

Como no podía ser de otra forma, el València Convention Bureau estuvo presente en las principales citas de la agenda MICE. Asistió a las ferias profesionales *Association World Congress*, *MIS Eventoplus*, *IMEX Frankfurt*, *Top Resa*, *ITB Asia* e *IBTM* y a los principales encuentros del sector, como: el workshop de *ICCA Small Client/Supplier Workshop*, la Asamblea de *ICCA Capítulo Ibérico*, la jornada directa del Spain Convention Bureau en *Múnich Dusseldorf* y la inversa en *París*, el *SITE & MPI Forum*, el *Pure Meetings*, el *M&I Algarve*; *M&I Dubrovnik* y *M&I Reino Unido* (Oxford, Chesman, y Farnborough); el workshop *MICE & TRAVEL BUSINESS* en Holanda; la Jornada Inversa organizada por Turespaña con **agentes MICE/Premium de la India**; el **International Mice Geography Show** en Rusia y el workshop de *Europe Congress 2018*.

En todas ellas generó una potente red de contactos y exploró posibles oportunidades para la ciudad como destino de reuniones. La Fundación también acudió a la **Gala Eventoplus**, una prestigiosa entrega de premios del sector MICE en Madrid y a la **Feria Eventodays**.

Asimismo, organizó y atendido las visitas de inspección de **John Deere**, **Back to Back LMC**, **EULIS**, **Ducati** y de los congresos **ESWI**, **ISPIM**, **ECTS**, **EKS**, **ICHCA**, **ECVS**, **EORNAC**, **ICEM CRS 19** y **NMD**; así como los viajes de familiarización de **AIM Madrid**, **Kuoni Barcelona**, **Leading Alemania**, **Spain & Travel Sprots**, **Event One Francia**, las **OETs de Cantón**, **París**, **Varsovia** y **Toronto**; y un grupo de agencias MICE clientes **ANVR**, entre otros.

El València Convention Bureau también realizó en 2018 una inserción en la **guía online** de turismo de reuniones de **Hosteltur**, una campaña en la **revista francesa Meet and Travel Mag**, en la revista **TravelMedia NL** y en **Head Quarters Magazine**, con edición especial para reforzar la presencia en **IBTM** y participó en **visitas comerciales** en Barcelona, defendido las **candidaturas a los congresos WAIMH 2022** en Roma y **EPC 2022** en Dubrovnik. También colaboró con el Palacio de Congresos en la organización de un **fam trip** con organizadores de congresos europeos, así como con Feria Valencia en la organización del **ICCA Venue Client/Supplier Business Workshop**.

Mención especial merece la creación del **València Ambassadors Congress Club**, una iniciativa impulsada por el Convention Bureau, en la que se reconoció a más de 60 profesionales valencianos por promover València como destino de congresos. La primera ceremonia de este club se celebró en el Salón de Cristal del Ayuntamiento con una entrega de reconocimientos a los nuevos “embajadores de congresos” de la ciudad de València.

VLC Gastronomía

El producto VLC Gastronomía continuó articulando la oferta y promocionando en el exterior la agenda gastronómica de la ciudad, cada vez más intensa y con propuestas muy diversas. En marzo se realizaron las **reuniones de la Asamblea y el Comité del programa**, en el que hay **128 empresas asociadas**, un 15% más que en 2017. Una vez elegida la composición del Comité y el presidente del programa, el chef Alejandro del Toro, dicho Comité se reunió hasta en seis ocasiones para dar forma al Plan Operativo del programa. Paralelamente, se crearon dos comisiones de trabajo: el **Grupo de mejora de Valencia Cuina Oberta** y la **Comisión de Trabajo de Actividades Gastronómicas**, esta última integrada por seis empresas del programa con el objetivo de dar forma a propuestas del sector y aprovechar oportunidades y canales promocionales como las que plantea el Club Saborea España.

Especialmente importante fue el **World Paella Day**, una acción impulsada por Turismo València, en colaboración con la Turisme Comunitat Valenciana y Turespaña y con la participación de diversas organizaciones del ámbito de la hostelería y la restauración. Contribuyó a posicionar la ciudad como destino gastronómico a través de su plato más emblemático: la paella. El **20 de septiembre** se celebró un acto central en València con **acciones gastronómicas paralelas en 12 países del mundo**. La campaña se articuló bajo el hashtag **#worldpaelladay**, fue vista por 3,7 millones de personas y provocó impactos mediáticos en más de 40 países. Esta campaña se hizo con la **Luna de Plata** en la categoría de Social Media dentro del **Festival de Publicidad y Comunicación La Lluna**.

Además, se celebró la **II edición del certamen Valencia Culinary Meeting**, que congregó a 9 restaurantes y 11 Estrellas Michelin, de 5 países diferentes, con **La vuelta al producto** como temática. Para dar visibilidad internacional al certamen, la Fundación gestionó un **viaje de prensa multimercado** con periodistas procedentes de cinco países.

Asimismo, se organizaron la **XVIII y XIX edición de Valencia Cuina Oberta**, con una media de **360.800€ de impacto económico** estimado por edición. Se sirvieron **21.081 menús** en ambas ediciones y se desarrollaron actividades gastronómicas paralelas, como talleres infantiles de cocina saludable y oferta de catas en el Celler de Proava. También se celebró la **II Semana de la Paella**, organizada por la asociación Wikipaella, con el apoyo de la Fundación.

Por lo que respecta a la promoción gastronómica en mercados, la actividad también fue intensa. Turismo València organizó **presentaciones en Madrid**, en el Kitchen Club, ante cerca de 100 profesionales del sector y con las estrellas gastronómicas de Sucede, El Poblet, Riff y La Sucursal como embajadores del destino; y en **Frankfurt**, con las de Riff, Restaurante Alejandro del Toro, Saiti y Sucede. La Fundación también participó en el **Día Mundial de la Tapa en Londres**, de la mano de M^a José Martínez de Lienzo; en **Texas** con Pablo Ministro de Contrapunto; y en **Milán**, en el acto organizado por Conhostur.

Además, con motivo del aniversario del **hermanamiento de València con Mainz (Alemania)**, la paella fue embajadora gastronómica en los actos promocionales. Por último, en el marco de pertenencia al club de producto Saborea España, València participó en una **presentación gastronómica en Hamburgo** ante prensa y operadores turísticos alemanes y contó con Alberto Alonso, de 2 Estaciones, como embajador gastronómico de la ciudad.

En destino, la Fundación organizó **11 viajes de prensa** especializados en gastronomía que generaron artículos en medios del nivel de *Sunday Times*, *ELLE Gourmet*, *National Geographic*, *Traveller*, *América Tevé* o *Expansión*. Por lo que respecta a soportes gastronómicos, se reeditó la *Guía de Gastronomía*, que está disponible en español e inglés, en formato digital e impreso y se creó el **audiovisual València&Paella** en nueve idiomas como soporte promocional del destino con la paella como hilo conductor.

Además, Turismo València continuó trabajando para **dar visibilidad a las iniciativas del sector**. En 2018 contaba con diez productos turísticos a la venta, articulados en torno a Paella Experience con cuatro variedades de actividades; dos de Enoturismo; Tours gastronómicos: l'Horta y Parque Natural de la Albufera; y el Tapas Tour en València, disponibles para los visitantes en los canales de la Fundación.

Cultura y Ocio

Este programa continuó avanzando hacia su constitución. En julio se presentó el producto y se abrió el plazo para adhesiones al programa llegando a las **65 empresas inscritas** a final de año. Se realizó una reunión del grupo de trabajo haciendo balance de las acciones llevadas a cabo en 2018 y presentando el plan operativo del producto para 2019. A lo largo del año se mantuvieron numerosas reuniones con las empresas de servicios turísticos, con Palau de les Arts, el Centre del Carme Cultura Contemporània, la Cámara de Comercio de València, Vicente Gracia, la Rambleta, la Fundación Cañada Blanch, el Veles e Vents y con la mesa de cultura para el lanzamiento de la APP de Agenda Cultural de la DGC.

Como no podía ser de otro modo, la cultura fue protagonista de la promoción realizada por la Fundación a lo largo de todo el ejercicio, con destacadas acciones como la **presentación de la Seda, las Fallas y las acciones del período pre-jubilar 2018-2020 en FITUR**; la plantà de una **Falla en Atocha**; o los espectaculares actos de conmemoración del aniversario del hermanamiento de **València y Mainz**, en los que la Fundación quemó un monumento fallero en la ciudad alemana para acercar nuestra cultura a los habitantes de la zona. Asimismo, Turismo València participó por primera vez en el **Travel Bulletin Luxury Workshop** en Belfast; y realizó, de la mano del **Berklee College of Music**, una presentación de València como destino cultural y musical en **Boston** con presencia de más de 80 medios y turoperadores.

Otras acciones promocionales del programa Cultura y Ocio llevadas a cabo fueron los **viajes de prensa multimercado**, como el organizado en Fallas con **25 periodistas internacionales**, otro centrado en **temática musical** o los viajes de *The Sunday Times* y *TravelLife Magazine* con programas específicos culturales.

En relación a la Ruta de la Seda, València estuvo presente en **8th UNWTO International Meeting on Silk Road Tourism**, celebrado en octubre en Tesalónica. La Fundación asistió a las primeras reuniones de los grupos de trabajo **Territorio Borgia, Ruta del Grial y Ruta de la Seda** creados por Turisme Comunitat Valenciana dentro de CreaTurisme, su estrategia para el desarrollo e impulso de programas de producto turístico altamente especializados, segmentados y de base experiencial. Desde el producto Ruta de la Seda también se colaboró con el Colegio del Arte Mayor de la Seda en la difusión del **I Congreso Internacional de Museos de la Seda**, que se celebró en noviembre en el MUVIM.

Por lo que respecta a soportes, se produjo una nueva publicación la **Guía de la Música, Artes Escénicas y Festivales Urbanos** y se continuó dando difusión a la oferta cultural de la ciudad a través de **agenda anual** y trimestral que edita la Fundación y de la **agenda online**. También se firmó un acuerdo de colaboración con **Servientradas** para la venta de entradas de conciertos y espectáculos en nuestros canales offline y online.

La oferta cultural y de ocio de la ciudad encontró espacio en medios de prestigio como **Allgemeine Zeitung, The Sunday Times** o **La Repubblica**. Además, el diario británico **The Guardian** incluyó València entre los 40 destinos más atractivos de Europa, siendo la única ciudad española en la lista de 2018. La cultura valenciana, tradicional y de vanguardia, también fue protagonista en revistas de aerolíneas relevantes como **Alitalia** y **Turkish Airlines Transavia (KLM-AirFrance)**.

València Film Office

El producto València Film Office, constituido en el pasado ejercicio, también fue en 2018 uno de los más activos en su labor promocional. En lo que respecta a promoción en mercados, la Fundación asistió a **AFCI Week en Los Angeles**, un encuentro entre las principales productoras internacionales y las film offices socias de AFCI (Association Film Commissions International); a **Marché du Film en Cannes** y a **FOCUS** (Londres).

También organizó **visitas de familiarización** con cinco directores de producción nacionales y atendió diversas **visitas de inspección** con productoras como **Fresco Film, Vancouver Media** o **El Deseo**. Lanzó campañas de publicidad en los medios especializados: **Variety, The Hollywood Reporter** y el programa de mano del **Festival de Cine de Cannes**.

Desde València Film Office se atendieron **341 consultas de rodajes**, que se **materializaron en 213 producciones audiovisuales** en la ciudad (60%). Lo más demandado en el año fueron programas de televisión, seguido por anuncios publicitarios y sesiones fotográficas y documentales.

Además, Turismo València contribuyó, a través de este programa, a que el Ayuntamiento pusiera en marcha un nuevo **formulario específico de solicitud de rodajes** y/o sesiones fotográficas, agilizando la tramitación de permisos gracias a la coordinación entre la Fundación y los distintos servicios del Ayuntamiento como son Ocupación del Dominio Público, Planificación de Policía Local y Movilidad, entre otros.

Paralelamente lanzó la acción con Cinema Jove **Ruta Tapas València Film Experience** y colaboró con la **Mostra de Cinema del Mediterrani**, a través de la invitación a **prensa nacional e internacional**, y con el **Festival de Mediometrages La Cabina** con visitas guiadas para sus invitados.

También mantuvo reuniones con productoras, con organismos locales como Ateneo, Ciudad de las Artes y las Ciencias, Palau de les Arts, Fundación Deportiva Municipal; y compartió su experiencia en encuentros especializados, como la Mesa Redonda "**Las Film Office. Motor de desarrollo de ciudades y territorios**" en el **Festival Terres Lab** en Tortosa; la Jornada "**Turismo y Cine**" en Invat.tur, en el marco de la 20 edición del **Festival de Cine de Alfas del Pi**; y la ponencia "**València apuesta por las webseries**" en **Cinema Jove**.

Por último, la València Film Office recibió el **Delfín de Oro** en el Festival *Cannes Corporate Media and TV Awards*, un importante premio al vídeo promocional *València lo tiene todo*.

VLC Sports

El producto VLC Sports celebró en 2018 una sesión informativa del producto, la tercera reunión del grupo de trabajo constituido en el anterior ejercicio y su Asamblea constituyente. Cuenta con **37 empresas** adscritas al programa.

Para posicionar València como destino deportivo, la Fundación atendió en 2018 hasta **43 medios especializados en diferentes deportes**, **visitas de inspección con 29 operadores deportivos** y lanzó **11 campañas** con medios, aerolíneas y operadores.

Entre otras acciones, apoyó la celebración de los **cuartos de final de la Copa Davis de Tenis entre Alemania y España**, organizó actividades para su promoción, como una **campana en Facebook** y la atención de un **grupo de periodistas alemanes** que vinieron para cubrir el evento.

También apoyó la celebración del **Maratón** y del **Mundial de Media Maratón** con un press trip multimercado, acciones online en redes sociales y operadores y la impresión de un **folleto promocional** de esta competición; el torneo **Basketball Valencia Challenge** celebrado en la Alquería del Basket; organizó una **visita de inspección de la Federación turca y la rumana de deportes**; participó en unas Jornadas de Turismo Deportivo organizadas para un grupo de estudiantes de la **agencia holandesa Lancon**; atendió un viaje de prensa durante la **Mitic Bike 2018** y lanzó diversas acciones para promocionar València durante la final de **Copa del Rey de Rugby**.

Asimismo, colaboró en una acción con el **Oceanman**, principal evento de natación en aguas abiertas que se celebró en València y atendió una visita de inspección con un **operador alemán** de turismo activo; un viaje de familiarización con cuatro **operadores deportivos rusos y franceses**; y dos press trips, uno para dar visibilidad al **Triatlón** de València y otro con la revista alemana de buceo *Tauchen*.

En paralelo, lanzó acciones promocionales y de apoyo al evento **4 Nations Hockey Tournament** y con **Verkeersbureaus.info** en Holanda y **TUL.be** sobre el maratón de València; así como varias inserciones en prensa nacional sobre el **Boat Show** (ABC, el Mundo, la revista in-flight de Air Nostrum y la de la Copa del Rey de Vela), en este evento también se organizó un viaje de prensa con medios especializados. Por otra parte, realizó una promoción sobre turismo deportivo en el especial de Turismo Deportivo de Hosteltur. Atendió un press trip con **turoperadores deportivos**, un press trip con **medios especializados en golf** americanos y otro de Cycle Live Magazine, **medio ciclista belga**.

También editó un vídeo sobre **Pilota Valenciana** en inglés y español y produjo material promocional como **mochilas y viseras**.

Para finalizar, cabe destacar que el audiovisual de VLC Sports "*Valencia, the city where sports are lived*" recibió un galardón internacional en el **11th ART&TUR – International Tourism Film Festival**, en Leiria, Portugal.

VLC Cruises

Dentro del producto VLC Cruises, constituido en 2016 con la Autoridad Portuaria de València, la Fundación asistió en 2018 a las Ferias **Seatrade Cruise Global** y **Seatrade Med** y al **Port & Destination Summit**, evento para socios de CLIA; participó en el evento de networking **Business on the beach**, también de CLIA, y otro con navieras de cruceros en Ft. Lauderdale, organizado por la OET de Miami.

Además, atendió dos viajes de familiarización con **Intercruises** y **Norwegian Cruise Lines**; participó con la ponencia *A cruise friendly city*, en el **GreenPort Cruise & Congress**; y editó una nueva **Guía Profesional de Cruceros**.

En todos estos foros y actividades inversas realizadas la Fundación buscó hacer crecer las cifras de València como puerto base. Cabe destacar que en 2018 la Fundación logró traer a València al barco de Royal Caribbean ***Symphony of the Seas***, actualmente el crucero **más grande del mundo**, con capacidad para 6.870 pasajeros.

Además, la Fundación se reunió con el Ayuntamiento, Policía local y APV para montar un dispositivo sin precedentes en la ciudad para estar preparados ante la llegada prevista de cuatro escalas simultáneas (más de 13.000 pasajeros). Con el objetivo de dar fluidez al servicio de lanzaderas al centro y a los autobuses de excursiones, se llegaron a habilitar hasta diez paradas de autobuses.

València Shopping

Por lo que respecta al Shopping, se celebró una reunión informativa, otra del grupo de trabajo constituido en 2017 y la Asamblea en la que se eligió el Comité Ejecutivo del Programa y a Isabel Reig, Gerente de Original CV, como presidenta. En dicha reunión se celebró también una jornada informativa sobre el Tax Free. El producto cuenta con **46 empresas asociadas**, un 62% más que en el anterior ejercicio. Cabe destacar que la amplia mayoría de las nuevas incorporaciones son comercios de carácter local, es decir no son franquicias o cadenas nacionales, y muchos de ellos son establecimientos que cuentan en su oferta con productos *Made in València*.

En cuanto a actividad promocional, Turismo València participó en una de las mesas redondas de **FITUR Shopping**, asistió al **Summit Shopping and Economy**, lanzó una promoción en la **Feria Home Textiles** en Madrid, e incluyó visitas a los comercios asociados y a las zonas comerciales de la ciudad en los programas de acciones relacionadas con el shopping, como la realizada con el grupo de **agencias MICE-Premium de India**; el de la **OET de Singapur**; un press trip de la revista mexicana **Shopping y Golf**, **The Sunday Times**, la publicación belga **Libelle**, la revista **Tustyle** italiana o la española **Telva**; y la visita a Lladró del fam trip de **Cantón-China**.

Además, produjo el **Plano específico y bolsas VLC Shopping** y colaboró en las dos ediciones de la **Shopening Night**, en la de diciembre con una acción promocional del evento en los hoteles de la ciudad con ventajas para los clientes.

Unique València

En relación con la articulación de este producto, se asumió directamente por el área de Brand manager, optándose por un **producto transversal** que integre la oferta más singular y exclusiva del resto de los programas.

Así, se realizaron algunas acciones para promocionar València como destino Premium, como la asistencia a la **Feria ILTM** celebrada en Cannes, la organización y atención del fam trip de **VIRTUOSO Madrid**, el press trip de la revista y el portal **Connoisseur Circle** que se distribuye en Alemania, Austria y Suiza, o la participación en el workshop especializado en Belfast, el **Travel Bulletin Luxury Showcase**, ya mencionado en el programa Cultural València.

Aprovechando el congreso ICCA celebrado en **Dubái**, la Fundación realizó una **presentación de destino** a agentes profesionales en la que contó con la colaboración de Turespaña, a través de la OET Dubái, Emirates Holidays y Vicente Gracia.

València Medical Destination

Este programa de producto inició su proceso de constitución en el primer semestre de 2018 y se realizaron dos reuniones del grupo de trabajo, compuesto por los principales actores del sector sanitario de la ciudad. En esta última se aprobó el Reglamento Interno del Programa, se presentó un borrador de la **Guía de Salud** y se eligió una **marca** entre las diferentes propuestas realizadas.

Asimismo, la Fundación asistió a la **reunión de iniciativas territoriales**, celebrada en febrero en la sede de **Spaincares** en Madrid, y renovó la pertenencia a esta entidad. En el terreno de la promoción en mercados, organizó una **visita de inspección de ocho facilitadores rusos** a un centro hospitalario de la ciudad, en colaboración con el ICEX. Además, la Fundación acudió a una jornada de formación sobre Turismo de Salud celebrada en la sede del ICEX en Madrid.

Estudios

Dentro del producto Estudios se realizaron presentaciones como la ofrecida a la **San Fernando School** o la **University College Birmingham**. Se atendió la visita de inspección del **turoperador idiomático Caledonia Worldwide** y el **post tour de ECELE 2018**, con 13 prescriptores de destino. Se organizaron unas jornadas inversas y un viaje de familiarización con **doce operadores de Reino Unido** y se colaboró con el Festival Internacional de los Idiomas, **FIDI VLC**.

Naturaleza

El producto Naturaleza reunió a su grupo de trabajo en dos ocasiones en 2018. Turismo València patrocinó la **Jornada Parc Natural La Albufera**, organizada por Viu València y celebró una **jornada de los Urban Tourism Trends** centrada en el tema: **¿Turismo de naturaleza en la ciudad? Retos y oportunidades**. La sesión contó con más de 100 asistentes y generó un interesante debate sobre los pasos a seguir para la articulación del producto y colaboración de las entidades implicadas. La jornada se cerró con una visita a Bioparc y otra a la Albufera y el Tancat de la Pipa para las empresas interesadas y estudiantes de turismo.

Además, los espacios naturales de la ciudad fueron protagonistas en todas las acciones de promoción de la Fundación, tanto directas como inversas. La Albufera y las playas de la ciudad estuvieron presentes en la gran mayoría de los programas de los fam trips y press trips realizados en 2018.

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

El front desk: oficinas más inteligentes y accesibles

En 2018 desde la Fundación se trabajó para ofrecer la mejor atención al visitante tanto en las diferentes oficinas turísticas gestionadas (Paz, Joaquín Sorolla, Aeropuerto, Ayuntamiento y Puerto durante todo el año; y Playa y Punto Móvil en periodo estival), como online. Así, se reformaron algunas instalaciones y se avanzó en digitalización y accesibilidad.

Destacan las obras de **ampliación y mejora de las instalaciones de la Oficina de la Plaza del Ayuntamiento**, que se alargaron hasta el 23 de marzo de 2018. La nueva oficina concibe el espacio como un centro de asesoramiento del viajero, donde el turista recibe atención personal e individualizada en un entorno más moderno, abierto y persuasivo. Cuenta con **servicio gratuito de Wifi** y se divide en cuatro espacios: una sala principal para la atención personalizada a los visitantes y una sala polivalente, además de espacio de almacenaje y un espacio de reuniones. Cuenta también con un video wall, un escaparate digital que permite, de una manera atractiva y visual, mostrar la oferta turística de la ciudad, la agenda y otras actividades culturales de la ciudad. Además, se ha habilitado un **sistema de i-turno** (gestor de colas), cuatro puestos de asesoramiento, **estación de carga de móviles** y una **tablet para la valoración del nivel de satisfacción** del turista.

Este esfuerzo por ofrecer al visitante un espacio más abierto y atractivo mereció el **Premio a la Innovación para la Tourist-Info Ayuntamiento**. La oficina fue galardonada con el “**Accésit al II Premio a la Innovación de la Red Tourist Info Comunidad Valenciana**”.

La Fundación sacó a la calle también este año la **Tourist-Info València Móvil**. Estuvo operativa desde el 1 de julio hasta el 31 de octubre, ofreciendo así al visitante un Punto de Información Turística autónomo que permite una atención de calidad allí donde se concentra la demanda en la ciudad, en las playas, la Albufera, El Saler u otros iconos turísticos relevantes. Este punto móvil atendió 17.056 visitantes. Por su parte, la **Tourist Info Playa** también abrió sus puertas desde junio hasta mediados de septiembre en el paseo de Neptuno, junto al Hotel Las Arenas, para atender la mayor demanda de información turística existente en el periodo estival en esta zona.

En **materia de accesibilidad**, a lo largo del ejercicio, se realizaron los siguientes **avances en las oficinas de Turismo València**:

- Auditoría de destino accesible, realizada con la empresa Predif.
- Auditoría de diagnóstico de accesibilidad, realizada con la empresa Masuno.
- Formación de informadores turísticos en accesibilidad impartidos por Predif y Masuno.
- Disponibles manuales de buenas prácticas para la atención de personas con diversidad funcional y manual para la atención de personas sordas.
- Disponible alfabeto en braille.
- Aplicaciones móviles para la atención de personas con discapacidad visual App Braille Back y TalkBack.
- Acceso a sección de la página web Guía accesible de València.

Referente a Barreras de primer nivel: cognitivas, sensoriales y físicas:

- Bucle magnético y formación en su uso: para la atención de diversidad funcional auditiva.
- Lupas de aumento: para la atención de diversidad funcional visual.
- Mostradores adaptados: para la atención de diversidad funcional física.
- Información de empresas que ofrecen material de apoyo en materia de accesibilidad (alquiler de sillas, muletas, scooters eléctricos, etc.).
- Información de taxis adaptados en la ciudad.
- Información transporte público adaptado Bus, Metro y Tranvía.
- Accesos sin desniveles.

Y para Barreras de 2º nivel: de orientación, de movilidad, comunicativas, sociales e institucionales:

- Planos tacto-visuales en formato A3: Edición de 300 planos disponibles en todas las oficinas de Turismo València.
- Vinilos con QR con acceso a la información de horarios y características de cada oficina, carta de servicios, etc.
- Vinilos con QR de acceso a la información de rutas accesibles por la ciudad. Conexión con Map's Voice València.
- Aplicación Map's Voice València. Aplicación web para difundir y facilitar las rutas.
- turísticas de la ciudad, presentada en un formato de comunicación accesible, en el que puede ser tanto leída como escuchada en los diversos idiomas disponibles, de fácil y sencilla actualización y con acceso a su contenido mediante el escaneo de códigos QR.
- Manual de Buenas Prácticas de turismo accesible: disponible en todas las oficinas (+AVT+Tur4all)
- Plataforma Tur4all: APP mundial del Turismo Accesible, donde encontrar alojamientos, rutas y experiencias accesibles, transportes adaptados, restaurantes con cartas en braille... Alta de todas las Oficinas de Turismo que coordina la Fundación Turismo València.

Así, las oficinas gestionadas por la Fundación atendieron **14.634 visitantes con diversidad funcional** en 2018.

Atención y ventas offline y online

Durante 2018 la Fundación generó un **volumen de ventas e ingresos publicitarios total de 3.829.077,73 euros**, de los cuales **1.850.985,24 euros** se obtuvieron a través de las Tourist Info y la oficina central. El cierre durante unos meses de la Oficina del Ayuntamiento para la reforma se dejó notar en el acumulado de visitantes y ventas del conjunto de las Tourist Info gestionadas por Turismo València. Se **atendió a un total de 230.262 visitantes**, lo que supone un descenso del 15% respecto al año pasado por el cierre mencionado. El 7% de visitantes fueron locales, el 18% nacionales y el 75% internacionales. El total de **compradores en estos puntos fue 70.218** (-18%) y la **ratio de conversión de compra del 30,52%**, generando un **gasto medio en oficinas de 26,40 euros**. A lo largo del año las oficinas turísticas tuvieron 335 referencias a la venta.

En lo relativo a las **visitas y ventas online**, con el cambio de portal que se explica posteriormente en el Plan 3, se sufrieron caídas en ambos registros cercanos al 20%, con caídas hasta octubre y un cambio de tendencia en noviembre. Tras el verano se introdujeron **mejoras y un cambio de proveedor**. Gracias a este trabajo, en los dos últimos meses del año se incrementaron las visitas y las ventas respecto a 2017. La Fundación prevé que este crecimiento se mantenga, incluso sea mayor, en 2019 y que permita registrar al cierre del año un aumento en las visitas del 30% respecto a 2018 y algo similar en ventas.

Así, con el cambio de web en 2018 las ventas online registraron **7.783 pedidos** y generaron **1.049.677,30 euros** (-18%) con 152 referencias a la venta. El acumulado en visitas web fue **2.876.000** y las **páginas vistas 13.150.000**, con **4.967 clientes atendidos** a través del chat en 6 idiomas. Los dispositivos desde donde se visitó www.visitvalencia.com fueron un 48% de móvil, un 44% de ordenador y un 8% de Tablet.

Valencia Tourist Card

Por lo que respecta a la Valencia Tourist Card, a lo largo del ejercicio se vendieron **81.068 unidades** a través de sus **70 puntos de venta** y contó con **131 entidades adheridas**. Solo a través de los intermediarios la Fundación ingresó 204.770,5 euros con la Valencia Tourist Card, a lo que hay que sumar las ventas online y offline, ingresos incluidos en estas partidas ya mencionadas.

Mostra de Turisme y Día Mundial del Turismo

Además, en septiembre la ciudad de València participó a través de Turismo València en la **Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana**, celebrada en la Ciutat de les Arts i les Ciències; y en una nueva edición del **Día Mundial del Turismo**, dedicado esta vez a la transformación digital. Se organizaron rutas turísticas por toda la ciudad y en la plaza del Ayuntamiento hubo bailes regionales y se repartieron degustaciones gratuitas de horchata y zumo de naranja, además de la instalación de un photocall, gafas de realidad virtual y un puesto móvil de información turística.

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

La promoción de la ciudad se llevó a cabo a lo largo de todo el ejercicio con diversas acciones con profesionales de canales online y offline y con otras actividades dirigidas al cliente final. Destacado fue el esfuerzo en dos aspectos: **digitalización y conectividad del destino**. Para reforzar la notoriedad y posicionamiento de marca, la Fundación lanzó en 2018 la **nueva web** y estableció las principales líneas de su **nueva estrategia de marketing digital**. En cuanto a mejora de la conectividad se desarrollaron acciones para potenciar las nuevas conexiones y en mercados estratégicos y prioritarios.

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

Nueva página web y ecosistema digital

El **lanzamiento de una nueva web** tuvo lugar en marzo, acompañado por una nueva APP de VisitValencia que, aunque no contaba con todas sus funcionalidades desbloqueadas, es un primer paso en la estrategia MOBILE 2020. Asimismo, la Fundación mantuvo su **apuesta por la transformación digital**, con una nueva estrategia que comenzó a trabajar y desarrollará en 2019. Para avanzar en el desarrollo de la misma, se realizó una **jornada de trabajo con las empresas asociadas** en el CDT, en la que se adelantaron las primeras líneas de la nueva estrategia de marketing digital de Turismo València y el plan de actuaciones a llevar a cabo para su desarrollo. Establecidas las principales líneas se continuó con la hoja de ruta para su puesta en marcha.

Acciones de comunicación en redes sociales

También fue intensa la labor de comunicación a través de las redes sociales. Los perfiles en Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, Vimeo y Google Plus alcanzaron **272.999 seguidores**, más de 20.000 nuevos respecto al ejercicio anterior, además de los suscriptores a los blogs de la Fundación. Se lanzaron más de **1.000 publicaciones de contenido**, con las que se obtuvo un **alcance de 32 millones**.

Publicaciones

Dentro de este capítulo, la Fundación actualizó y editó diferentes publicaciones de información turística general, como son la **Guía Turística** anual en 7 idiomas (español, valenciano, inglés, italiano, francés, holandés y alemán); el **Plano Turístico** (3 ediciones al año); la **Agenda de Eventos anual y trimestral** (4 ediciones al año); el **Monográfico** y el **Programa de Fallas**; el **Plano del Carril Bici** y el **Folleto de Museos y Monumentos**.

Se reeditaron folletos promocionales: el **Folleto Genérico** (11 idiomas), el monográfico de la **Ruta de la Seda** (3 idiomas), el **Flyer de la Ruta de la Seda**, el del **Grial** y el del **Fallas Tour**; así como otros del **Bike Tour**, **Actividades Gastronómicas**, **Actividades Náuticas** y **Visitas Guiadas**.

Como se ha mencionado en el Plan 1, en 2018 se reeditaron soportes para los productos. Por lo que respecta a publicaciones, se editaron los folletos: **Valencia Gastronómica**, la **Guía de Cruceros**, la de **Valencia Film Office** y el **Directorio de Profesionales** de la Film Office. De nueva creación se editó el folleto **Valencia accesible** en 4 versiones idiomáticas.

Por último, la Fundación editó publicaciones institucionales, como el **Folleto de Estadísticas 2018** (bilingüe), la **Memoria de Actividades 2017** (solo versión online) y otros **folletos de apoyo a eventos y acciones promocionales**, como los de las reuniones del Foro Urban Tourism Trends, Valencia Cuina Oberta-Restaurant Week, la segunda edición del Valencia Culinary Meeting y las presentaciones gastronómicas en Madrid y Frankfurt.

Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

Siguiendo el Plan de Actuaciones establecido para 2018, se realizaron **440 acciones de promoción y comercialización** -a las que hay que añadir otras tantas gestiones de marketing y comunicación-, **en 23 países** (España, Italia, Holanda, Francia, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Suiza, Suecia, Rumanía, Rusia, República Checa, Polonia, Hungría, Turquía, EE.UU., Brasil, Canadá, China, Filipinas, India, Singapur y Taiwán), en las que participaron **más de 2.000 profesionales y 260 periodistas en Europa, América y Asia**, principalmente. Entre otras, se llevaron a cabo **23 presentaciones de destino**, la Fundación participó en **22 ferias y 24 workshops**, organizó **56 fam trips**, **42 visitas de inspección**, **18 acciones de co-marketing** con importantes marcas colaboradoras; **120 press trips y blog trips**.

Turismo València contó durante los primeros meses de 2018, hasta finalización de los respectivos contratos, con **agencias de comunicación** en los principales mercados emisores: **España, Reino Unido, Italia, Alemania, Holanda y Francia** y apoyo en **Rusia y China**. De la mano de estas agencias y con un importante trabajo desde dentro de la Fundación, se promocionó la ciudad de València y sus productos turísticos generando alrededor de **650** reportajes y noticias que se estima alcanzaron **1.000 millones de audiencia** y un valor publicitario que ronda los **4 millones de euros** (estas últimas cifras son aproximadas, ya que al no contar con agencias de comunicación los últimos meses del año, se ha sacado la cifra total basándonos en las audiencias y reportajes publicados en el anterior ejercicio).

Estas fueron algunas de las principales acciones desarrolladas durante 2018, muchas de ellas en colaboración con **Turisme de la Comunitat Valenciana**:

Asistencia a las ferias **FITUR** (España), **Holiday World Show** (Irlanda), **Salon Internacional del Turismo de Nantes** (Francia), **Salon des Vacances** (Bélgica), **Ferie for Alle** (Dinamarca), **Utazas** (Budapest), **ITB** (Alemania), **MiTT** (Rusia), **Mondial du Tourisme** e **IFTM Top Resa** (Francia), **Borsa Mediterranea del Turismo de Napoli** y **TTG Incontri** (Italia), **World Travel Market** (Reino Unido), **Europe Routes** (Fly València), **Seatrade Cruise Global** y **Seatrade Med** (especializadas en cruceros), **Association World Congress**, **Mis Summit Eventoplus**, **IMEX**, **ITB Asia**, **ICCA Congress** e **IBTM** (especializadas en reuniones).

También destacan las **presentaciones de destino** realizadas en **Madrid, Estocolmo, Bucarest y Moscú**; la campaña con la imagen de València en **autobuses de Bolonia**; el roadshow promocional por las ciudades italianas de **Roma, Florencia, Verona y Turín**; y los workshops en los aeropuertos de **Turín y Trieste**. Además, la Fundación ha puesto en marcha estos meses **diversas acciones de co-marketing**, con importantes marcas como **Viajes el Corte Inglés, Eroski Viajes y RENFE** (España), **Ryanair** (Hungría), **Quantomanca** y **Family Go** (Italia) y **Travel Magazine** (Bélgica); y colaboró en la **convención de Nautalia** que se celebró en abril en València.

València fue también **destino patrocinador del TTG LGBT Conference**. La Fundación viajó a Londres para patrocinar estas jornadas en torno a la diversidad en el puesto de trabajo, los hábitos de los viajeros LGBTI en 2018, los destinos que están dirigidos a la comunidad LGBTI, y las tendencias de marketing de las distintas compañías para campañas orientadas a este público.

Respecto a las acciones inversas, destacan las visitas de inspección de **Travelweekly, Syltours, John Deere, Studiosus, Controlled Release Society, Caledonia Worldwide, DG Grupo Lufthansa, Ametek**; así como los viajes de familiarización con **Virtuoso, Kuoni, Federal Vacation Taiwan, Prestige Tour.ru, Utazom.com, Event One, Norwegian Cruise Lines, Alitalia, Viaggiare, Intercruises, Journeys Travel Company o Letango Tours USA**, entre otros.

Los press trips más señalados fueron los multimercado: el viaje de prensa de Fallas, el del Mundial de Media Maratón, el de Valencia Culinary Meeting, el grupo de medios que cubría Cevisama, el del Triatlón y el de prensa cultural especializada en música. En 2018 también visitaron la ciudad de la mano de Turismo València **Bikeitalia.it, Il Giornale y Enogastronomie** (Italia); **Metro NL, Wine & Food Assoc. y Hungry for More** (Holanda); **Die Zeit, Hamburger Abendblatt, Brigitte, Couch**, la radio **WDR y Living at Home** (Alemania); **National Geographic, Travelmag.com, The Sun y The Sunday Times** (Reino Unido); **Voyages et Stratégies** (Francia); **Running.be** (Bélgica); **7 continents 1 passport** (Brasil); **Divinity, Traveler.es, RNE y Expansión** (España), entre otros.

En el terreno de la promoción fueron especialmente destacadas, por el impacto generado, el **World Paella Day**, la **acción promocional de las Fallas en Madrid**, en la que se plantó una Falla en la Estación de Atocha, con proyección de una mascletà a través de gafas de realidad virtual con visibilidad en 360º; los actos conmemorativos del **hermanamiento entre Mainz y València** con la quema de un monumento fallero o la **presentación gastronómica en Madrid y Frankfurt** de la mano de los chefs valencianos con estrella Michelin; que ya se han mencionado en el Plan de Desarrollo de Programas de Producto.

Por mercado, estas fueron las principales acciones realizadas:

España

En el mercado nacional la Fundación llevó a su stand de **FITUR** un **Rincón Fallero**, donde se expusieron las maquetas de las fallas municipales y dos maniqués exhibieron trajes de época valenciana del siglo XVIII. Además, se promocionaron las Fallas y la seda a través de **El Desfile de las Reinas de la Seda**, en el que once ex falleras mayores de la ciudad desfilaban con sus espolines y otras aplicaciones de este tejido.

En febrero se realizó una **presentación en el Kitchen Club de Madrid** con cuatro Estrellas Michelin. Bernd Knöller, Luis Valls, Miriam Andrés y Miguel Ángel Mayor, acompañados por el director de sala Javier Andrés, mostraron a 100 turoperadores, agentes de viajes, directivos de compañías aéreas y periodistas la calidad de la gastronomía valenciana. También en febrero se **plantó una falla en Atocha** que pudieron observar los más de 62.000 viajeros que pasan diariamente por la estación, además de disfrutar de la experiencia de una 'mascletà' en la plaza del Ayuntamiento de Valencia, gracias a unas gafas de realidad virtual con visibilidad 360 grados.

Además, la Fundación realizó una **campaña con RENFE** para promocionar las Fallas, **#enAVEalasFallas** y diferentes campañas de co-marketing con **Viajes El Corte Inglés, Eroski y Logitravel**. Participó en un **workshop de la Red de Ciudades AVE**, una inserción en el especial de viajes de **Hola** y atendió los press trips de **Zoom Tendencias (TVE), Expansión, Traveler.es, Radio 5, Divinity.com y Esquire.com**.

Italia

En el principal mercado emisor de viajeros internacional, la Fundación participó en numerosos eventos profesionales por todo el territorio italiano: las Ferias **BMT Napoli** y **TTG Incontri Rimini**; el **roadshow en colaboración con Turespaña** con etapas en **Roma, Florencia, Verona y Turín**; así como en los **workshops** organizados por los aeropuertos de **Turín, Trieste** y **Bari**. Además, volvió a **Roma** para asistir a un evento organizado por la Diputación en la residencia del Embajador de España.

València también fue protagonista gastronómicamente en **Milán** con ocasión del **Día Mundial de la Tapa**, donde los cocineros más prestigiosos de la Comunidad, la mayoría con restaurantes en Valencia, presentaron distintas creaciones en el club la Società del Giardino, así como gracias a una **acción promocional con motivo del World Paella Day** donde realizó una presentación con la participación del chef Nacho Romero y el *bartender* **Iván Talens**.

También se lanzó una promoción en **Bolonia**, para dinamizar las conexiones con esta zona, **tematizando 25 autobuses** con la imagen de la ciudad de València. Esta acción se hizo coincidir con la feria de la cerámica Cersaie y con la feria internacional de turismo TTG Incontri de Rimini para obtener más visibilidad.

La Fundación también atendió los viajes de prensa de los portales **Bikeitalia**, **Latitudeslife** y **Agendaviaggi**, de las publicaciones *Touring Club*, *TU Style*, *Donna Moderna*, *Stile*, *Il Giornale* o *Mixer*, y apoyó el trabajo en Valencia de los blogs *Playground Around The Corner*, *Wanderlust Italia*, *Enogastronomie*, *Viaggiando con Luca*, *Una Valigia di Emozioni*, *Piedini in Viaggio*, la instagrammer **Martina Repole**, los seguidísimos influencers **Bow of Moon** (**Grazia Ventrella + Matteo Sanzone**), *Mamma Lifestyle*, *Viaggiare, uno stile di vita*, *Girovagando con Stefania* y *Daichepartiamo*. Todos ellos, con perfiles de lectores diferentes y complementarios, aportaron una gran visibilidad para la ciudad desde distintos ángulos y perspectivas.

Respecto a las campañas online, la Fundación relanzó con **Familygo**, **Quantomanca** y **Paesionline**, buscando nuevos formatos que permitan tener a los italianos al tanto de todas las novedades de la ciudad de un modo atractivo, y realizó nuevas con **Bikeeconomist**, para reforzar el conocimiento de València como ciudad bike-friendly, con **Ryanair**, y con el portal **Trydoo**, para estimular la demanda.

Por último, y en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Roma, se trabajó con intensidad: Turismo València atendió un **viaje de familiarización** de los directivos de las mejores agencias de viajes de Roma, en el que participaron también como coordinadores la agencia **Viaggiare** y la aerolínea **Alitalia**; un **Webinar** sobre València, con gran éxito de participación y con los formadores de los blogs **Ti prendo e ti porto via**, *Wanderlust Italia* o la periodista de la **agencia ANSA**, **Ida Bini**; y por último, un atractivo concurso, el **#PaellaDayQuiz** a través de un vídeo que permaneció en las diferentes **redes sociales** italianas de Turespaña durante todo el mes posterior al World Paella Day y que tuvo una gran acogida entre sus miles de seguidores.

Holanda/Bélgica

Holanda es en los últimos años uno de los mercados que mejor comportamiento está registrando en València. Para mantener el crecimiento en dos dígitos y las buenas conexiones aéreas de la ciudad, la Fundación participó en la **Feria Vakantiebeurs** y lanzó campañas promocionales con importantes partners, como la guía de viajes *Time to Momo* y los magazines *Méditerranée* y *Travmagazine*.

También organizó una acción dirigida a profesionales en el **World Paella Day** y un concurso de fotografía con la revista profesional *Travelution*.

En lo que respecta a acciones inversas, atendió en destino una visita de inspección del **Aeropuerto de Rotterdam** y los viajes de familiarización de los turoperadores **Joong Intra** y **TUI de Holanda y Bélgica**. Especialmente activo fue el trabajo con medios. La Fundación organizó y mostró el destino a la **guía holandesa KOSMOS, Hungry for More, Metro NL, Leven, Wine & Food Assoc, Travel Magazine, Travelution, Kampioen, Libelle, Travelbook y Dailygreenspiration, Goodbye, SeSoir** y dos grupos de medios holandeses, uno de especialistas en maratón y otro centrado en las Fallas.

Reino Unido/Irlanda

En estos mercados Turismo València participó en las ferias **World Travel Market** y **Holiday World Show** y, como ya se ha mencionado, en **TTG LGBT Conference**. Además, la Fundación asistió al **International Media Marketplace** de Londres y **Travel Bulletin Luxury Showcase Belfast** y **Travel Luxury Showcase Edinburgh**. Ambos organizados por Travel Bulletin, revista digital y online dirigida al trade.

Turismo València organizó en **Londres una masterclass para agentes y prensa** con motivo del World Paella Day y participó también en la City en el **Día Mundial de la Tapa organizado por Saborea España en Londres** con la chef de Lienzo, María José Martínez.

Además, lanzó una campaña de co-marketing con el **Aeropuerto de Belfast** y organizó y atendió los viajes de prensa de *National Geographic, The Sun, The Sunday Times UK, Irlanda y Escocia, takethefamily.com, Instant Escapes* y *OperaNow*. De este modo consiguió mucha visibilidad para la ciudad.

Alemania/Austria/Suiza

En Alemania la Fundación acudió a la **Feria ITB** y realizó una **presentación gastronómica en Frankfurt**. En ella se realizó un *show-cooking* para agentes y prensa que contó con platos de los reputados chefs **Bernd Knöller**, del restaurante Riff; **Miguel Ángel Mayor**, de Sucede; **Vicente Patiño**, de Saiti, y **Alejandro del Toro**, del restaurante Alejandro del Toro.

Con motivo del **40 aniversario de hermanamiento con Mainz**, Turismo València plantó una **falla flotante a orillas del Rhin**. Además de la cremà de este monumento fallero, los ciudadanos de Mainz pudieron degustar la tradicional paella valenciana, gracias al showcooking que se organizó en Jockel-Fuchs-Platz. Una **paella solidaria**, ya que el importe recaudado se donó a **Förderverein für Tumor- und Leukämiekranke Kinder e. V. Mainz**, entidad benéfica dedicada a promover la investigación sobre cáncer infantil, y a mejorar las terapias y la atención de niños afectados.

También se celebró una **presentación de la mano de Saborea España** en Hamburgo a la que acudió con el chef de 2 Estaciones Alberto Alonso y asistieron 50 agentes, turoperadores y periodistas. Se lanzó una campaña de co-marketing con **Holidaycheck**, portal líder de viajes en el mercado alemán, que alcanzó 1,6 millones de impactos y una campaña de publicidad en las pantallas del **metro de Frankfurt** que obtuvo un alcance de 1,7 millones, en las dos semanas que estuvo activa.

Especialmente importante fue la visita inspección de **Studiosus**, principal turoperador cultural alemán, a raíz de la cual incluyó València en sus catálogos de ciudades, ópera y fin de año.

Además, la Fundación atendió un fam trip **Dertouristik** en el que participaron 20 agencias de viajes y realizó una jornada de formación online de **AAVV de la Red Reiseland**. Organizó también los viajes de prensa de **Brigitte, Couch, Living at Home, radio WDR, Die Zeit, Connoisseur Circle**, la televisión **SAT1** y un grupo de **medios de Múnich**.

En **Austria** lanzó una campaña en autobuses de Viena con tematización de la ciudad de València y atendió el press trip de **Connoisseur Circle**; y en **Suiza** organizó el viaje de familiarización de **Kontiki**.

Francia

En el país vecino, la Fundación asistió a las Ferias **SIT Nantes, Salon Mondial du Tourisme** e **IFTM TOP Resa** en París, así como a los workshops **Pure Meetings&Events**, el del **aeropuerto de Toulouse** para estimular la demanda de vuelos TLS-VLC, **Le Marché du Film de Cannes**, y el organizado por el **Spain Convention Bureau** para agentes franceses en Málaga.

Para incrementar la notoriedad de València en Francia, así como la especial visibilidad en zonas con conexión, lanzó diferentes campañas de co-marketing como la denominada “Embarque inmediato a Valencia” con el **Aeropuerto de Nantes**; la publicidad en **Transavia Airlines Magazine**; la campaña-concurso “Valencia” en la **página Facebook de Air Europa France**; y campañas publicitarias en el especial España de la revista de gama alta **The Good Life**.

También se realizaron inserciones en **Meet and Travel Mag**, así como una ambiciosa campaña con el principal portal de viajes francés **Easyvoyage**, que alternó el envío masivo de una newsletter a sus suscritos con una presencia especial en sus redes sociales.

Además, dada la relevancia que tienen en Francia las guías de viajes, la Fundación realizó un intenso trabajo de apoyo a la actualización de **Guide Vert Weekend Michelin Valencia, Guide du Routard** y **Petit Futé** y atendió los viajes de prensa de **Voyages et Stratégies, Class Tourisme, Indigo, Travel Style, Jogging International, Voyages Magazine, Télé 7 Jours, Modes & Travaux** y un grupo de medios de Burdeos (**Elle, Courrier de Gironde, Bordeaux Madame, Envol y Evasions Bordelaises**), coincidiendo con la inauguración de la nueva línea BOD-VLC.

La Fundación también organizó la visita de inspección del turoperador especializado en grupos **Syltours** para que creara su nuevo producto València, así como distintos **viajes de familiarización para agentes especializados en MICE** o grupos de distinto perfil.

Rusia/Este de Europa

Además de participar en las Ferias **MITT Moscú** y **Utazas Budapest**, ambas ciudades con conexiones directas desde València, Turismo Valencia realizó una **presentación de destino** para agentes y prensa en el Instituto Cervantes de **Bucarest** con la asistencia de **Paralela 45, Interra, Happy tour, Cocktail, Dertour** y otra en Moscú con **Tui, Clickvoyage, Vremia-tour** y **Anextour**. Cabe destacar la repercusión de ésta presentación en medios como Rata News, Ator, TV Mix, Interfax o Iz.ru y la gran novedad, la nueva página web ru.visitvalencia.com alojada en un servidor ruso, que posibilita un acceso más rápido desde el país, hecho que fue muy celebrado por el sector turístico profesional.

Además, durante la celebración del **World Paella Day**, la Fundación celebró junto con el Restaurante Papaella y la OET de Moscú una jornada con degustaciones y una clase maestra de preparación de paella. También se atendió en un **fam trip a un operador ruso** de alto standing, **Tour Prestige**, con el fin de dar a conocer la ciudad a sus mejores agentes.

La Fundación realizó una **presentación de Turismo LGBT** en la feria Utazas, a la que acudió con motivo de la nueva conexión directa con Budapest, donde se anunció la ampliación de la ruta con Ryanair a invierno. También asistió a una **recepción en la Embajada de España** junto a otros destinos y los mejores turoperadores y medios de comunicación húngaros.

Asimismo, participó en unas **jornadas con agencias y turoperadores polacos** organizadas por Turespaña en Varsovia y Gdansk debido a las conexiones directas que unen València con este país, en concreto desde Cracovia y Varsovia. Y se organizó un **fam trip con un grupo de agentes polacos** expertos en **turismo religioso** tras el cual varios agentes ya han puesto en marcha la comercialización de paquetes turísticos con València y sus atractivos culturales, como la ruta del Grial y los Borgia.

Además, debido a las diferentes conexiones directas y compañías aéreas que unen Valencia y Rumanía, se atendió un **fam trip con turoperadores rumanos** que generó la salida al mercado turístico de varios programas con València, además de la grabación de un documental con la televisión pública rumana.

Por último, la Fundación organizó un viaje de prensa de expertos en Golf de República Checa, con entre otros, uno de los más importantes comentaristas de golf del país y redactor jefe de la revista **Golf Vacations**.

Escandinavia

En los mercados nórdicos, la Fundación centró su acción en 2018 en Suecia, con una **presentación a operadores y prensa en Estocolmo**, otra con hoteleros suecos y el press trip de Svenska Dagbladet.

América

Dentro del continente americano, Turismo València realizó, como se ha mencionado anteriormente una **presentación de València como destino cultural en Boston**, de la mano de Berklee. Asistieron más de 100 agentes de viajes e instituciones educativas a este evento cultural, en el que participó la Oficina de Turismo de España en Nueva York. Además, la Fundación colaboró con **French's Worldwide Travel** y **Global Travalier**, a través de la OET de Chicago, y atendió los viajes de familiarización de **Letango Tours** y **Journeys Travel Company**.

En cuanto a press trips, atendió dos **grupos enviados por la OET de Los Ángeles** y la de Nueva York, un grupo de medios cosmopolitas y otro de influencers, **Hola TV**, **América Tevé**, **Original Fare USA**, **Radio Caracol** y el blog **With Husband in Tow**. Fuera de EE.UU., organizó los blogtrips de **7 continents 1 passport** (Brasil) y **Dobbernation** (Canadá). Todos ellos tuvieron muy buen resultado, con la publicación de reportajes que generaron altas audiencias y visibilidad en redes sociales.

Oriente Próximo/Asia/Pacífico

La actividad promocional en esta zona también fue intensa, con participación en la **Feria ITB Asia** y asistencia a **FOTEC Shanghai**. En lo que respecta a acciones inversas, la Fundación atendió a **Federal Vacation Taiwan**, un grupo de **agencias chinas de la OET Cantón**, otro de **turoperadores enviado por la OET de Singapur**, un grupo de **influencers chinos** y otro de **turoperadores Premium indios**.

Con prensa se organizaron press trips para la revista de **Hainan Airlines**, para un grupo de **medios chinos especializados en turismo y deporte**, otro de **medios indios** y el blog **Tickingthebuketlist**, también de India, entre otros. También se realizaron tres acciones con **influencers chinos**, un grupo de 20 influencers, una bloguera y una bailarina, todos ellos con muchísimo alcance en redes sociales.

Plan 5: Mejora Conectividad

Para continuar potenciando la conectividad de la ciudad, la Fundación colaboró un año más en el **Fly València Meeting**, un encuentro organizado por la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV), que reunió en la ciudad a 100 agentes de viaje, 18 aerolíneas y 26 empresas turísticas. Una jornada orientada a incrementar los flujos de pasajeros desde el Aeropuerto de València.

Asimismo, para difundir la conectividad desde el Aeropuerto de València, Fly València lanzó una nueva **campaña promocional en la ciudad a través de circuitos de MUPIS de información municipal**. Dicha campaña daba a conocer la oferta de rutas disponibles desde el Aeropuerto, apoyando así el incremento de movimientos turísticos. Reforzaba la actividad turística y contribuía a favorecer el atractivo de València como destino para las compañías aéreas.

Para estimular también el tráfico emisor se mantuvo la colaboración con la revista **SMDMAG**, del grupo de ocio Salamandra, promocionando cada mes un destino conectado con Valencia; así como la gestión activa de las redes sociales de **@FlyVLC** con más de **25.000 seguidores**.

Por otro lado, con el objetivo de **mantener las conexiones existentes y generar el desarrollo de nuevas rutas**, la Fundación participó en 2018 en Guangzhou en la **Feria World Routes** y en Bilbao en **Europe Routes**, coincidiendo con una **campaña en esta ciudad** que llevó la imagen de València a 50 taxis y carteles en todas las agencias de viajes del País Vasco de Eroski Viajes.

Cabe destacar también la colaboración de la Fundación en la organización de la **primera edición de AviaDev Europe**, un **foro dirigido a compañías aéreas, aeropuertos y entidades de promoción turística**. La celebración de este congreso en el Palacio de Congresos bajo el claim "Regional is Rising", fue una oportunidad para la ciudad, tanto que se anunció que València acogerá una nueva edición de este foro en octubre de 2019.

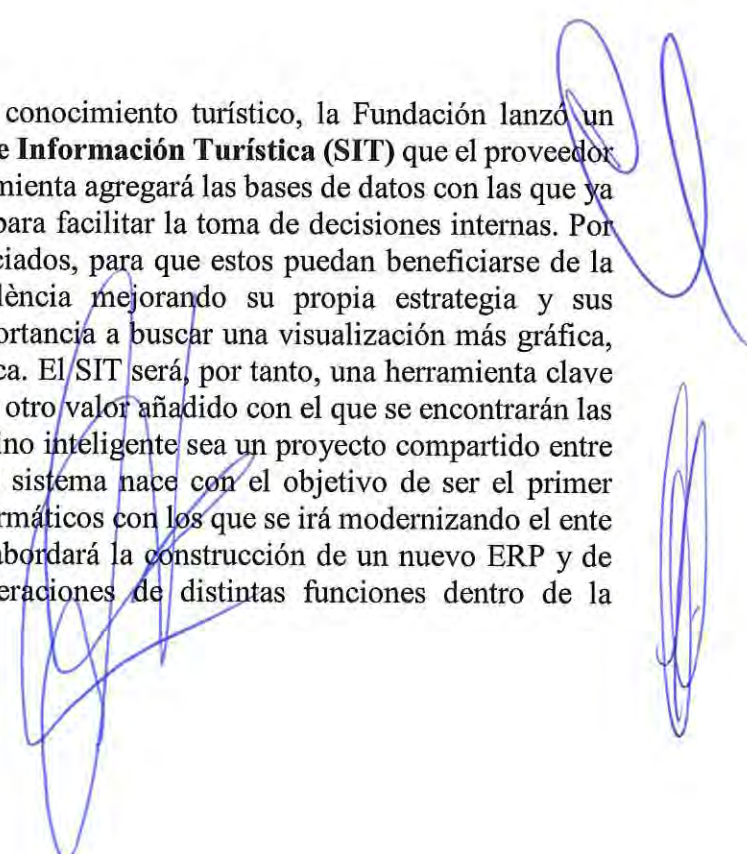
Esta labor estratégica contribuyó a que en 2018 se sumaran **12 nuevas conexiones primavera-verano y 13 para la temporada otoño invierno 18-19**; se contó con **400.000 nuevas plazas aéreas internacionales** y las **llegadas totales crecieron un 15,4%** en el Aeropuerto (3.885.014), gracias al empuje de las internacionales, que subieron un 18,1% (2.848.327). En 2018 el Aeropuerto de València superó la cifra de 7 millones, quedándose cerca de los 8 millones y fue el segundo de los de su tamaño que más creció en Europa.

1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino más inteligente

Plan 6: Un destino más inteligente

Diagnóstico del sistema de información

Para mejorar la información disponible y el conocimiento turístico, la Fundación lanzó un concurso para la creación del nuevo **Sistema de Información Turística (SIT)** que el proveedor Everis ya está desarrollando. Esta nueva herramienta agregará las bases de datos con las que ya cuenta la Fundación en un sistema integrado para facilitar la toma de decisiones internas. Por otra parte, el sistema será accesible a los asociados, para que estos puedan beneficiarse de la actividad de investigación de Turismo València mejorando su propia estrategia y sus actuaciones. Para lograr este reto se dará importancia a buscar una visualización más gráfica, ágil y simplificada de la información estadística. El SIT será, por tanto, una herramienta clave para el funcionamiento de Turismo València y otro valor añadido con el que se encontrarán las empresas asociadas para que construir un destino inteligente sea un proyecto compartido entre el sector público y privado. En todo caso, el sistema nace con el objetivo de ser el primer elemento de la infraestructura de sistemas informáticos con los que se irá modernizando el ente y el destino. Para ello, en fases sucesivas se abordará la construcción de un nuevo ERP y de distintos módulos que modernizarán las operaciones de distintas funciones dentro de la organización.



Inteligencia de mercado

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** con:

- El **seguimiento de la coyuntura** de 2018 mediante sondeos mensuales y puntuales de ocupación en alojamientos turísticos.
- El **Reporte Estadístico de Coyuntura Mensual** a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), AENA, Puertos del Estado y Puerto de Valencia;
- Junto con el IVIE, el **Informe del Impacto Económico del Turismo en València** y el de la **celebración de los cuartos de final de la Copa Davis** en València.
- El **Informe del Perfil del Turista de Ocio 2017**, el del **Turista MICE** y el de la **Demanda Estival**.
- El folleto de **Estadísticas de Turismo de 2017**, con la evolución de la oferta y la demanda en la ciudad a lo largo del ejercicio anterior.
- **Memoria de Actividades 2017** de la Fundación, en dos versiones, una síntesis de acciones y otra más extensa.

Además, la Fundación **presentó candidatura a Capital Europea del Turismo Inteligente**, quedando en el **top 10 junto** con Palma de Mallorca, Málaga, Lyon, Nantes, Bruselas, Helsinki, Liubliana, Poznan y Tallin. En total se presentaron 38 propuestas de 19 Estados miembros de la Unión Europea.

Por último, en 2018 Turismo València se adhirió a la **Red Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes impulsada por SEGITTUR**. La ciudad es así uno de los 70 destinos que forman parte de este proyecto, cuyo objetivo es avanzar hacia un modelo de gestión turística inteligente. La Red favorece la cohesión, el intercambio de buenas prácticas y aprovechamiento de sinergias entre el sector y destinos, reforzando la coordinación e integración de las perspectivas de los gestores públicos, la industria turística, el comercio minorista, los operadores, proveedores de servicios, residentes y turistas.

Pertenencia a organizaciones y asociaciones

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

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

Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

En 2018 se avanzó en diversos proyectos de sostenibilidad turística, en colaboración con diferentes entidades y organizaciones:

- Se confirmó el proyecto de la Diputació de València de la **convocatoria de Red.Es de Destinos Turísticos Inteligentes**, que permitirá instalar sensores de flujos de vehículos y de calidad ambiental en el entorno de la ciudad, integrándose con los indicadores del sistema de información turística.
- Se constituyó el **grupo de trabajo de proyectos de turismo sostenible** en València, con la participación de todas las entidades académicas, administraciones e institutos tecnológicos que están desarrollando iniciativas en este ámbito. Un espacio de trabajo conjunto que permite explotar sinergias y detectar oportunidades entre todos los actores.
- La Fundación continuó trabajando en diversos proyectos internacionales. La difusión del **proyecto europeo Alter Eco**, que pretende reforzar el desarrollo local sostenible del turismo promoviendo la Identidad Mediterránea. Se lanzaron las guías de barrios y la aplicación, disponibles para todos los turistas de la ciudad.
- En la misma línea, València es la ciudad piloto para las primeras aplicaciones del **proyecto SCITHOS**, dirigido a diseñar herramientas que permitan medir y planificar la sostenibilidad turística del turismo en la ciudad. Las últimas fases de diseño de las aplicaciones permitirán recabar información directa de los turistas sobre el ruido, la contaminación o la saturación de los espacios.
- En la misma línea de sostenibilidad social, la Fundación inició la colaboración en el **proyecto I+D Retos** sobre economía colaborativa y espacio turístico, que contribuirá a identificar mejor las alternativas en este campo.
- El proyecto **Interreg Med Castwater** continuó avanzando. Durante el verano se trabajó en la preparación y puesta a punto de la herramienta online de autodiagnóstico del uso del agua. Se puso a disposición de todos los asociados de la Fundación y se celebró la reunión de expertos y el InfoDay.
- Se implementó el **proyecto Mitomed+**, que recoge datos de los 33 indicadores del Sistema Europeo de Indicadores de Sostenibilidad Turística y permite empezar a trazar comparativas.

Asimismo, se continuó mejorando la información de la accesibilidad turística del destino. La Fundación reeditó la **Guía Digital** y nuevos soportes gráficos. Por otro lado, en colaboración con la Agència Valenciana del Turisme y Predif, organizó un viaje de prensa con relevantes prescriptores en este segmento, junto a una **jornada de difusión al público de la aplicación móvil Tur4All**. Adicionalmente, participó en noviembre en la feria Activa¹, para seguir dando a conocer toda la oferta disponible de la ciudad.

Plan 8: Alojamientos legales, calidad y convivencia

Desde Turismo València se apoyó al grupo de trabajo de Ayuntamiento y Generalitat de Alojamiento Turístico, que pretende armonizar y coordinar las medidas que ambas instituciones deben poner en práctica para gestionar adecuadamente la oferta de alojamiento turístico ante el riesgo de gentrificación y deterioro de la experiencia del visitante.

Plan 9: Hospitalidad, excelencia y talento

Dentro del Programa de **Mejora permanente de la calidad**, la Fundación mantuvo su labor de captación y formación para **dar continuidad e impulsar el SICTED** en València, el sistema integral de calidad turística español en destino para impulsar la excelencia de la oferta turística local en toda su dimensión. Así, en marzo **27 nuevos establecimientos** fueron distinguidos en un acto celebrado en el Palacio de Congresos: “Compromiso de Calidad Turística 2017-2019”. Al finalizar 2018 alrededor de 120 establecimientos y/o servicios habían superado la evaluación anual de cara a obtener o en su caso renovar la distinción de calidad que otorga Turespaña, y que en València impulsa la Agència Valenciana del Turisme y Turismo València, con el apoyo de la Cámara de Comercio. Como novedades, en 2018 se adhirieron 11 taxistas a través de la Asociación gremial provincial de auto taxis de Valencia y se incorporó la Sección Municipal de Residuos Sólidos y la Escuela Municipal de Vela.

Entre las entidades que recogieron estos reconocimientos se encuentran **Art Valencia, Blue Marina, Casa Montaña, Citizentral, ClickRent, Fun & Quads Adventure, Marina Beach Club + Panorama, Horta Viva, La Marítima, Mar y Sombra, MD Modern Hotel Jardines, Mel i Salut, Mon Orxata, Ocean Republik, Touristing Valencia, Valencia Club Cocina, Valenciaflats + Hotel Kramer + Hotel Malcom&Barret + Lotelito, Valenciamania y Escuela de Arroces y Paellas.**

Por lo que respecta a la promoción del talento, la Fundación organizó en 2018 **cinco nuevas jornadas del Foro València Urban Tourism Trends**. Tras la primera sesión, celebrada en diciembre de 2017, centrada en *El nuevo turista urbano*, organizó una en enero titulada *El turismo somos todos. Sostenibilidad y gobernanza*; otra en marzo sobre *La digitalización del marketing de destinos*, otra en mayo centrada en las *Claves para el desarrollo de destinos inteligentes*; otra en julio sobre *Creación de valor en destino. Diversificación y excelencia*; y otra en noviembre: *¿Turismo de naturaleza en la ciudad? Retos y oportunidades*. El Foro *Urban Tourism Trends* tuvo una muy buena acogida por parte del público, con una participación en todas las jornadas de 120-140 asistentes, todos ellos del sector turístico y del entorno universitario.

Cabe destacar el **nivel de los ponentes** en todas y cada una de las cinco jornadas realizadas, grandes **profesionales y referentes en cada uno de los temas tratados**, lo que generó debates muy enriquecedores. En la primera sesión de 2018 se contó con la presencia de la concejala del Área de Turismo, Comercio y Trabajo del Ayuntamiento de Palma de Mallorca, **Joana María Adrover**; el segundo teniente de alcalde del Ayuntamiento de Sevilla, **Antonio Muñoz**; el segundo teniente de alcalde y concejal de Impulso Económico, Comercio, Hostelería y Turismo de San Sebastián, **Ernesto Gasco**; el director de Turismo en Madrid Destino, **Miguel Sanz**; y el profesor de Economía del Turismo en Lovaina y Venecia y miembro del Consejo Asesor de Visit Flandes, **Jan van der Borg**.

Los invitados en la segunda jornada, sobre marketing turístico, fueron el presidente de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), **Eduardo Parra**; el profesor de Marketing Turístico en la ULP GC y cofundador de más de diez empresas del sector de ocio/turismo, **Edu Williams**; el director general de Top Seeds Lab y general partner de Travel Tech 1 SCR, **Javier González-Soria**; el responsable de la Estrategia Digital de DEC BBDO, **César Torras**; y del director de Marketing de Logitravel, **Carlos García**.

Para la jornada relativa a inteligencia turística se contó con la directora general de Turismo de la Generalitat Valenciana, **Raquel Huete**; el director de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística de SEGITTUR, **Carlos Romero**; el director de Investigación de Ámsterdam Marketing, **Olivier Ponti**; y el responsable de Transporte, Turismo y Logística de PwC España, **Cayetano Soler**.

En la mesa redonda de productos, la Fundación invitó a la directora de Promoción y Marketing del Museo Thyssen- Bornemisza, **Elena Benarroch**, para tratar la parte de Cultura; al director del Centre de Convencions Internacional de Barcelona (CCIB), **Marc Rodríguez**, para MICE; a la directora de la Fundación Trinidad Alfonso, **Elena Tejedor**, para Sports; al consultor de la OMT en el ámbito del turismo gastronómico y asesor del Basque Culinary Centre, **Iñaki Gaztelumendi**, para gastronomía; y al director gerente de Spaincares, **Carlos Abella**, para el producto de salud.

Por último, en la jornada del *Urban Tourism Trends* relativa al producto naturaleza, participaron el director de Bioparc València, **Luis Ángel Martínez**; el director del Oceanogràfic, **Eduardo Nogués**; la jefa del Servicio Devesa-Albufera, **Amelia Quintana**; el delegado de SEO/BirdLife en la Comunidad Valenciana, **Mario Giménez**; el responsable de Visit Albufera, **Jaume Dasí**; y el jefe de Gabinete de Valorización de las Áreas Clasificadas y Comunicación del Instituto de Conservación de la Naturaleza y Bosques de Portugal, **Joao Farinha**.

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

La Fundación perseveró en el desempeño de una gobernanza abierta y colaborativa, con la puesta en marcha de nuevos programas de Producto y una estrecha colaboración con todas las áreas del Ayuntamiento implicadas y otras administraciones e instituciones vinculadas al turismo. Para la coordinación de toda esta labor la Fundación puso en marcha un área nueva denominada **Turismo y Ciudad**.

Plan 10: Nuevo marco institucional. Compromiso y colaboración

Refuerzo de la coordinación de Áreas de gestión municipal

En relación al nuevo marco institucional en favor del turismo en el que trabaja el Gobierno municipal, la Fundación colaboró con el Servicio de Turismo:

- Por un lado, en la dinamización de la **Comisión de Coordinación Turística Municipal**, que celebró su última reunión en febrero.
- Así como en la redacción del reglamento del **Consell Municipal de Turisme**, que fue aprobado inicialmente en el Pleno de septiembre del Ayuntamiento de València con unanimidad de los grupos políticos.

Además, participó en diferentes reuniones con el resto de municipios de la Comunitat Valenciana para elaborar el **borrador de Estatuto de Municipio Turístico**, entre las que destacan la celebrada en Cullera en el período estival y la que tuvo lugar en Finestrat durante el último cuatrimestre. También participó en una jornada informativa sobre el Estatuto de Municipio Turístico en octubre, organizada por Turisme Comunitat Valenciana, dirigida a personal de municipios más pequeños de la provincia.

Acuerdos entre Administraciones

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

- **Promoción de productos turísticos: urbano, cultural, gastronómico, deportivo y de reuniones:** Press trip Fallas (turismo cultural), Valencia Culinary Meeting (turismo gastronómico), Folleto interactivo Fallas con videos 360° (turismo cultural), Día internacional de la Paella (turismo gastronómico), producción Bolsas VLC Sports (Turismo deportivo), Folleto VLC Gastronomía (turismo gastronómico) y producción Bolsas Valencia Shopping (turismo urbano de compras).
- **Acciones promocionales en el mercado nacional:** Campaña de taxis en Bilbao con Viajes Eroski, Patrocinio EventoDays, gala EventoPlus (turismo de reuniones), Promoción en Feria Home Textiles, Acción comarketing Logitravel y Promoción con *Hola Viajes*.
- **Acciones promocionales en mercados internacionales:** Participación Feria Assotiation Congress (turismo de reuniones), Presentación en Estocolmo, Fam trip Air Europa (OET Paris), Fam trip Belfast - nueva ruta EasyJet, Patrocinio conferencia TTG LGTB Londres, Campaña autobuses en Bolonia (Italia), Paellas en Mainz (Alemania), Fam trip Alitalia, Workshop MICE Amsterdam, Presentación gastronómica en Londres, Roadshow MICE UK, Presentación de destino en Frankfurt, Viaje de familiarización Rumanía y viaje de prensa Burdeos.
- **Acciones de comunicación, campañas de publicidad y co-marketing online y offline:** Co-marketing Ryanair en Italia, Publicidad Europe Routes, Redes sociales en Rusia durante el primer trimestre, Co-marketing TuiFly en Bélgica, Campaña con Easyvoyage, Campaña en *The Good Life* (Francia), Campaña en *Goodbye* (Bélgica), Agencias de comunicación en China y Rusia, Campaña exterior en Frankfurt, Campaña HolidayCheck Alemania, Campaña Comarketing en Austria, Acción de comarketing Oceanman, Campaña en Business Traveller, Comarketing autobuses Belfast, Revista Holandesa Méditerranée, Campaña de publicidad en HQ (turismo de reuniones), Campaña de Comarketing en Suiza y Colaboración con Cyclelive Magazine.

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

En lo que respecta a la gestión eficiente, se mantuvo el esfuerzo para mejorar el sistema de gestión integral de la Fundación a través de la renovación de la certificación de **ISO 9001:15 de gestión de la calidad**; el mantenimiento de la marca **Q del València Convention Bureau** y la red de oficinas de información turística, ampliando el alcance a la de la calle de la Paz; la obtención de dos nuevas certificaciones relacionadas con la gestión ambiental **ISO EN UNE 14001:2015** y con mejoras en materia de accesibilidad aplicando los criterios de la **UNE 170001-2:2007 gestión de accesibilidad universal**.

Por otro lado, se trabajó en la **implementación del nuevo modelo organizativo** de la Fundación y se revisó junto al Comité de empresa, la nueva DPT de la Fundación para su aplicación definitiva. También en este sentido, se negoció con el Comité de Empresa un acuerdo en el que se contemplan las modificaciones y cambios relacionados con el nuevo modelo organizativo.

En la búsqueda de una gestión más eficiente y transparente, en 2018 se implementó en la Fundación un **Plan de Seguridad de Datos Personales** cuya finalidad principal es garantizar la correcta adaptación a la legislación vigente, y en concreto al nuevo Reglamento europeo 2016/679 de Protección de Datos. Este Plan tiene por objeto la implementación de procedimientos, medidas de Seguridad y controles en los sistemas de información oportunos, desde el punto de vista jurídico y técnico.

Por otro lado, a partir de la entrada en vigor de la Ley de Contratos de Sector Público, (LCSP), la Fundación puso en marcha un **nuevo sistema de contratación, alojando su perfil de contratante en la Plataforma de Contratación del Estado**, publicando en la misma sus nuevas licitaciones.

Asimismo, la Fundación continuó coordinando su trabajo con el Servei de Transparència i Govern Obert del Ajuntament de València, para alimentar el **Portal de Transparencia**, en cumplimiento de la normativa aplicable.

Órganos de Gobierno

En 2018 no hubo cambios en los órganos de control de la Fundación, por lo que la composición de la Comisión Ejecutiva durante el ejercicio fue 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, Servicios y Navegación de Valencia.
 - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia.
 - D. Salvador Navarro Pradas, designado por la Confederación Empresarial Valenciana.
 - D^a Alicia González Sanmartín, elegida por el Consejo General de los Protectores.
 - D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de los Protectores.
 - D. Manuel Alejandro Palop Bofill, elegido por el Consejo General de los Protectores.
 - D. Stephen Anderson, elegido por el Consejo General de los Protectores.
 - D^a Marta Templado Isasa, elegida por el Consejo General de los Protectores.
- SECRETARIO: D. José Antonio Martínez Beltrán, Secretario del Patronato.

La composición del Patronato fue 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, Servicios 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, Servicios 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.

Mayor protagonismo empresarial

En su compromiso por mantener una gobernanza activa y colaborativa y convertirse en un instrumento más útil para el conjunto del sector y los ciudadanos, la Fundación avanzó en la constitución de los **programas de producto**, como ya se ha visto en el Plan 1, entrando nuevas empresas a formar parte de sus **Comités Ejecutivos**.

Asimismo, la Fundación fue un año más un espacio de participación y encuentro para el sector, con la celebración de una **Asamblea con todas las empresas y entidades asociadas** en marzo. En esta reunión se presentó el balance de la actividad fundacional de 2017 y el de la coyuntura turística en la ciudad; y el Plan de Actuaciones 2018 para recibir aportaciones por parte de los asociados. Además, la **Comisión Ejecutiva y el Patronato de la Fundación** se reunieron en cuatro ocasiones.

Nuevas empresas asociadas

En 2018 se sumaron a la Fundación **50 nuevas empresas** asociadas. En el cierre del año la Fundación contaba con **316 socios protectores y colaboradores**. Se incorporaron a Turismo Valencia:

Entidad	Categoría/Producto
ABANICOS VIBENCA (VICENTE BENLLOCH CABALLER)	Comercios
AGENCIA HOLBOX VALENCIA (HOLBOX VALENCIA)	Servicios Turísticos
BLACKCAPE (BLACKCAPE, S.L.)	Comercios
CASA AMORES (JOSE MIGUEL GLORIA LÓPEZ)	Restaurantes
CATERING LA HACIENDA (CATERING LA HACIENDA, S.L.)	Catering
CENTRO DE ESTÉTICA EL FHAMMAM (FÁTIMA ZOHRA ALAOUI BELGUITI MOUNJID)	Comercios
COLONIAL (GRUPO COLONIAL DE INVERSIÓN Y GESTIÓN S.L.)	Restaurantes
CONVENT CARMEN (CALMA HOTELS GESTIÓN S.L.)	Espacios singulares
COVEN CARMEN (DARC QUARTER, S.L.)	Espacios singulares
DMC VALENCIA'S FINEST (FINEST DESTINATION MANAGEMENT SERVICES, S.L.)	Agencias de Viajes
DOÑA PETRONA (TÁNDEM GASTRONÓMICO, S.L.)	Restaurantes
EL VESTIDOR VINTAGE (MAYOLA, 14 COOP. V.)	Comercios
EXCLUSIVE CARS & DRIVERS (EXCLUSIVE CARS & DRIVERS, S.L.)	OPC
FUN & QUADS ADVENTURE (FUN & QUADS ADVENTURE, S.L.U)	Servicios Turísticos
GALERÍA NOËL RIBES (NOËL RIBES RATER)	Comercios
HANNOVER (MODA AQUA, S.L.)	Comercios
HARD ROCK CAFÉ VALENCIA (FOOD & MOMENTS GROUP S.L.)	Restaurantes
HELLO VALENCIA (COMUNICACIONES Y REALIDADES, S.L.)	Comercios
HOTEL SWEET CONTINENTAL (CONTITEL, S.L.)	Hoteles
IL BACO DA SETA (IL BACO DA SETA S.L.U.)	Comercios
INNSOMNIA (INNSOMNIA ACCELERATOR, S.L.)	Espacios singulares
JARDINES LA HACIENDA (JARDINES LA HACIENDA, S.L.)	Catering
JOAQUÍN GUZMÁN ANTIGÜEDADES Y ARTE (JOAQUIN GUZMAN CUTILLAS)	Comercios
MERCADO DE SAN VALERO (PLAYAZ S.L.)	Bar/Cafetería
MIQUEL SUAY (NUVIANCES, S.L.)	Comercios
MOMIJI COCINA S.L.	Restaurantes
OLHÖPS CRAFT BREWERY (OLHÖPS CRAFT BREWERY, S.L.)	Bares y Cafeterías
ÓPTICA CLIMENT (Mª DOLORES ENGUIX MANCLUS)	Comercios
ORIGINAL SPAIN PRODUCTOS VALENCIANOS (ORIGINAL CV)	Comercios
OSTRARIUM (MEDITERRANEA DE OSTRAS, S.L.)	Restaurantes
PAELLA PRODUCTIONS (FRANCISCO MORAL)	Espacios singulares
PALAU ALAMEDA (MUSIC RESORT S.L.)	Espacios singulares
POPPYNS (ESPACIO DE MARCAS EMERGENTES, S.L.)	Comercios
PRIMERA PLANA PRODUCCIONES (PRIMERA PLANA PRODUCCIONES, S.L.)	Otros Servicios
RESTAURANTE ORIGIN (TROFEA VALENCIA, S.L.)	Restaurantes
RESTAURANTE SHIRAZ (VALERIYA STEPANENKO)	Restaurantes
RESTAURANTE TABERNA LA SENIA (RESTAURACIÓN BOMBORI, S.L.)	Restaurantes
SALA GIRASOL (NICOLAS GEORGAKOPOULOS REIG)	Ocio Nocturno
SALA MYRTUS (EVENTOS GALILEA, S.L.)	Espacios singulares
SEA SAFROL S.L.	AATT
SIETE JEWELS GALLERY (GUILLERMO MARTORELL)	Comercios
SOLUCIONES DE INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA (JAIME	Servicios Turísticos

ALEJANDRO RODA BRUCE)	
SON DE MAR (GESTIÓN SALUD Y DEPORTE S.L.U)	Comercios
SUCAR (SAITI TRADICIÓN S.L.)	Restaurantes
TRIPULA (TRAVEL EVENTS LEVANTE, S.L.)	Servicios Turísticos
TRUFAS MARTÍNEZ (TRUFAS MARTÍNEZ, S.L.U.)	Comercios
UNO DE 50 (ARS REY S.L)	Comercios
VA TRADUCCIÓN (VICENTE ABELLA ARANDA)	Otros servicios
VALENCIA ABOUT (Mª DOLORES TRINIDAD MARTÍNEZ)	Servicios Turísticos
VICENTE GRACIA (INTERNACIONAL ART JEWELLERY, S.L.U.)	Comercios

Por su parte, causaron baja 34 empresas: HOTEL ALAMEDA PLAZA, CHEZ LYON, RESTAURANTE SEU-XEREA, SEGWAY, ARROZ TARTANA, VIAJES NECOTUR, SEGWAY TRIP VALENCIA, DIEZ MIL PIES, RESTAURANTE AL POMODORO, RESTAURANTE LA PAPPARDELLA, FOOD & FUN, LA CAMBRA FALLERA, RESTAURANTE ATLANTICO, ARAVOLO (antes senatibikes), CHARCUTABERNA LOS TRES CERDITOS, GRÁFICAS VERNETTA, RESTAURANTE ASKUA GRILL, ALBANA HAIR CLUB, RESTAURANTE CARPE DIEM, RED NEST HOSTEL, PORTUSCALE, AG NOU ART, CERVECERÍA TYRIS, RESTAURANTE MISS SUSHI, URBAN YOUTH HOSTEL, SUPERDRY STORE, MERCATBAR, VUELVE CAROLINA, EL POBLET, MAR Y SOMBRA, HELADERÍA SEGRETO FREDDO, VALENCIA MANÍA Y EL HUERTO.

Convenios de colaboración

Durante 2018 la Fundación mantuvo diversos convenios de colaboración con diferentes instituciones para impulsar la actividad turística de la ciudad desde diferentes ámbitos. Cabe destacar los firmados entre la Fundación y el **Consorcio de Turismo de Sevilla** y el **Consorcio de Turismo y Congresos de A Coruña**, para el desarrollo de acciones que contribuyan a alcanzar mejores resultados de posicionamiento de marca e imagen de tales destinos.

Además, en el marco del Programa de Colaboraciones establecido por los Estatutos de la Fundación para sus Protectores, Turismo Valencia mantuvo convenios con **Ciudad de las Artes y las Ciencias**, **El Corte Inglés**, **Teletaxi**, el **Oceanográfico**, el **Valencia Club de Fútbol**, **Fundación Trinidad Alfonso** y **Viajes Transvia Tours**, como colaboradores, potenciando la actividad turística y económica de la ciudad.

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

Se mantuvieron también los acuerdos de colaboración con **Bioparc Valencia**, como uno de los importantes activos turísticos de la ciudad; con la **Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano (CECOVAL)**, para el desarrollo de actividades de promoción y apoyo al comercio en particular; y con la **Asociación de Profesionales de la Producción Audiovisual**, estableciendo un marco de cooperación con el fin de atraer y fomentar el rodaje de toda clase de obras y producciones audiovisuales nacionales e internacionales.

También se firmó un nuevo convenio con **Turisme Comunitat Valenciana** para el fomento de la imagen de la ciudad de València como referente de los diferentes productos, entre los que destacan el cultural, el gastronómico, el deportivo y el familiar; otro con la **Real Federación Española de Tenis** para la celebración en València de los cuartos de final del Grupo Mundial de Copa Davis; con **Bench Events LTD**, para organizar en València el **Congreso Aviadev Europe**; y con **Renfe Viajeros Sociedad Mercantil Estatal**, para la promoción conjunta del Turismo en València y los servicios de transporte ferroviario de Renfe.

La Fundación mantuvo su acuerdo de colaboración suscrito en anteriores ejercicios con la **Autoridad Portuaria de Valencia**, para la promoción y comercialización conjunta del mercado de cruceros de la ciudad; con **Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana (FGV)**, por el que se acuerda la venta por dicha entidad ferroviaria de la Valencia Tourist Card de Turismo Valencia; con la **Fundación Libertas 7** para la promoción y venta de sus entradas; y con la **Federación de Fallas de Especial** para aunar esfuerzos y sinergias en la promoción del potencial turístico, costumbres y tradiciones valencianas.

Finalmente, se mantuvieron las **líneas de colaboración con los asociados de la Fundación** para la venta de servicios turísticos y artículos de València en las oficinas de Turismo y el portal de venta.

2.- COYUNTURA 2018

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en 2018 la **actividad turística evolucionó positivamente** en València 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 València y recopilado en esta Memoria de actividades contribuyó a mejorar las cifras.

2.1.- Evolución de la demanda

VIAJEROS 2017: 2.008.640

VIAJEROS 2018: **2.064.094 (+2,8%)**

PERNOCTACIONES 2017: 4.789.720

PERNOCTACIONES 2018: **4.974.338 (+3,9%)**

PERNOCTACIONES MERCADOS INTERNACIONALES: **3.228.779 (+7,5%)**

PERNOCTACIONES NACIONALES: **1.745.559 (-2,3%)**

MERCADO	PERNOCTACIONES
Italia	635.075 (+15%)
Holanda	434.401 (+12,9%)
Reino Unido	365.238 (+15,1%)
Alemania	244.210 (+15,6%)
Francia	197.680 (+0,1%)
Bélgica	151.024 (+3,1%)
Rusia	88.843 (-14,6%)
Suiza	70.304 (-4%)
EE.UU.	146.224 (+5,3%)
China	40.190 (+4,2%)

% DEL TOTAL PERNOCTACIONES NACIONALES **35,1%**

% DEL TOTAL PERNOCTACIONES INTERNACIONALES **64,9%**

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

REVPAR: **60,4 (+12,7%)**

PRECIO HABITACIÓN: **80,8 € (+6,1%)**

OCUPACIÓN HOTELERA: **73,89% (+4 ptos)**

ESTANCIA MEDIA: **2,41 (+1,1%)**

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros

TRÁFICO AÉREO

LLEGADAS TOTALES 2017: 3.367.211

LLEGADAS TOTALES 2018: **3.885.014 (+15,4%)**

LLEGADAS NACIONALES 2017: 955.395

LLEGADAS NACIONALES 2018: **1.036.687 (+8,5%)**

LLEGADAS INTERNACIONALES 2017: 2.411.816

LLEGADAS INTERNACIONALES 2018: **2.848.327 (+18,1%)**

CRUCEROS

ESCALAS 2017: 202

ESCALAS 2018: **192 (-10%)**

PASAJEROS 2017: 412.355

PASAJEROS 2018: **417.655 (+1,3%)**

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

FORMULACIÓN DE CUENTAS ANUALES

En cumplimiento de la normativa de Fundaciones vigente, el Director Gerente de **FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA** formula las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2018 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 79.

Valencia, 28 de febrero de 2019

Director Gerente

D. Antonio Bernabé García



FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
INVENTARIO DE BIENES Y DERECHOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018

	Coste	Amortización / Valor Razonable	Valor Neto
Inmovilizado Intangible	1.155.634,20	-842.792,83	312.841,37
Inmovilizado Material	3.732.138,57	-1.234.934,19	2.497.204,38
Existencias	104.841,61		104.841,61
Efectivo en caja y bancos	622.707,51		622.707,51
Total Bienes	5.615.321,89	-2.077.727,02	3.537.594,87
Depósitos y fianzas constituidos	48.605,32		48.605,32
Deudores	412.746,01		412.746,01
Otros	5.864,02		5.864,02
Total Derechos	467.215,35		467.215,35
Inventario Total	6.082.537,24	-2.077.727,02	4.004.810,22

Inmovilizado Intangible

Fecha	Descripción	Coste	Valor Neto Contable
11/10/2001	PROG. CONTABILIDAD + LLAVE	592,59	0,00
09/07/2003	LICENCIA ADOBE PDF	672,80	0,00
17/06/2005	ADOBE PHOTOSHOP	1.032,04	0,00
06/07/2005	MODULO FACTURACION GESTIIMIL	1.043,64	0,00
25/08/2005	MARCA VLC TVCB	11.941,04	2.379,35
25/08/2005	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE	5.701,73	2.167,49
20/10/2005	MODULOS FACTURAC+TPV'S OFICINA	1.617,64	0,00
22/12/2005	INDESIGN MAC EDITION	1.281,36	0,00
21/06/2005	SIGIT BB.DD. INFONOVA	383.419,16	0,00
03/05/2005	CRITICA CULINARIA GUIA REST.	7.027,18	0,00
03/03/2006	AMPLIACION LICENCIAS/MODULOS G	4.093,79	0,00
19/05/2006	MARCA VLC VALENCIA INT.	9.941,89	730,95
29/02/2008	DESARROLLOS GESTIIMIL	7.800,96	0,00
01/01/2009	SIGIT (SOPRA 2008)	46.019,93	0,00
30/06/2009	SIGIT (SOPRA 2009)	63.108,78	3.202,40
30/09/2009	VPN SEDES REMOTAS OIT-CENTRAL	4.828,70	359,84
01/10/2009	MARCA VLC EXCELLENCE	2.583,31	193,23
01/10/2009	MARCA TURISMO VALENCIA 6,9,14.	19.145,63	1.432,02
01/10/2009	MARCA VLC VALENCIA	2.891,89	216,29
01/05/2009	MARCA VLC BIKE	5.181,36	170,31
01/05/2009	MARCA VLC MEETINGS	5.313,45	174,64
11/05/2009	MARCA VLC CITY BREAKS	1.386,18	49,35
11/05/2009	MARCA VLC ESPACIO NATURAL	1.386,18	49,35
01/10/2009	MARCA OCIO Y NEGOCIO	833,15	62,27
11/05/2009	MARCA "INCREDIBLE PERO CIERTA"	4.089,98	145,65
30/04/2010	SOPRA (2010)	19.733,75	2.616,71
09/04/2010	GESIIMIL MEJORAS	4.640,00	0,00
13/08/2010	MARCA VLC RESTAURANT WEEK	2.683,45	432,99

ANEXO I

23/09/2010	MARCA FLORA,ARQUI,MARA,BO..	5.848,56	1.009,44
23/09/2010	MARCA DESTINO VALENCIA	4.046,70	698,47
03/11/2010	PROYECTO TARJETAS SIN CONTACTO	17.748,80	3.262,86
26/10/2010	LICENCIA GESIIMIL	2.119,28	0,00
01/10/2010	MARCA UVELECES	5.598,80	978,64
21/03/2011	LICENCIA GESIIMIL 2011	2.360,00	0,00
23/03/2011	MARCA VLC SHOPPING MARZO	3.084,46	685,31
18/05/2011	MARCA PHOTONICS	613,07	145,60
31/05/2011	LICENCIA MCAFFEE AYO Y PUERTO	995,17	0,00
17/10/2011	MARCA VLC SHOPPING OCTUBRE	1.132,80	316,25
30/12/2011	SOPRA 2011	24.340,29	7.288,74
31/12/2011	PROYECTO VTC PALMA TOOLS 2011	50.307,00	15.078,32
04/01/2012	PLATAFORMA RESTAURANTES	37.800,00	0,00
20/04/2012	MARCA VALENCIA FILM OFFICE	1.015,17	335,04
16/05/2012	LICENCIAS OFFICE 2010 (13 U.)	2.684,50	0,00
25/07/2012	PALMA TOOLS 2012	2.016,00	0,00
25/07/2012	MARCA VALENCIA CARD	3.999,17	1.424,82
20/12/2012	MARCA VALENCIA CRUISE CARD	3.531,50	1.401,02
01/01/2012	GESIIMIL ESTUDIO ING INF 2012	1.125,20	0,00
27/03/2013	MARCA VLC DISCOUNT CARD	1.035,21	438,20
07/03/2013	MARCA VLC & FRIEND	2.465,43	1.030,09
26/04/2013	CAMBIO PLATAFORMA RESTAURANTE	2.541,00	0,00
28/01/2013	MEJORAS GESIIMIL	9.680,00	0,00
18/03/2015	MARCA FLY VALENCIA	1.714,84	1.064,63
07/04/2015	MARCA VLC SPORTS	1.320,16	826,80
29/05/2015	MARCA ESPAÑOLA VLC	5.426,92	3.476,21
30/06/2015	MARCA COMUNITARIA VLC VALENCIA	27.842,10	18.078,30
30/06/2015	MARCA SALUD	1.714,84	1.113,49
08/09/2015	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE Y	9.143,80	6.112,57
19/11/2015	MARCA AGENDA VLC 2015	1.152,10	792,90
21/12/2015	MARCA VLC VALENCIA 926711	1.129,62	787,34
18/12/2015	MARCA VLC VALENCIA 882244	13.154,68	9.157,81
15/02/2017	MARCA VALENCIA CULINARY MEETIN	1.571,07	1.276,22
30/11/2017	MARCA VISIT VALENCIA	1.885,75	1.508,59
30/11/2017	MARCA URBAN TOURISM TRENDS	1.570,14	1.256,12
27/12/2017	MARCA VLC VALENCIA EN USA	2.240,92	1.792,74
31/12/2017	NUEVA WEB VISITVALENCIA.ES	88.572,00	59.263,16
14/06/2017	VIDEO HOME NUEVA WEB (PARTE 1)	19.965,00	9.748,39
20/07/2017	VIDEO HOME NUEVA WEB (PARTE 2)	5.953,20	3.100,55
27/11/2017	GUION CREATIVO NUEVA WEB	8.772,50	5.599,97
12/04/2018	VIDEO 360º FALLAS	8.712,00	6.632,58
25/09/2018	AUDIOVISUAL PAELLA	15.069,95	13.721,22
31/01/2018	REPORTAJE FOTOGRAFICO NAVIDAD	19.602,00	13.605,04
25/01/2018	VIDEO HOME VISITVALENCIA.COM	2.202,20	1.523,25
24/01/2018	GUION CREATIVO NUEVA WEB CONTE	8.772,50	6.059,99
19/12/2018	SIT SISTEMA DE INFORMACION TUR	101.821,50	101.458,85

Inmovilizado Material

Fecha	Descripción	Coste	Valor Neto Contable
27/02/2001	MESA Y CONJUNTO	917,48	0,00
30/04/2001	TERMINAL SLIMLINE 140	954,18	0,00
28/05/2001	EXPOSITORES (+2 TIRAS	697,17	0,00
16/10/2002	MESA, ALA Y CAJONERA	880,13	0,00
11/11/2002	SILLA VENTO	175,22	0,00
20/12/2002	CAJA FUERTE LOCAL CORTES VCIAN	1.382,13	0,00
28/03/2003	MOBILIARIO SALA DE JUNTAS	2.090,32	442,63
31/03/2003	FAX L240	592,60	0,00
09/04/2003	STAND PARAGUAS	4.991,00	0,00
24/04/2003	ACCESORIOS DESPACHO DIRECCION	996,48	0,00
30/04/2003	PLACAS SEÑALIZACION INTERIOR	2.221,40	0,00
12/05/2003	PLANTAS ORNAMENTALES CORTES VC	2.232,11	0,00
31/05/2003	ACCESORIOS BAÑO VIP CROMADOS	626,61	143,61
10/06/2003	1 EQUIPO MESA, SILLA Y BUCK	1.025,42	231,42
27/11/2003	ARMARIOS ARCHIVADORES	1.596,69	391,59
01/04/2003	ALBAÑILERIA	32.832,66	27.665,66
01/04/2003	INSTALACION ELECTRICA E ILUMIN	52.905,76	19.049,76
01/04/2003	INSTALACION FONTANERIA Y SANEA	4.154,69	2.516,69
01/04/2003	INSTALACION DE CLIMATIZACION	100.809,98	61.110,98
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA	25.618,28	21.585,28
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA Y CERRAJE	25.877,41	21.797,41
01/04/2003	SOLADOS, ALICATADOS Y REVESTIM	73.026,39	61.526,39
01/04/2003	VIDRIERA Y PROTECCION SOLAR	21.643,63	18.240,63
01/04/2003	PROTECCION CONTRA INCENDIOS	6.767,42	5.696,42
01/04/2003	AISLAMIENTOS ACUSTICOS	4.780,12	4.024,12
01/04/2003	PINTURAS	8.793,48	0,00
01/04/2003	VARIOS	9.087,36	1.929,48
01/04/2003	ANAGRAMA FACHADA	11.302,31	0,00
01/04/2003	SEGURIDAD Y SALUD	3.395,05	423,80
01/04/2003	ALBAÑILERIA (AMPLIACION)	5.947,32	5.018,32
01/04/2003	CERRAJERO (AMPLIACION)	2.101,92	1.770,92
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	618,28	382,28
01/04/2003	PINTOR (AMPLIACION)	4.310,35	0,00
01/04/2003	MUEBLES BAÑO (AMPLIACION)	742,40	159,40
01/04/2003	ENCIMERA CRISTAL 2ª PLANTA- AM	371,20	72,20
01/04/2003	INSTALACION CAJA FUERTE (AMPLI	334,08	66,08
01/04/2003	INSTALACION CUADROS (AMPLIACIO	501,12	107,12
01/04/2003	ELECTRICIDAD (16-12-02) (AMPLI	10.042,99	3.709,99
01/04/2003	CERRAJERIA (AMPLIACION)	452,66	373,66
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	2.055,47	1.245,90
01/04/2003	MODIFICACION ROTULO (AMPLIACIO	7.789,85	0,00
01/04/2003	AMUEBLAMIENTO INTERIOR MOSTRAD	2.465,39	527,39
01/04/2003	PREINSTALACION DE ALARMAS	1.529,49	568,49
01/04/2003	LAMPARA DPCHO. DIRECCION Y ELE	2.016,08	425,08
01/04/2003	PARTIDA DIRECCION FACUTATIVA	8.551,59	7.196,59
01/04/2003	PROYECTOS ARQUITECTOS (SAN JUA	19.534,98	16.457,55
01/04/2003	PROYECTO ARQUITECTOS (FCO.DIAZ	19.534,98	16.457,55
02/01/2004	DESTRUCTORA DE PAPEL TAROS (2	1.074,16	268,66
01/04/2003	EDIFICIO CORTES VCINAS. LEASIN	978.824,49	824.626,19
14/01/2004	MESA, ALA, Y SILLA (2 U.)	1.999,47	503,47

ANEXO I

22/01/2004	CARRETILLA ALMACEN	489,87	156,20
08/01/2004	INST. ELECTRICA ENTRESUELO	4.701,37	2.109,29
23/01/2004	INSTALACION ENROLLABLES	5.591,34	2.250,03
11/02/2004	INST ELECTRICA DPCHO ENTRADA P	4.853,52	1.963,17
23/02/2004	HABILITACION DPCHO. CRISTAL	23.042,77	9.350,59
07/03/2003	MOBILIARIO DESPACHO-HALL-BIBLI	70.653,41	14.759,80
02/04/2003	LIBROS BIBLIOTECA	320,44	68,11
10/02/2004	ARMARIOS DESCANSILLO ESCALERAS	664,38	169,71
27/02/2004	MOBILIARIO AREA PROMOCION (2 U	1.801,16	464,29
10/02/2004	MESAS DESPACHO ADMINISTRACION	1.892,92	483,51
03/03/2004	MOBILIARIO BIBLIOTECA (2 U.)	1.683,82	435,23
03/03/2004	CARRITO TV Y FAX	864,99	223,57
02/03/2004	ARMARIOS-SILLAS DPCHO. ADMINIS	1.952,36	504,33
10/03/2004	AMPLIACION CAJAS ORDENADOR	943,65	384,52
06/04/2004	DVD + VHS	278,40	0,00
29/04/2004	VIDEOPROYECTOR MITSUBISHI SE1U	1.067,20	284,15
22/09/2004	CAMARAS FOTOS (2U) Y VIDEO	2.227,20	637,43
10/03/2004	SILLAS CAJONERA BIBLIOTECA	1.731,48	449,25
26/05/2004	FOTOCOPIADORA LASER IMPRESORA	8.752,29	2.362,71
24/03/2004	MOBILIARIO 1 ENTRESUELO 2	17.872,55	0,00
01/04/2004	MOBILIARIO 2 ENTRESUELO 2	409,25	0,00
01/04/2004	MOBILIARIO 3 ENTRESUELO 2	602,91	158,16
15/04/2004	MOBILIARIO 4 ENTRESUELO 2	3.627,23	906,83
15/04/2004	MOBILIARIO 5 ENTRESUELO 2	10.947,86	2.894,05
03/05/2004	MOBILIARIO 6 ENTRESUELO 2	330,95	88,26
06/05/2004	MOBILIARIO 7 ENTRESUELO 2	44,89	0,00
18/05/2004	MOBILIARIO 8 ENTRESUELO 2	839,06	225,63
26/01/2004	MOBILIARIO 9 ENTRESUELO 2 FAX	562,60	140,65
01/03/2004	MOBILIARIO 10 ENTLO 2 CENTRALI	10.493,53	2.623,33
06/10/2004	MOB. PTO. INFORMAC. PUERTO	2.297,82	0,00
31/05/2005	MESA MODEM II	172,55	0,00
31/05/2005	SILLA SIN BRAZOS	122,11	0,00
13/01/2005	DESTRUCTORA FELLOWES PS220	632,36	190,72
03/05/2005	ARMARIOS COMUNIC-PROMOC (3U)	1.041,03	329,73
01/07/2005	ESTRUC. METROLAINER	603,57	0,00
08/06/2005	MULTIFUNCION HP OIT AEROPUERTO	185,54	0,00
01/07/2005	HABILITAC. INFORMATICA-DATOS	2.024,27	0,00
23/05/2005	HABILITACION DESPACHO CRISTAL	7.602,26	0,00
10/11/2005	REFORMA DESPACHOS SUBDIRECCION	14.102,55	0,00
10/11/2005	ENTRESUELO 2 MOB. 1	10.368,89	0,00
10/11/2005	ENTRESUELO 2 MOB. 2	3.195,48	0,00
10/11/2005	ENTRESUELO 2 CORTINAS	3.925,22	0,00
27/10/2005	EQUIPOS ENTLO. 2	3.548,38	0,00
22/11/2005	TPV PZA REINA	2.150,48	0,00
29/11/2005	PC TARIFICADOR	620,39	0,00
05/01/2006	IMPRESORA TICKETS TERMICA Aero	500,43	0,00
16/02/2006	ARMARIO GRIS	562,55	0,00
27/04/2006	ZIP PORTACATALOGO	184,38	0,00
10/03/2006	AMPLIACION MEMORIAS	445,99	81,09
04/05/2006	PLACAS ACERO INOX VLC	2.242,05	0,00
05/01/2006	MOBILIARIO ADICIONAL ENTLO. 2	1.358,01	0,00
03/07/2006	MOBILIARIO OF. PLAYA	8.358,22	0,00
05/01/2006	REFORMA CLIMATIZACION CENTRAL	31.717,77	0,00
22/04/2006	PTA. SEGURIDAD ENTLO. 2.	5.575,59	0,00

ANEXO I

28/02/2007	SAI+SWITCH+8 LICENCIAS	941,61	0,00
28/02/2007	OFICINA PUERTO	19.250,53	0,00
03/01/2007	ARMARIOS GRISES OFICINA CENTRA	2.690,22	0,00
03/01/2007	VITRINAS OFICINA AEROPUERTO	832,09	0,00
05/03/2007	TRASLADO OF. AEROPUERTO	30.297,81	0,00
05/03/2007	PERCHEROS REINA	1.759,24	0,00
05/03/2007	MOBILIARIO AEROPUERTO	1.377,98	0,00
30/03/2007	SERVIDOR INTER TO LAN RENOVE	4.274,38	0,00
28/02/2007	TV SAMSUNG 32"	1.191,39	0,00
31/05/2007	EQUIP. INFORM. OFICINA PLAYA	650,63	0,00
21/06/2007	SILLON SUBDIRECCIÓN	680,62	0,00
25/09/2007	PERSIANA ENTRADA CENTRAL	11.291,34	0,00
01/10/2007	IMPRESORA TERMICA PUERTO	592,95	0,00
05/03/2007	MOBILIARIO PUERTO	1.592,85	0,00
21/02/2008	HABILITACION OF. AYTO.	27.986,97	2.269,16
15/02/2008	TV PLASMA AEROPUERTO	3.525,35	0,00
01/02/2008	CAMBIO VENTANALES	49.689,55	0,00
26/02/2008	MOBILIARIO ENTRESUELO	18.940,45	0,00
21/01/2008	HABILITACION ENTRESUELO	2.847,26	0,00
29/02/2008	LICENCIAS+EQUIPO VTA. PLAYA	626,37	0,00
15/04/2008	AMPLIAC. SECRET. DIRECCION	1.378,24	0,00
14/04/2008	RAMPA OIT AYTO.	1.090,06	0,00
14/04/2008	PUERTA ELECTRICA OIT AYTO.	14.787,41	0,00
21/05/2008	ESTANTERIAS ENTLO.	1.766,69	0,00
21/05/2008	MESAS ENTLO.	1.198,67	0,00
21/01/2008	MUEBLES BAJOS ENTRESUELO	2.473,73	0,00
27/06/2008	PLASMA 50"+ALTAVOCES+HDMI+PIE	4.704,95	0,00
17/09/2008	FAX L380S	755,51	0,00
25/09/2008	A.A. CUARTO INFORMATICO	5.719,03	0,00
25/09/2008	PERSIANA ALMACEN CORTES VCIANA	5.638,75	0,00
31/10/2008	SONY VAIO FZ39VN T8100	1.382,38	0,00
12/11/2008	CAMARAS FOTOGRAFICAS DIGITALES	923,45	0,00
01/01/2009	MOBILIARIO CORTES VALENCIANAS	4.459,46	0,00
01/03/2010	MONITOR TFT 19" (ENTRESUELO)	686,72	0,00
01/04/2010	SERVIDOR AUDITORIA	10.457,40	0,00
30/09/2010	PC FUJITSU + GESIIMIL	4.675,01	0,00
29/10/2010	PORTATIL HP 620 AYTO	985,30	0,00
29/10/2010	PORTATIL HP 620 DUAL CORE 4GB	1.020,70	0,00
29/10/2010	SAI APC SMARTUPS RT 6000VA	3.772,46	0,00
18/01/2011	HP IPAQ 214 PDA	1.780,62	0,00
18/01/2011	SERVIDOR PROLIANT DL360 G7	8.212,80	0,00
18/01/2011	HD HP 146 Gb 10k 6G 2.5 HOT	814,21	0,00
05/01/2011	HABILITACION OFICINA JOAQUIN S	120.583,09	24.248,76
31/01/2011	PORTATIL HP 620	908,60	0,00
09/12/2009	DESPACHO ADMON. Y 3 PLAZAS GAR	307.172,80	279.527,23
01/08/2008	EQUIPO INFORMATICO PZA. REINA	722,74	0,00
28/02/2011	IMAC 21.5"REINA+IMPRESORA TICK	3.229,01	0,00
04/04/2011	HABILITACION OFICINA AEROPUERT	29.941,25	6.751,10
01/04/2011	RACK 19" 42u HP	1.350,10	0,00
04/07/2011	MOBILIARIO CORTES ADMON 11	13.971,72	3.498,69
01/08/2011	PANTALLA TACTIL REINA FOIL 32"	1.438,80	0,00
01/07/2011	MOBILIARIO OIT AEROPUERTO	5.800,60	1.447,77
01/02/2011	ALARMA 2011 PROSEGUR	3.655,05	2.047,82
31/08/2011	IMPRESORA EPSON ACULASER OIT P	1.202,28	0,00

ANEXO I

01/05/2012	4PC FUJITSU TVCB56 TVCB42 TVCB	3.157,68	0,00
11/07/2012	CICLOMOTOR JET4 125	1.699,00	0,00
10/07/2012	HABILITACION OIT AEROPUERTO	47.005,84	16.554,81
27/07/2012	SONY VAIO COREI3 TVCB01	1.392,40	0,00
30/10/2012	3 PC FUJITSU SIEMENS 31-32-RAE	3.516,26	0,00
27/09/2012	SERVIDOR IBM XPRESS 2012	33.771,01	0,00
31/12/2012	PC FUJITSU ESPRIMO TVCB22-25	1.747,24	0,00
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2011	24.599,02	22.877,09
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2012	350.992,26	326.422,82
01/01/2012	REHABILITACION DESPACHO ADMON	2.544,53	0,00
01/01/2012	FOTOCOPIADORA CANON 2010 ACTIV	2.943,07	0,00
01/01/2012	FOTOC. CANON 2008 ACTIVACION	783,23	0,00
29/05/2012	TABLETS NEXUS 5U	1.387,11	0,00
30/09/2013	MONITOR 21'	180,29	0,00
22/10/2013	10 U. PC LENOVO	7.558,14	0,00
27/11/2013	PC REINA	1.135,46	0,00
28/11/2013	4 U. PORTATILES LENOVO	4.301,02	0,00
01/09/2014	PC 3.14/07/14	509,25	0,00
20/06/2014	PORTATIL 14.1/06/14	724,35	0,00
30/06/2014	PORTATIL 14.2/06/14	1.076,03	0,00
30/06/2014	LUMINARIAS CORTES VALENCIANAS	15.230,51	0,00
18/09/2014	I PAD 15.1/07/14 15.2 15.3	1.466,52	0,00
13/03/2015	PC CORE I5 RAM 4GB HDD 500 GB	2.954,82	143,67
30/04/2015	PC CORE I3RAM 4GB A. LAVALL	1.940,84	158,19
29/05/2015	PC CORE I5 HDD 500GB LOLES EDO	2.282,06	231,31
30/06/2015	IMPRESORA 08.06.15	467,92	57,69
19/12/2015	23 PC-1 PORTATIL-1IMAC-SERVIDO	53.184,26	12.822,49
31/03/2016	MOB CORTES SILLAS, MESAS Y TABU	5.243,53	3.799,42
16/06/2016	MAQUINA VENDIND INTELIGENTE	14.875,00	5.415,56
25/05/2016	AMPLIACION MOBILIARIO AYTO	5.905,45	4.367,76
30/06/2016	PORTATIL OIT AEROPUERTO	515,10	192,45
30/09/2016	PORTATIL INTEL CORE I5 A.ROS	671,40	293,05
30/09/2016	PORTATIL HP 250 G4 J. MATA	935,44	408,30
30/09/2016	iMAC 1,6 GHz AREA MK	1.276,55	557,18
27/10/2016	SILLAS 2016	2.552,45	1.995,92
30/11/2016	PC TORRE OPTIPLEX AYTO	593,16	283,61
31/10/2016	HP PRODESK CORE i7 16GB	987,44	451,90
30/11/2016	PORTATIL JC CAMBRILS HP PROBOOK	724,79	346,55
28/02/2017	PC SOBREMESA DAVID GOMEZ TECHD	910,92	491,65
28/02/2017	PORTATIL AYUNTAMIENTO DELL VOS	1.191,12	642,88
28/02/2017	EQUIPOS CENTRAL SRAS MARTINEZ	2.411,70	1.301,67
28/02/2017	MEJORAS MOBILIARIO AYTO	2.786,27	2.273,29
21/04/2017	EQUIPOS AREA PROMOCION (CALETRI	1.572,10	904,49
30/06/2017	PC TORRE RUTH SANCHEZ + MONITO	867,33	540,60
31/08/2017	EQUIPOS INFORMATICOS AGOSTO 20	5.476,22	3.645,81
30/10/2017	2 MESAS, 4 SILLAS SERVICIOS GE	2.247,28	1.983,76
29/12/2017	EQUIPO CORE I5 JM CAMARERO	987,60	493,80
28/12/2017	DIVISION DPCHO. DIR -SALA JUNT	18.973,44	14.178,10
30/04/2018	PC 134 + IMPRESORA	1.314,29	1.092,84
07/06/2018	PC ESTUDIOS HP400 M	1.217,79	1.044,30
22/06/2018	VIDEO WALL, GESTOR COLAS, TACT	44.393,69	38.525,21
17/10/2018	EQUIPO HPE 400 G4 MARIA GONZAL	799,81	758,18
06/11/2018	BUNDLE EQUIPO+MONITOR OIT AERO	1.059,72	1.019,07
06/11/2018	PORTATIL HP ELITE BOOK SR CAMB	1.585,71	1.524,89

ANEXO I

06/11/2018	PORTATIL HP ELITE BOOK SR MILL	1.585,71	1.524,89
20/11/2018	EQUIPO PC PARA TECNICO Y MONIT	1.239,89	1.204,22
28/11/2018	PANTALLA TACTIL JOAQUIN SOROLL	4.142,65	4.046,18
28/12/2018	MOBILIARIO CORTES 2018	1.750,36	1.575,32
18/06/2018	MOSTRADOR MESA SILLAS (AYTO)	18.232,17	17.248,13
31/07/2018	PLUSVALIA EDIFICIO CORTES VALEN	27.500,00	27.361,87

Existencias

Descripción	Importe
Agenda 4º trimestre 2018	190,19
Bloc de notas A-5	1.241,78
Bloc-taco de notas 2013	122,20
Bloc-taco de notas 2018	66,64
Bolígrafo Pier Cristal azul	768,00
Bolsa asa cuatricromía 2018	3.610,00
Bolsa Plástico VLC 2016	7.954,29
Bolsa Plastificada Mediana Edificios VLC 01/2013	17,90
Bolsa Plastificada Pequeña Edificios VLC 01/2013	428,78
Bolsas Non Woven medianas	3.246,32
Bolsas Shopping 2018	5.978,00
Bolsa Plegable Naranja 2018	1.870,45
Cajas de Cartón 2018	2.755,66
Caramelos de pectina (bolsas)	3.454,70
CD Vuelo sobre Valencia nov.09 obsoleto	380,92
Chapas imán	985,47
Chupachups	1.105,00
Díptico VTC	624,40
DVD Miradas 2008	10,92
Fallas ALE	826,20
Fallas CAST	1.810,35
Fallas FRA	777,60
Fallas ING	1.271,62
Fallas ITA	924,13
Fallas VALENCIANO	925,83
Flyer Actividades en el mar	10,50
Flyer bike tour ruta centro histórico	109,64
Flyer bike tour ruta de la Horchata	2,25
Flyer Natural Express	49,69
Flyer Ruta de la seda	33,60
Flyer Ruta Santo Grial	0,00
Flyer Taller fallero	799,75
Flyer Valencia visitas guiadas	5,46
Folleto Genérico ALEMAN 2018	172,04
Folleto Genérico CHINO 2018	355,56
Folleto Genérico FRANCES 2018	22,93
Folleto Genérico HOLANDES 2018	260,85
Folleto Genérico INGLES 2018	32,84
Folleto Genérico ITALIANO 2018	101,33
Folleto Genérico JAPONES 2018	465,37

ANEXO I

Folleto Genérico POLACO 2018	225,22
Folleto Genérico RUSO 2018	169,86
Folleto Monumentos y Museos ALE	514,51
Folleto Monumentos y Museos CAST	3.292,38
Folleto Monumentos y Museos FRAN	582,95
Folleto Monumentos y Museos ING	2.265,90
Folleto Monumentos y Museos ITAL	1.121,85
Folleto Monumentos y Museos VALENCIANO	306,12
Folleto Ruta de la Seda VALENCIANO	24,76
Folleto Valencia Accesible CAST	28,94
Folleto Valencia Accesible ING	13,61
Folleto Valencia Accesible ITAL	76,36
Folleto Valencia Accesible VALENCIANO	84,02
Folleto Valencia Gastronómica	387,29
Guía Lugares singulares	1.086,78
Guía turística ALEMAN 2018	428,40
Guía turística CASTELLANO 2018	567,63
Guía turística CHINO 2015	1.288,98
Guía turística FRANCES 2018	1.594,26
Guía Turística HEBREO 2016	274,23
Guía Turística HOLANDES 2018	488,75
Guía Turística INGLES 2018	384,03
Guía Turística ITALIANO 2018	2.354,67
Guía Turística JAPONES 2017	11,77
Guía Turística PORTUGUES	8,01
Guía Turística RUSO 2015	387,66
Guía Turística VALENCIANO	820,80
Guía y plano VTC	5.022,72
Lápices Azules	363,47
Lápices Naranjas	84,93
Libretas VLC blanca anillas 2015	41,16
Libretas VLC Infinitamente Mediterránea 2016	103,24
Mono dosis crema solar	1.713,12
Naranjas Anti estrés	132,24
Paraguas naranja marca VLC	344,20
Plano Plegado Bici	293,99
Plano Talonario	2.016,40
Poster campaña Gastronomía INGLES	29,58
Poster campaña Gastronomía CASTELLANO	16,53
Poster campaña Imprescindible CASTELLANO	16,24
Poster campaña Imprescindible INGLES	30,45
Poster campaña Mar CASTELLANO	14,79
Poster campaña Mar INGLES	23,20
Tarjetones VCB papel semilla	3.114,06
Vasos Caña	1.718,70
TOTAL FOLLETOS	77.447,72

Descripción	Importe
BOLSA EDIFICIOS GRANDE	4,20
BOLSA EDIFICIOS PEQUEÑA	8,82

ANEXO I

BOLSA PLASTICO	5,70
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN COBALTO	148,75
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN SOCARRAT	107,10
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN VERDE Y MORADO	119,00
C. ARTESANIA. FALLERITAS PEQUEÑAS	8,55
C. ARTESANIA. IMAN VIRGEN DE LOS DESAMPARADOS	52,05
C. ARTESANIA. IMANES COBALTO	22,32
C. ARTESANIA. IMANES SOCARRAT	184,14
C. ARTESANIA. IMANES VERDE Y MORADO	27,90
C. ARTESANIA. PIEZA VERDE Y MORADO	56,88
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN COBALTO	77,35
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN SOCARRAT	89,25
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN VERDE Y MORADO	77,35
C. ARTESANIA. VELA PERFUMADA	14,88
CABANYAL PERCEPTIVE GUIDE	34,68
GUIA JARDINES HISTÓRICOS Y PARQUES URBANOS	4,04
GUIA TURISTICA ALEMAN	135,00
GUIA TURISTICA CASTELLANO	228,75
GUIA TURISTICA FRANCES	161,25
GUIA TURISTICA HEBREO	3,75
GUIA TURISTICA HOLANDES	29,40
GUIA TURISTICA INGLES	195,00
GUIA TURISTICA ITALIANO	246,25
GUIA TURISTICA JAPONES	35,28
GUIA TURISTICA VALENCIANO	322,50
IMAN SOSTENIBLE VALENCIA	16,20
LIBRO GUIA DE MUSEOS Y MONUMENTOS DE VALENCIA ESP	90,90
LIBRO GUIDE TO MUNICIPAL MUSEUMS AND MONUMENTS	80,80
LIBRO LA ALBUFERA DE VALENCIA	141,65
LIBRO LA ALBUFERA. DE LAGO REAL A PARQUE NATURAL	40,38
LIBRO PAELLAS ALEMAN	14,70
LIBRO PAELLAS FRANCES	90,65
LIBRO PAELLAS INGLES	4,90
LIBRO PAELLAS ITALIANO	83,30
LIBRO PAELLAS JAPONES	191,10
LIBRO PAELLAS RUSO	137,20
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ESPAÑOL	199,98
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA FRANCES	187,86
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ITALIANO	90,90
LIBRO TAULELLETS CS - VAL - ING	85,68
LIBRO TODO VALENCIA ALEMÁN	351,48
LIBRO TODO VALENCIA ESPAÑOL	309,06
LIBRO TODO VALENCIA FRANCES	212,10
LIBRO TODO VALENCIA HOLANDES	224,22
LIBRO TODO VALENCIA INGLES	296,94
LIBRO TODO VALENCIA ITALIANO	478,74
LIBRO TODO VALENCIA RUSO	248,46
LIBRO TURISTICO VALENCIA ALEMAN	173,72
LIBRO TURISTICO VALENCIA CHINO	181,80
LIBRO TURISTICO VALENCIA ESPAÑOL	294,92

ANEXO I

LIBRO TURISTICO VALENCIA FRANCES	185,84
LIBRO TURISTICO VALENCIA INGLES	254,52
LIBRO TURISTICO VALENCIA ITALIANO	246,44
LIBRO TURISTICO VALENCIA RUSSO	222,20
LIBRO VALENCIA C.F. 1919 - 2004: DESDE SU FUNDACIÓN HASTA EL	5,38
LIBRO VALENCIA CIUDAD DEL GRIAL	67,20
LIBRO VALENCIA FIESTAS DE LA CIUDAD	242,28
LIBRO VALENCIA GUIA INFANTIL	8,01
LIBRO VALENCIA GUIARAMA	6,66
LIBRO VALENCIA. HISTORIA DE LA CIUDAD. PASEOS Y RECORRIDOS	222,20
LIBRO VALENCIA. HISTORY OF THE CITY. WALKS AND ROUTES	149,48
LIBRO VALENCIA. SECRETO A VOCES	358,80
LIBRO VALENCIA: AQUI HAY DRAGONES	115,36
LIBRO VALENCIA: HERE BE DRAGONS	129,78
LIBRO VALENCIA'S LAGOON LA ALBUFERA	198,31
LIBRO VISUAL VALENCIA	200,60
LIBRO VIVIR LIVING VALENCIA	40,32
LIBRO_CD RUTA DE LA SEDA - CAPELLA DELS MINISTERS	922,50
LLAVEROS MATRIUSKAS FALLERAS Y FALLEROS	36,26
POSTAL SOSTENIBLE VALENCIA	22,10
PULSERA VLC VALENCIA	107,18
ROBIN-RUTH BOLSO GONDOLA BS428	110,50
ROBIN-RUTH BOLSO MULTICOLOR BS401	126,00
ROBIN-RUTH GORRA VALENCIA FLORES (CS316B, C Y CS353A, B)	98,60
ROBIN-RUTH GORRA VALENCIA MESH CS482 A, B	130,20
ROBIN-RUTH LLAVERO	2,40
ROBIN-RUTH PARAGUAS VALENCIA CU022	175,20
SARAGÜELL PEQUEÑO	11,02
SEDART. MODELO ALBUFERA GRIS (85X40 CM)	122,95
SEDART. MODELO ALBUFERA SUNSET (85X40 CM)	147,54
SEDART. MODELO BLASCO IBAÑEZ (EXPOSICIÓN)	70,24
SEDART. MODELO NIT DEL FOC (EXPOSICIÓN)	35,12
SEDART. MODELO OLAS (175X45 CM)	273,96
VALENCIA TOURIST CARD 24 HORAS CRUCEROS	396,00
VALENCIA TOURIST CARD 24 H. (IMAGENES)	5.058,00
VALENCIA TOURIST CARD 48 H. (IMAGENES)	5.750,80
VALENCIA TOURIST CARD 72 H. (IMAGENES)	912,40
VALENCIA TOURIST CARD 7 DIAS SIN TRANSPORTE	3.603,76
TOTAL ARTÍCULOS DE VENTA	27.393,89