

Fundación Turismo Valencia de la Comunitat Valenciana

Cuentas Anuales de 2017

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 2017, 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 2017, 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 88% de los ingresos de la actividad propia en el ejercicio 2017. 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 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



José Enrique Contell García

ROAC nº 2.468

13 de abril de 2018



GRANT THORNTON, S.L.P.

2018 Núm. 30/18/00947

SELLO CORPORATIVO: 96,00 EUR

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 2017

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
BALANCES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017 Y DE 2016

(Expresados en euros)

ACTIVO	Notas en la memoria	2017	2016
ACTIVO NO CORRIENTE		2.781.275,29	2.822.854,14
Inmovilizado intangible	Nota 5	251.484,01	134.028,63
Patentes, licencias, marcas y similares		169.057,62	134.028,63
Aplicaciones informáticas		82.426,39	-
Inmovilizado material	Nota 6	2.485.751,18	2.668.530,11
Terrenos y construcciones		2.296.548,45	2.461.987,38
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		189.202,73	206.542,73
Inversiones financieras a largo plazo	Nota 8.1	44.040,10	20.295,40
Otros activos financieros		44.040,10	20.295,40
ACTIVO CORRIENTE		1.506.416,89	1.388.031,13
Existencias	Nota 12	93.628,22	97.637,04
Comerciales		93.628,22	97.637,04
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	Nota 8.1	197.279,60	174.249,58
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		41.609,53	29.305,96
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	Nota 8.1	32.281,83	25.189,98
Personal	Nota 8.1	9.327,70	4.115,98
Periodificaciones a corto plazo		6.493,16	19.318,54
Inversiones financieras a corto plazo	Nota 8.1	9.477,87	20.479,63
Otros activos financieros		9.477,87	20.479,63
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	Nota 8	1.157.928,51	1.047.040,38
Tesorería		1.157.928,51	1.047.040,38
TOTAL ACTIVO		4.287.692,18	4.210.885,27

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
BALANCES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017 Y DE 2016

(Expresados en euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas en la memoria	2017	2016
PATRIMONIO NETO		3.356.254,10	3.177.213,73
Fondos propios	Nota 11	3.356.254,10	3.177.213,73
Dotación Fundacional		851.853,02	851.853,02
Reservas		2.239.829,05	1.936.893,27
Excedente del ejercicio	Nota 3	264.572,03	388.467,44
PASIVO NO CORRIENTE		133.106,31	245.594,00
Deudas a largo plazo		104.325,19	197.017,06
Acreeedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1 y 9.1	104.325,19	197.017,06
Pasivo por impuesto diferido	Nota 13	28.781,12	48.576,94
PASIVO CORRIENTE		798.331,77	788.077,54
Deudas a corto plazo		123.308,21	145.295,45
Acreeedores por arrendamiento financiero	Nota 7.1 y 9.1	92.642,78	127.966,95
Otros pasivos financieros	Nota 9.1	30.665,43	17.328,50
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar		675.023,56	642.782,09
Acreeedores varios	Nota 9.1	424.783,13	349.874,78
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	Nota 9.1	2.487,97	4.130,08
Pasivos por impuesto corriente	Nota 13	16.007,59	70.092,30
Otras deudas con las Administraciones Públicas	Nota 13	231.744,87	218.684,93
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		4.287.692,18	4.210.885,27

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
CUENTAS DE RESULTADOS CORRESPONDIENTES A LOS EJERCICIOS
TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017 Y DE 2016
 (Expresadas en euros)

CUENTA DE RESULTADOS	Notas en la memoria	2017	2016
Operaciones continuadas			
Ingresos de la actividad propia	Nota 14.e	4.520.155,11	4.396.492,22
Cuotas asociados y afiliados		309.075,00	256.893,75
Aportaciones de usuarios		56.216,53	44.598,47
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		4.015.000,00	3.965.000,00
Subvenciones imputadas al excedente del ejercicio	Nota 17	139.863,58	130.000,00
Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil	Nota 14.e	4.249.593,70	4.057.788,22
Aprovisionamientos	Nota 14.a	(3.255.007,63)	(3.237.803,67)
Consumo de mercaderías		(3.255.007,63)	(3.237.803,67)
Otros ingresos de la actividad	Nota 14.e	78.264,50	60.960,34
Gastos de personal		(2.661.338,17)	(2.455.648,29)
Sueldos, salarios y asimilados		(2.069.091,55)	(1.895.508,03)
Cargas sociales	Nota 14.b	(592.246,62)	(560.140,26)
Otros gastos de la actividad		(2.487.209,21)	(2.196.529,26)
Servicios exteriores	Nota 14.c	(422.752,12)	(428.163,28)
Tributos		(16.717,72)	(14.500,51)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	Nota 8.1	8.700,00	(34.650,53)
Otros gastos de gestión corriente	Nota 14.d	(2.056.439,37)	(1.719.214,94)
Amortización del inmovilizado	Notas 5 y 6	(138.666,90)	(142.452,18)
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado		(9.052,55)	(14.519,49)
Deterioros y pérdidas	Nota 6	(9.052,55)	(14.519,49)
Otros resultados	Nota 14.f	11.937,71	209,63
Excedente de la actividad		308.676,56	468.497,52
Ingresos financieros		682,14	723,42
De valores negociables y otros instrumentos financieros	Nota 8.2	682,14	723,42
Gastos financieros		(3.545,86)	(10.661,20)
Por deudas con terceros	Nota 9.2	(3.545,86)	(10.661,20)
Excedente de las operaciones financieras		(2.863,72)	(9.937,78)
Excedente antes de impuestos		305.812,84	458.559,74
Impuestos sobre beneficios	Nota 13	(41.240,81)	(70.092,30)
Variación de patrimonio neto reconocida en el excedente del ejercicio		264.572,03	388.467,44
Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto		-	-
Resultado Total. Variación del Patrimonio neto en el ejercicio		264.572,03	388.467,44

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

MEMORIA DE LA GESTIÓN ECONÓMICA DEL EJERCICIO 2017

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 Valencia, el 24 de septiembre de 1990, como Fundación Cultural Privada. Su domicilio actual se encuentra en Valencia, Avenida de las Cortes Valencianas, nº 41.

En la Junta Ordinaria del Patronato de la Fundación 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 Valencia 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 Valencia como sede de congresos, ferias, convenciones, seminarios, viajes de incentivos y otro tipo de eventos y cualesquiera otras actividades turísticas.
- e) Ofrecer servicio de asesoramiento a todos los operadores del sector turístico.
- f) Promover y elaborar análisis y estudios, así como el material necesario que sirva de soporte a sus actuaciones.
- g) Establecer relaciones de cooperación y colaboración con Empresas e Instituciones Nacionales e Internacionales que puedan ser de interés para la promoción turística de la ciudad y que quieran contribuir al fin fundacional.

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 2008, de la Generalitat, de modificación de la Ley 8/1998, de 9 de diciembre de 1998, de Fundaciones de la Comunitat Valenciana; y al Decreto 68/2011, de 27 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Fundaciones de la Comunitat Valenciana.

NOTA 2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES

a) Imagen fiel

Las cuentas anuales del ejercicio 2017, compuestas por el balance, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica compuesta por las notas 1 a 23 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 2017, las correspondientes al ejercicio anterior. Las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2016, 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 16 de mayo de 2017.

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, 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 2017 se ha registrado una regularización en la amortización acumulada del inmovilizado intangible y del 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 2017 formulada por el Director-Gerente, así como la aprobada para el ejercicio 2016, son las que se muestran a continuación:

	2017	2016
Base de reparto		
Excedente del ejercicio	264.572,03	388.467,44
Distribución a:		
Reservas destinadas a Fines Fundacionales	264.572,03	388.467,44
	264.572,03	388.467,44

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 éste el precio de adquisición o el coste de producción, minorado por la correspondiente amortización acumulada, en el caso de que tengan vida útil definida, y por las pérdidas por deterioro que, en su caso, hayan experimentado.

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

Propiedad industrial

Incluye los costes de registro y formalización de la propiedad industrial, así como los costes de adquisición a terceros de los derechos correspondientes. Se amortizan linealmente durante su vida útil, a razón de un 10% 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 desarrollarlas 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 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 o de utilización 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 estos ingresos cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- a) El importe de los ingresos puede valorarse con fiabilidad.
- b) Es probable que la Fundación reciba los beneficios o rendimientos económicos derivados de la transacción.

- c) El grado de realización de la transacción, en la fecha de cierre del ejercicio, puede ser valorado con fiabilidad, y
- d) Los costes ya incurridos en la prestación, así como los que quedan por incurrir hasta completarla, pueden ser valorados con fiabilidad.

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

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

i) Provisiones y contingencias

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

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

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

j) Elementos patrimoniales de naturaleza medioambiental

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

k) Subvenciones, donaciones y legados

Las subvenciones de explotación se abonan a los resultados del ejercicio en el momento de su devengo.

l) Transacciones entre partes vinculadas

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

m) 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 de 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

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

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

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

Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos contabilizados que al 31 de diciembre de 2017 y 2016 estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2017	31/12/2016
Propiedad industrial	178.108,37	494.289,00
Aplicaciones informáticas	693.724,66	709.265,06
Total	871.833,03	1.203.554,06

NOTA 6. INMOVILIZADO MATERIAL

El detalle y movimiento de 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	(314.104,56)	(32.657,16)	(31.908,25)	-	(378.669,97)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(611.120,31)	(91.361,21)	(60.692,51)	278,40	(762.895,63)
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**

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

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

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

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

Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos contabilizados que al 31 de diciembre de 2017 y 2016 estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2017	31/12/2016
Construcciones	146.072,86	6.279,08
Instalaciones técnicas	106.429,68	120.057,99
Mobiliario	28.667,71	168.744,10
Equipos proceso de información	108.019,99	94.927,73
Otro inmovilizado material	-	320,44
Total	389.190,24	390.329,34

Arrendamientos financieros

Del importe contabilizado en el inmovilizado material, 2.142.999,02 euros se mantienen bajo contratos de arrendamiento financiero en los ejercicios 2017 y 2016. No ha habido altas durante el ejercicio. Este inmovilizado garantiza la deuda bancaria asumida por el mencionado arrendamiento.

Otra información

La baja de elementos de inmovilizado material ha generado unas pérdidas en la cuenta de resultados de 9.052,55 euros (14.519,49 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 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	100.734,92	108.822,84

La Fundación tenía los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2016:

Elemento	Reconocimiento inicial. Valor actual pagos mínimos acordados (incluida opción compra)	Reconocimiento inicial. Valor de la opción de compra	Cuotas satisfechas en el periodo	Pagos mínimos. Próximo ejercicio	Pagos mínimos. Entre 1 y 5 años
Construcciones	2.142.999,02	12.353,40	126.066,18	135.337,32	205.194,08

El importe total de los pagos futuros por los arrendamientos financieros al cierre de los ejercicios 2017 y 2016 es el siguiente:

	31/12/2017	31/12/2016
Pagos futuros mínimos al cierre del ejercicio	209.557,76	340.531,40
(-) Gastos financieros no devengados	-24.943,19	-27.900,79
Valor de la opción de compra	12.353,40	12.353,40
Total	196.967,97	324.984,01

7.2) Arrendamientos operativos (la Fundación como arrendatario)

El cargo a los resultados del ejercicio 2017 en concepto de arrendamiento operativo ha ascendido a 55.808,70 euros (58.801,34 en el ejercicio anterior).

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

	31/12/2017	31/12/2016
Hasta 1 año	49.597,96	30.562,25
Entre uno y cinco años	85.150,00	-
Total	134.747,96	30.562,25

NOTA 8. ACTIVOS FINANCIEROS

El detalle de activos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	Créditos, derivados y otros 31/12/2017	Créditos, derivados y otros 31/12/2016
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	44.040,10	20.295,40

El detalle de activos financieros a corto plazo a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	Créditos, derivados y otros 31/12/2017	Créditos, derivados y otros 31/12/2016
Activos a valor razonable con cambios en cuenta de resultados	1.157.928,51	1.047.040,38
Efectivo y otros activos líquidos	1.157.928,51	1.047.040,38
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	248.367,00	224.035,17
Total	1.406.295,51	1.271.075,55

8.1 Préstamos y partidas a cobrar

La composición de este epígrafe a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es la siguiente:

	31/12/2017		31/12/2016	
	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	-	32.281,83	-	25.189,98
Usuarios y otros deudores de la actividad, partes vinculadas (Nota 21)	-	197.279,60	-	174.249,58
Personal	-	9.327,70	-	4.115,98
Imposiciones a plazo	-	-	2.742,08	-
Fianzas y depósitos	44.040,10	9.477,87	17.553,32	20.479,63
Total	44.040,10	248.367,00	20.295,40	224.035,17

Al cierre del ejercicio 2016, dentro de la partida de Imposiciones a plazo clasificadas en el largo plazo, la cuantía de 2.742,08 euros se encontraba pignorada en garantía de un aval de 19.000,00 euros. Al cierre del ejercicio 2017 la citada imposición y el aval bancario han sido cancelados.

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2017 no incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia, al haberse revertido durante el ejercicio, 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**

Cientes	(28.804,19)	-	28.804,19	-	-
---------	-------------	---	-----------	---	---

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

Deterioros	Saldo a 31/12/2015	Corrección valorativa por deterioro	Reversión del deterioro	Otras variaciones	Saldo a 31/12/2016
------------	-----------------------	--	-------------------------------	----------------------	-----------------------

**Créditos por operaciones
comerciales**

Cientes	(5.036,00)	(28.804,19)	5.036,00	-	(28.804,19)
---------	------------	-------------	----------	---	-------------

El importe de las deudas por insolvencias firmes reconocidas en la cuenta de resultados durante el ejercicio 2016 ascendió a 5.846,34 euros.

8.2. Otra información

No se han reclasificado instrumentos financieros durante el ejercicio.

NOTA 9. PASIVOS FINANCIEROS

Los pasivos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2017 y 2016 son los siguientes:

	Derivados y otros 31/12/2017	Derivados y otros 31/12/2016
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	104.325,19	197.017,06

Los pasivos financieros a corto plazo al 31 de diciembre de 2017 y 2016 son los siguientes:

	Derivados y otros 31/12/2017	Derivados y otros 31/12/2016
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	550.579,31	499.300,31

9.1) Débitos y partidas a pagar

Su detalle a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	31/12/2017		31/12/2016	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
Por operaciones comerciales				
Acreeedores	-	424.783,13	-	349.874,78
Total operaciones comerciales	-	424.783,13	-	349.874,78
Por préstamos y otras deudas				
Deudas por arrendamiento financiero (Nota 9.2)	104.325,19	92.642,78	197.017,06	127.966,95
Total préstamos y otras deudas	104.325,19	92.642,78	197.017,06	127.966,95
Por operaciones no comerciales				
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	-	2.487,97	-	4.130,08
Fianzas y depósitos	-	30.665,43	-	17.328,50
Total operaciones no comerciales		33.153,40		21.458,58
Total Débitos y partidas a pagar	104.325,19	550.579,31	197.017,06	499.300,31

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 2017 y 2016 proceden de los contratos de arrendamiento financiero.

El tipo medio de las deudas a largo plazo en los ejercicios 2017 y 2016 ha sido 1,02% y 2,61%, respectivamente.

b) Clasificación por vencimientos

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2017, por anualidades, es 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

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2016, por anualidades, era el siguiente:

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

c) Incumplimiento de obligaciones contractuales

No se ha producido incidencia alguna en el cumplimiento de las obligaciones por parte de la Fundación.

d) Información sobre los aplazamientos de pago efectuados 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:

	2017	2016
	Días	Días
Periodo medio de pago a proveedores	29,71	35,41
Ratio de las operaciones pagadas	31,18	37
Ratio de operaciones pendientes de pago	9,91	5,79
	Euros	Euros
Total pagos realizados	5.837.282,15	5.691.191,36
Total pagos pendientes	431.694,45	305.869,76

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

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 tipo de interés consiste en alcanzar un equilibrio en la estructura de la deuda, que permita minimizar el coste de la deuda en un 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 2017 y 2016 ha sido el siguiente:

Concepto	Dotación Fundacional	Reservas Estatutarias	Excedente del Ejercicio	Total
Saldo inicio del ejercicio 2016	704.411,50	1.592.863,07	491.471,72	2.788.746,29
Aplicación del excedente	-	-	(491.471,72)	(491.471,72)
Aumento Dotación Fundacional	147.441,52	344.030,20	-	491.471,72
Excedente del ejercicio	-	-	388.467,44	388.467,44
Saldo final del ejercicio 2016	851.853,02	1.936.893,27	388.467,44	3.177.213,73
Saldo inicial del ejercicio 2017	851.853,02	1.936.893,27	388.467,44	3.177.213,73
Aplicación del excedente	-	-	(388.467,44)	(388.467,44)
Aumento Dotación Fundacional		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 ejercicio 2017	851.853,02	2.239.829,05	264.572,03	3.356.254,10

NOTA 12. EXISTENCIAS

La totalidad de las existencias que mantiene la Fundación a 31 de diciembre de 2017, por importe de 93.628,22 euros (97.637,04 euros en el ejercicio anterior), corresponden a folletos y merchandising.

Los criterios seguidos para determinar la necesidad y cuantificar, de efectuar correcciones valorativas por deterioro de las existencias, así como para la reversión de las mismas, se detallan en la Nota 4.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 2017 y 2016 es el siguiente:

	31/12/2017		31/12/2016	
	A Cobrar	A Pagar	A Cobrar	A Pagar
No Corriente				
Impuesto sobre el Valor Añadido diferido por inversiones	-	28.781,12	-	48.576,94
Corriente				
Impuesto sobre el Valor Añadido	-	47.649,89	-	35.051,64
Impuesto sobre el Valor Añadido diferido por inversiones	-	19.811,76	-	27.456,83
Retenciones por IRPF	-	93.259,09	-	89.084,92
Organismos de la Seguridad Social	-	71.024,13	-	67.091,54
Impuesto sobre Beneficios	-	16.007,59	-	70.092,30
Total corriente	-	247.752,46	-	288.777,23
Total	-	276.533,58	-	337.354,17

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

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

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

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

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

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

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

Resultado contable del ejercicio 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
Resultado contable del ejercicio 2016				388.467,44
	Aumentos	Disminuciones		
Impuesto sobre Sociedades	70.092,30	-		70.092,30
Resultados exentos	-	154.322,29		(154.322,29)
Bases imponibles negativas ejercicios anteriores	-	23.868,26		(23.868,26)
BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)				280.369,29

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2017 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	4.520.155,11	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

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

Concepto	Ingresos	Gastos	Rentas
De la actividad fundacional Art. 6.1º Ley 49/2002	4.397.251,63	4.242.929,34	154.322,29
De origen empresarial Art. 7 Ley 49/2002	4.118.922,20	3.814.684,75	304.237,45
Total	8.516.173,83	8.057.614,09	458.559,74

A los efectos del cálculo de los impuestos de ejercicios posteriores a 2017 no existen bases imponibles negativas a compensar.

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

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 2017 la Fundación tiene abiertos a inspección los ejercicios 2013 y siguientes del Impuesto sobre Sociedades y los ejercicios 2014 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

	2017	2016
Artículos Souvenirs	22.321,71	28.503,74
Bus Turístico	301.747,09	351.313,72
Entradas recintos turísticos	1.559.238,99	1.447.734,27
Compras Valencia Tourist Card	723.304,76	652.299,50
Menú Portal Ofertas	519.436,60	573.933,53
Guías turísticas	30.435,84	26.285,44
Visitas guiadas	94.513,82	130.901,56
Compras artículos y servicios destinados a la actividad	3.250.998,81	3.210.971,76
Variación de existencias de bienes destinados a la actividad	4.008,82	26.831,91
Total	3.255.007,63	3.237.803,67

b) Cargas sociales

	2017	2016
Seguridad Social a cargo de la empresa	544.998,52	519.551,74
Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones	30.834,00	28.461,00
Otros gastos sociales	16.414,10	12.127,52
Total	592.246,62	560.140,26

c) Servicios Exteriores

	2017	2016
Arrendamientos y cánones	55.808,70	58.801,34
Reparaciones y conservación	91.435,00	90.126,41
Servicios profesionales independientes	69.924,90	57.574,25
Primas de seguros	18.211,62	17.366,27
Servicios bancarios y similares	21.015,97	22.716,46
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	-	345,95
Suministros	25.705,97	26.490,05
Otros servicios de explotación	140.649,96	154.742,55
Total	422.752,12	428.163,28

d) Otros gastos de la actividad

	2017	2016
Servicios de atención al visitante	94.048,04	41.710,40
Acciones de Marketing y Comunicación	363.388,04	344.608,46
Acciones Promocionales	1.599.003,29	1.332.896,08
Material promocional y presentaciones en destino	86.612,53	135.244,71
Asistencia a ferias y otras acciones directas	237.156,22	161.675,68
Viajes familiarización	44.760,86	56.019,13
Productos	613.066,26	506.283,88
Apoyo a eventos y congresos	17.064,85	12.091,25
Pertenencia a organismos	29.880,45	41.826,44
Otras acciones promocionales, marketing online	570.462,12	419.754,99
Total	2.056.439,37	1.719.214,94

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	2017		2016	
	Importe	%	Importe	%
Ingresos por cuotas asociados y otros	365.291,53	4%	301.492,22	4%
Ingresos patrocinios	4.015.000,00	45%	3.965.000,00	46%
Subvenciones a la explotación	139.863,58	2%	130.000,00	2%
Ingresos por la actividad propia	4.520.155,11	51%	4.396.492,22	52%
Subvenciones a la explotación	6.543,00	0%	(10.131,85)	0%
Ingresos por Comisiones	18.830,50	0%	15.107,19	0%
Otros Ingresos	52.891,00	1%	55.985,00	1%
Otros ingresos de explotación	78.264,50	1%	60.960,34	1%
Ventas de la actividad mercantil	4.249.593,70	48%	4.057.788,22	47%
Total	8.848.013,31		8.515.240,78	

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:

	2.017	2.016
Ingresos		
Ingresos excepcionales	12.545,09	1.995,99
Gastos		
Gastos excepcionales	(607,38)	(1.786,36)
Total	11.937,71	209,63

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 2017 ha incorporado los recursos necesarios para abordar las actuaciones coherentes con las líneas establecidas en el Plan Estratégico Turístico de Valencia.

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 Valencia para su distribución.

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

2. Recursos humanos a empleados en la actividad

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	20	32.711
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	-	4.008,82
Aprovisionamientos	3.235.000,00	3.250.998,81
Gastos de personal	805.200,00	596.183,37
Otros gastos de explotación	124.650,00	100.605,07
Amortización del inmovilizado	-	31.061,39
Gastos financieros	8.010,00	794,27
Impuestos sobre beneficios	-	41.240,81
Subtotal gastos	4.172.860,00	4.024.892,54
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	64.080,00	37.621,78
Cancelación de deuda no comercial	39.000,00	28.675,55
Subtotal inversiones	103.080,00	66.297,33
Total Recursos empleados	4.275.940,00	4.091.189,87

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 responda 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 MICE, Cultura, y Gastronomía.
- Mejoramos la promoción del producto Valencia Film Office, Valencia Excellence y Turismo Deportivo.
- Se ha invertido en los productos Shopping, Naturaleza, Turismo idiomático y de aprendizaje, así como el Turismo médico.
- Creación de una nueva oficina de atención al visitante. Este nuevo punto móvil ha estado presente en sitios de interés turístico, como La Albufera de Valencia, zona de eventos y espacios de congresos, durante los meses de junio a 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.), y en medios de comunicación y en redes sociales.

2. Recursos humanos a emplear en la actividad

Tipo	Número de personal	Nº horas / año
Personal asalariado	31	51.164
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 2	
	Acciones de crear valor	
	Previsto	Realizado
Gastos de personal	966.240,00	1.047.736,02
Otros gastos de explotación	855.780,00	883.936,69
Amortización del Inmovilizado	-	54.593,16
Gastos financieros	9.612,00	1.396,01
Subtotal gastos	1.831.632,00	1.987.661,87
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	76.896,00	66.123,63
Cancelación de deuda no comercial	46.800,00	50.399,84
Subtotal inversiones	123.696,00	116.523,48
Total Recursos empleados	1.955.328,00	2.104.185,35

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 turísticos 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 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 a emplear en la actividad

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	15	25.163
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 3 Acc. actualizar marca y mercados	
	Previsto	Realizado
Gastos de personal	590.480,00	645.602,05
Otros gastos de explotación	1.311.410,00	1.365.376,56
Amortización del Inmovilizado	-	33.640,59
Gastos financieros	5.874,00	860,23
Subtotal gastos	1.907.764,00	2.045.479,43
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	46.992,00	40.745,73
Cancelación de deuda no comercial	28.600,00	31.056,65
Subtotal inversiones	75.592,00	71.802,38
Total Recursos empleados	1.983.356,00	2.117.281,80

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, 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 Valencia.

2. Recursos humanos a emplear en la actividad

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	9	15.098
Personal voluntario	-	-

3. Beneficiarios de la actividad

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

4. Recursos económicos empleados en la actividad

Gastos / Inversiones	Actividad 4 Acc. destino inteligente y gobernanza	
	Previsto	Realizado
Gastos de personal	322.080,00	371.816,72
Otros gastos de explotación	172.860,00	175.755,01
Amortización del inmovilizado	-	19.371,77
Gastos financieros	3.204,00	495,36
Subtotal gastos	498.144,00	567.438,85
Adquisiciones de inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	25.632,00	23.463,22
Cancelación de deuda no comercial	15.600,00	17.883,82
Subtotal inversiones	41.232,00	41.347,04
Total Recursos empleados	539.376,00	608.785,89

5. Objetivo

- Mejorar la accesibilidad de Valencia.
- 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 2017.

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1 LÍNEA DE NEGOCIO		Actividad 2 ACCIONES DE CREAR VALOR		Actividad 3 ACC. ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS		Actividad 4 ACC. DESTINO INTELIGENTE Y GOBERNANZA		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		4.008,82								4.008,82
Aprovisionamientos	3.235.000,00	3.250.998,81							3.235.000,00	3.250.998,81
Gastos de personal	805.200,00	596.183,37	966.240,00	1.047.736,02	590.480,00	645.602,05	322.080,00	371.816,72	2.684.000,00	2.661.338,16
Otros gastos de explotación	124.650,00	100.605,07	855.780,00	883.936,69	1.311.410,00	1.365.376,56	172.860,00	175.755,01	2.464.700,00	2.525.673,33
Amortización del Inmovilizado		31.081,39		54.593,16		33.640,59		19.371,77		138.666,90
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Gastos financieros	8.010,00	794,27	9.612,00	1.396,01	5.874,00	860,23	3.204,00	495,36	26.700,00	3.545,66
Variaciones de valor razonable en instrumentos financieros										
Diferencias de cambio										
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos y financieros										
Impuestos sobre beneficios		41.240,81								41.240,81
Subtotal gastos	4.172.860,00	4.024.892,54	1.831.632,00	1.987.661,87	1.907.764,00	2.045.479,43	498.144,00	567.438,85	8.410.400,00	8.625.472,69
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	64.080,00	37.621,78	76.896,00	66.123,63	46.992,00	40.745,73	25.632,00	23.463,22	213.600,00	167.954,36
Adquisiciones Bienes Patrimonio Histórico										
Cancelación de deuda no comercial	39.000,00	28.675,55	46.800,00	50.399,84	28.600,00	31.056,65	15.600,00	17.883,82	130.000,00	128.015,86
Subtotal inversiones	103.080,00	66.297,33	123.696,00	116.523,48	75.592,00	71.802,38	41.232,00	41.347,04	343.600,00	295.970,22
TOTAL RECURSOS EMPLEADOS	4.275.940,00	4.091.189,87	1.955.328,00	2.104.185,35	1.983.356,00	2.117.281,80	539.376,00	608.785,89	8.754.000,00	8.921.442,91

III. RECURSOS ECONÓMICOS TOTALES OBTENIDOS 2017**A. Ingresos obtenidos por la entidad**

INGRESOS	Previsto	Realizado
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	4.263.000,00	4.321.315,20
Subvenciones del Sector Público	4.165.000,00	4.154.863,58
Aportaciones privadas	318.000,00	365.291,53
Otros tipos de ingresos	8.000,00	48.574,42
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	8.754.000,00	8.890.044,73

B. Otros recursos económicos obtenidos

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

IV. CONVENIOS 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 LLADRÓ COMERCIAL S.A. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	3.000,00	-	No
Convenio 3 Con la entidad AVANQUA OCEANOGRÁFIC AGORA, S.L. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
Convenio 4. Con la entidad COOPERATIVA VALENCIANA LIMITADA TELE TAXI suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
Convenio 5. Con la entidad EL CORTE INGLES, S.A. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
Convenio 6. 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 7. Con la entidad MENTA ADVERTISING, S.L. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00	-	No
Convenio 8. Con la entidad VIAJES TRANSVIA TOURS, S.L. suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00	-	No
Convenio 9. Con la entidad FUNDACION TRINIDAD ALFONSO MOCHOLÍ suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	9.000,00	-	No
TOTAL INGRESOS OBTENIDOS	66.000,00	-	

V. DESVIACIONES EN EL PLAN DE ACTUACIÓN

Las desviaciones se pueden explicar por las siguientes razones:

- a) Alcanzar el objetivo de la actividad mercantil propuesto para el ejercicio 2017, incrementado un 1,4 % más que el objetivo previsto. La buena evolución de la red de oficinas turísticas y de la tienda on line ha supuesto un incremento de un 5% respecto al año anterior. La ejecución del Punto Móvil que se ha ejecutado este año también ha permitido incrementar los ingresos de la actividad mercantil.
- 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 necesario financiación externa ya que la aportación municipal se ha adaptado a las necesidades de tesorería de la Fundación, ello 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					
						2013	2014	2015	2016	2017	%
2013	449.153,59	3.363.633,53	3.812.787,12	2.668.950,98	70%	3.467.481,05	-	-	-	-	90,94%
2014	32.479,85	3.700.958,42	3.733.438,27	2.613.406,79	70%	-	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%

2. Recursos aplicados en el ejercicio

1. Gastos en cumplimiento de fines		4.279.621,39	
	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	-	-	130.671,01
TOTAL (1 + 2)	-	4.410.292,40	

El criterio utilizado por la Fundación como base de reparto ha sido considerar los gastos que por su naturaleza son directamente imputables a la actividad promocional y además de estos gastos se adicionan los gastos comunes que se reparten entre actividad propia y actividad mercantil, tal como se indica en la nota 22.

15.3 Gastos de administración

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

NOTA 16. INFORMACIÓN SOBRE MEDIO AMBIENTE

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

NOTA 17. SUBVENCIONES

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

Organismo	Objeto	2017	2016
FUNDACIÓN ESTATAL PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO	Bonificación a la formación continua	6.543,00	836,00
AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO	Convenio colaboración para el ejercicio de actividades conjuntas	-	-10.967,85
AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO	Convenio colaboración para el ejercicio de actividades conjuntas	139.863,58	130.000,00
		146.406,58	119.868,15

NOTA 18. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

El Patronato de 16 de mayo de 2016 aprobó el Plan Estratégico de la Fundación 2017-2020, que recoge un diagnóstico de la actividad turística de la ciudad, así como nuevos objetivos y programas a implantar, planteándose la necesidad de un cambio organizativo, con un nuevo organigrama y reorganización de funciones. La citada reorganización ha supuesto, entre otros cambios, prescindir en el ejercicio 2018 de la subdirección adjunta y del jefe del área de comercialización. Las personas que ocupaban dichos puestos han presentado demanda contra la Fundación ante su despido objetivo por causas organizativas. No existen otras circunstancias posteriores al cierre, que afecten a las cuentas anuales, ni a la aplicación del principio de empresa en funcionamiento.

NOTA 19. OTRA INFORMACIÓN**Cambios en el órgano de gobierno, dirección y representación**

De conformidad con lo previsto en los artículos 20.f) y 22 de los estatutos de la Fundación, en las reuniones celebradas por la Comisión Ejecutiva y el Patronato de la Fundación el 16 de mayo 2017 renovaron sus cargos como miembros de la Comisión Ejecutiva D.^a Eva Blasco García, por la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, y D. Luis Martí Bordera, por la Feria de Valencia. Asimismo, se designó a D. Salvador Navarro Pradas como miembro de la Comisión Ejecutiva en representación de la Confederación Empresarial Valenciana.

A partir de los nuevos nombramientos y según lo establecido en los artículos 22 y 23 de los estatutos, la composición de la Comisión Ejecutiva al final del ejercicio 2017 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 al final del ejercicio 2017 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 Ángel 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

Los miembros de los Órganos de Gobierno durante los ejercicios 2017 y 2016 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:

	2017			2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director-Gerente	1	-	1	1	-	1
Subdirector	1	-	1	1	-	1
Subdirector Adjunto	-	1	1	-	1	1
Adjunto Dirección	1	-	1	1	-	1
Jefe de Área	5	3	8	5	3	8
Jefe de Unidad	1	3	4	1	3	4
Técnico	1	10	11	1	9	10
Técnico Medio	1	6	7	1	5	6
Secretaría Ejecutiva Dirección	1	-	1	-	1	1
Coordinador	1	4	5	1	4	5
Oficial Administrativo	-	4	4	-	4	4
Administrativo-Recepción	-	2	2	-	1	1
Informador Turístico	9	9	18	5	8	13
Auxiliar Administrativo	-	1	1	-	-	-
Mozo Almacén	1	-	1	1	-	1
Total	23	42	65	18	40	58

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

	2017			2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director-Gerente	1	-	1	1	-	1
Subdirector	1	-	1	1	-	1
Subdirector Adjuntoa	-	1	1	-	1	1
Adjunto Dirección	1	-	1	1	-	1
Jefe de Área	5	3	8	5	3	8
Jefe de Unidad	1	3	4	1	3	4
Técnico	1	11	12	1	10	11
Técnico Medio	1	6	7	1	6	7
Secretaria Ejecutiva Dirección	-	1	1	-	1	1
Coordinador	1	4	5	1	4	5
Oficial Administrativo	-	4	4	-	4	4
Administrativo-Recepción	-	2	2	-	2	2
Informador Turístico	6	9	15	6	9	15
Auxiliar Administrativo	-	1	1	-	-	-
Mozo Almacén	1	-	1	1	-	1
Prácticas	-	1	1	-	1	1
Total	19	46	65	19	44	63

La distribución por sexos de los miembros del Patronato al término de los ejercicios 2017 y 2016, que no difiere del número medio en cada uno de los ejercicios, es la siguiente:

	2017			2016		
	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 2017 ha ascendido a 13.800,00 euros (13.000,00 euros en el ejercicio anterior). En los honorarios del ejercicio 2017 están incluidas las auditorías de cumplimiento y operativa de la Fundación.

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

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

NOTA 20. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

	Notas	2017	2016
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		431.467,14	351.090,54
Excedente del ejercicio antes de impuestos		305.812,84	458.559,74
Ajustes al resultado		150.583,17	187.040,49
Amortización del inmovilizado	5 y 6	138.666,90	142.452,18
Variación de provisiones	8.1	-	34.650,53
Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado	5 y 6	9.052,55	-
Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros	8.1	890,71	-
Ingresos financieros		(682,14)	(723,42)
Gastos financieros		2.655,15	10.661,20
Cambios en el capital corriente		(22.955,86)	(284.571,91)
Existencias		4.008,82	26.831,91
Deudores y otras cuentas a cobrar		(35.333,59)	(93.540,32)
Otros activos corrientes		23.827,14	5.183,07
Acreedores y otras cuentas a pagar		(1.354,27)	(255.549,83)
Otros pasivos corrientes		13.336,93	32.503,26
Otros activos y pasivos no corrientes		(27.440,89)	-
Otros Flujos de efectivo de las actividades de explotación		(1.973,01)	(9.937,78)
Pagos de intereses		(2.655,15)	(10.661,20)
Cobros de intereses		682,14	723,42
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(192.562,97)	(27.673,27)
Pagos por inversiones		(194.414,34)	(28.079,71)
Inmovilizado intangible	5	(130.383,60)	-
Inmovilizado material	6	(37.543,96)	(23.228,08)
Otros activos financieros	8.1	(26.486,78)	(4.851,63)
Cobros por desinversiones		1.851,37	406,44
Otros activos financieros	8.1	1.851,37	406,44
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(128.016,04)	(168.119,17)
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero		(128.016,04)	(168.119,17)
Devolución y amortización de deudas con entidades de crédito	7.1	(128.016,04)	(168.119,17)
AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES		110.888,13	155.298,10
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		1.047.040,38	891.742,28
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio		1.157.928,51	1.047.040,38

NOTA 21. PARTES VINCULADAS**21.1) Transacciones entre partes vinculadas**

Operaciones con partes vinculadas	2017	2016
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones		
Ayuntamiento de Valencia	4.000.000,00	3.950.000,00
Cámara de Comercio de Valencia	15.000,00	15.000,00
Total	4.015.000,00	3.965.000,00

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

21.2) Saldos entre partes vinculadas

El detalle de los saldos mantenidos al 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

Corto plazo	2017		2016	
	A cobrar	A pagar	A cobrar	A pagar
Por operaciones actividad propia				
Cámara de Comercio de Valencia	-	-	15.000,00	-
Total	-	-	15.000,00	-

21.3) Saldos y transacciones con el Director-Gerente y Alta Dirección

Los importes recibidos por el Director-Gerente y el Subdirector General durante los ejercicios 2017 y 2016 se detallan a continuación:

	2017	2016
Director General	78.999,96	84.921,12
Subdirector General	65.037,61	61.422,51

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 22. ELEMENTOS PATRIMONIALES AFECTOS A LA ACTIVIDAD MERCANTIL

El detalle de los elementos patrimoniales afectos a la actividad mercantil mantenidos al 31 de diciembre de 2017 se indica a continuación:

Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Inmovilizado intangible	251.484,01	181.068,49	70.415,52
Inmovilizado material	2.485.751,18	1.789.740,85	696.010,33
Existencias	93.628,22	67.412,32	26.215,90

Concepto	Importe	Actividad Propia	Actividad Mercantil
Ingresos de la actividad	8.769.748,81	4.520.155,11	4.249.593,70
Ingresos por la actividad propia	4.520.155,11	4.520.155,11	-
Ingresos actividad mercantil	4.249.593,70	-	4.249.593,70
Aprovisionamientos	(3.255.007,63)	-	(3.255.007,63)
Otros ingresos de explotación	78.264,50	-	78.264,50
Gastos de personal	(2.661.338,17)	(1.913.464,59)	(747.873,58)
Otros gastos de explotación	(2.487.209,21)	(2.366.156,80)	(121.052,41)
Servicios Exteriores	(422.752,12)	(303.952,81)	(118.799,31)
Tributos	(16.717,72)	(12.019,80)	(4.697,92)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	8.700,00	6.255,18	2.444,82
Otros gastos de gestión corriente	(2.056.439,37)	(2.056.439,37)	-
Amortización del Inmovilizado	(138.666,90)	(99.699,54)	(38.967,36)
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado	(9.052,55)	(6.508,66)	(2.543,89)
Otros resultados	11.937,71	8.583,05	3.354,66
Ingresos financieros	682,14	490,45	191,69
Gastos financieros	(3.545,86)	(2.549,42)	(996,44)
Total	305.812,84	140.849,60	164.963,24

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 de 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 23. INVENTARIO

Adjunto en **Anexo I**

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a final vertical stroke, located in the bottom left corner of the page.

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
**MEMORIA DE ACTIVIDADES FUNDACIONALES CORRESPONDIENTE AL
EJERCICIO 2017**



MEMORIA ACTIVIDADES 2017

1.- ACTIVIDAD FUNDACIONAL 2017

1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

Valencia Convention Bureau

Gastronomía

Cultural Valencia

Film Office

VLC Cruises

VLC Sports

Shopping

Excellence

Naturaleza, Idiomático y Wellness

Plan 2: Innovación y mejora de la atención al turista

Atención en oficinas

Atención online

Ventas

Nuevos servicios

Día Mundial del Turismo

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

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

Nueva 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

Nuevo Plan Estratégico y Sistema Integrado de Gestión de Recursos

Humanos

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Cambios en los órganos de Gobierno

Mayor protagonismo empresarial

Nuevas empresas asociadas

Convenios de colaboración

Calidad

2.- COYUNTURA 2017

- 2.1.- Viajeros y pernoctaciones
- 2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar
- 2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros

1.- ACTIVIDAD FUNDACIONAL 2017

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

La estructura de esta Memoria de Actividades, que recopila el grueso de las acciones llevadas a cabo en 2017 por la Fundación Turismo Valencia, sigue la estructura del **Plan Estratégico 2017-2020**, que se diseñó en 2016 contando con la implicación del sector, y se **aprobó por unanimidad en el Pleno del Ayuntamiento de Valencia** en junio de 2017.

Dicho plan, tal y como se refleja en la acción fundacional y, por ende, en esta Memoria de actividades, fomenta la implicación del conjunto de áreas municipales y apuesta por generar sinergias con otras administraciones y con el conjunto de empresas del sector para mejorar el posicionamiento internacional de Valencia. Define **cuatro estrategias** que se desarrollan a través de **11 planes y 32 programas**. Su objetivo, con horizonte en 2020, es llegar a los 5,5 millones de pernoctaciones anuales; 3,5 millones de llegadas al aeropuerto; 520.000 cruceristas; incrementar el gasto medio diario del turista hasta los 150 euros; y conseguir así un impacto económico anual de hasta 1.500 millones de euros.

1.1.- ESTRATEGIA I: Crear valor para el visitante

1.1.1.- Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

El trabajo de la Fundación se ha organizado en este ejercicio con base en un modelo de gestión organizado en programas de productos turísticos, para hacer más atractivas las experiencias en la ciudad, con implicación del sector empresarial y las administraciones. Así, se han optimizado los recursos disponibles, se ha aprovechado la coyuntura y se han mejorado los resultados, especialmente en términos de diferenciación, ampliación de targets y rentabilidad.

Dentro de esta estrategia se ha avanzado en la articulación de **once programas de producto**, de los cuales cuatro ya están operativos: **Valencia Convention Bureau, Film Office, Gastronomía y VLC Cruises**; y se han realizado reuniones de los grupos de trabajo en otros como: **Cultural Valencia, VLC Sports, Shopping y Excellence**. A lo largo de 2018 se seguirá avanzando en éstos y otros tres productos: **Naturaleza, Idiomático y Wellness**, con planes específicos para cada uno de ellos.

Todos los **programas de producto** estuvieron presentes en la **acción promocional** de la Fundación a lo largo del año, a través de diversas acciones directas (presentaciones) e inversas (fam trips, visitas de inspección y press trips), en las que se dio visibilidad, entre otras cosas, a los espacios naturales y otros enclaves y servicios interesantes para estos productos.

Valencia Convention Bureau

El Valencia Convention Bureau celebró su segunda Asamblea en febrero, en la que formó su Comité, el órgano participativo compuesto por representantes del sector, que establece los criterios y líneas de actuación del programa para captar congresos y reuniones para la ciudad. Así, en 2017 ha trabajado con autonomía, con **110 empresas vinculadas**, y se ha reunido para tomar decisiones relativas a este producto.

Siguiendo el Plan de Actuaciones, participó en **6 ferias profesionales**, atendió **21 visitas de inspección, 11 workshops, 11 fam trips** y ganó **42 candidaturas** (19 congresos y 23 de corporativo), con **18.448 delegados** para eventos futuros (11.400 congresos y 7.048 corporativo).

Entre otras acciones, el Valencia Convention Bureau llevó a cabo acciones dirigidas a profesionales, participando con stand propio en **IBTM**, además de en **Europe Congress**, en el workshop **Pure Meetings & Events**, en el encuentro europeo de organizadores de eventos **MPI**, en el **MIS Summit Eventoplus 2017**; en las **jornadas MICE del Spain Convention Bureau** en mercados europeos (Bélgica y Holanda); en el **Congreso Anual de ICCA** y en la reunión del Capítulo Ibérico de ICCA, donde además atendió al workshop; en el **Association World Congress 2017** en Viena; **Asian MICE Forum en Taiwan** y en **IMEX Las Vegas**, entre otras.

Además, realizó una serie de **visitas comerciales en Toronto** y, de la mano de Pacific World, organizó unas **presentaciones en Nueva York y Boston** para Meeting Planners.

También atendió diversos **fam trips**, con **RENFE**, con las **OETs de Bombay, México, India, y Frankfurt**, entre otras, o con los técnicos de **BCD Corporate Madrid**; y organizó diversas visitas de inspección para futuros congresos y viajes de prensa de las revistas especializadas **Punto MICE** (España) y **Voyages & Stratégie** (Francia).

Gastronomía

En enero de 2017 se presentó conjuntamente con las empresas del sector el programa **VLC Gastronomía**, para articular la oferta, posicionar Valencia como destino gastronómico, estimular el consumo y continuar apoyando a las empresas. El programa cuenta ya con unas normas de funcionamiento y plan de marketing propios, Plan Operativo con un calendario anual de eventos, un plan de comunicación gastronómica en medios nacionales e internacionales y **80 empresas vinculadas**. Una campaña temática de gastronomía, con soportes específicos, como el nuevo vídeo, que se produjo en 2016 pero se presentó y adaptó en 2017, y nuevas creatividades con el claim: *Vive la gastronomía de Valencia y todo lo que la rodea*, traducida a nueve idiomas, y una nueva edición del folleto gastronómico **Restaurants&More**.

Se realizaron **2 presentaciones gastronómicas, 10 viajes de prensa** y se colaboró en la agenda gastronómica de la ciudad, con 12 eventos, 4 de ellos de nueva creación. Una de las acciones de promoción más destacadas de este producto, fue la realizada en **Ámsterdam** con participación de los chefs con estrella Michelin, con una presentación de destino y un showcooking ante más de 80 turoperadores, agentes y medios de comunicación para poner en valor la riqueza de la gastronomía valenciana. La Fundación también participó en el **festival Boucatisse en A Coruña** como único destino invitado.

La Fundación colaboró en febrero con Valencia Premium en la organización del primer **Valencia Culinary Meeting**, un novedoso festival gastronómico de la ciudad en el que doce de los mejores chefs locales invitaron a colegas nacionales e internacionales, organizando encuentros con el público en el Mercado de Colón y viajes de prensa para dar cobertura al evento. En abril y octubre se celebraron la **XVI y XVII edición de Valencia Cuina Oberta**, respectivamente, con nuevos éxitos de participación e incorporaciones importantes y más de **24.000 menús servidos** entre ambas. Este año, coincidiendo con la Capitalidad Mundial de la Alimentación, Turismo Valencia puso el foco en la alimentación sostenible, con menús saludables y producto de proximidad y con un nuevo premio al restaurante con la propuesta más



cardiosaludable. Durante la edición de abril la Fundación organizó un **viaje de prensa con 10 medios internacionales** para dar visibilidad a la gastronomía valenciana.

Con motivo del Día Mundial de la Tapa, se lanzó el **Valencia Tapas Day**, una jornada formativa dirigida al sector y la Fundación participó en sendas acciones promocionales en la **embajada española en Roma** y en la **sede de la ONU en Ginebra**, ambas organizadas por Turespaña. Además, se organizaron hasta **10 viajes de prensa** especializados en gastronomía, con medios como *ELLE Gourmet*, *Marie Claire*, *feinschmecker.com* o el grupo de 6 medios nacionales que vinieron a durante la Feria Gastrónoma.

Asimismo, se lanzó la primera edición del **Valencia Film Menú** coincidiendo con Cinema Jove, y se **comercializaron hasta 13 productos** gastronómicos en los canales online y oficinas turísticas, tours guiados y actividades enogastronómicas como el bike tour de la horchata o del arroz. La Fundación también colaboró con Wikipaella en la Semana de la Paella y el Paella Forum, y con las IV Jornadas Gastronómicas de Arroces Marineros de Las Arenas.

Cultural Valencia

Por su parte, el producto Cultural Valencia también avanzó en su desarrollo en 2017. Con el objetivo de constituir un modelo colaborativo en el que participen el sector público y el privado de la cultura se impulsó junto con la Dirección General de Cultura, la creación de un grupo de trabajo de entidades institucionales compuesto adicionalmente por: la Agencia Valenciana de Turismo; las áreas de Turismo y Cultura de la Diputación de València; las concejalías de Cultura, Acción Cultural y Cultura Festiva del Ayuntamiento de València, la Ciudad de las Artes y las Ciencias, la Universidad Politécnica de Valencia, la Universitat de València y la Fundación Turismo Valencia. Asimismo, se constituyó otro grupo con las principales entidades culturales privadas de la ciudad, como son: Fundación Bancaja, Fondo de Arte-Ana Serratos, Berkle Valencia, Olympia Metropolitana (Teatro Olympia y Talía), Música PRO CV, Fundación Libertas, Menta (por San Nicolás y el Museo de la Seda), Fundació per Amor a l'Art y la Fundación Chirivella-Soriano.

En esta fase, se está desarrollando, por parte de la Dirección General de Cultura, un **diagnóstico del turismo cultural en Valencia**, que ha de dar como resultado un relato cultural de la ciudad, el inventariado de bienes culturales y propuestas para la mejora de la interpretación de estos bienes, su señalización, iluminación y uso de idiomas, así como propuestas de itinerarios

turístico culturales más relevantes. Asimismo, la Fundación asumió la tarea de recoger la **agenda unificada en un archivo online**, a través de www.visitvalencia.com.

En paralelo, la oferta cultural de la ciudad tuvo en 2017 máximo protagonismo en todas las acciones promocionales de la Fundación, como son las ferias, las presentaciones, visitas de inspección y viajes de prensa. La Ruta de la Seda, la del Santo Cáliz y las Fallas fueron centro de la acción promocional. Destaca el **acto en FITUR de las Fallas**, el **viaje de prensa con 60 periodistas internacionales** durante las primeras Fallas Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, el lanzamiento del **Fallas Tour** para todo el año y la **reunión del Grupo de Trabajo de la Ruta de la Seda de la OMT**, celebrada a finales de marzo en Valencia, en colaboración con la Agència Valenciana del Turisme. Asimismo, se asistió al I International UNWTO Western Silk Road Workshop, en Grecia, y a un segundo encuentro en Bulgaria, para difundir Valencia y sus casos prácticos de puesta en valor de producto turístico relacionado con la Ruta de la Seda.

Asimismo, se realizó una **presentación de destino en Verona**, y se organizaron **dos viajes de prensa con medios nacionales e internacionales** en la inauguración de Bombas Gens, otro con motivo del Festival Tercera Setmana y otro con **GEO Viajes** sobre mitos y leyendas y los Borgia. La Fundación editó las siguientes **nuevas publicaciones**: *Museos, monumentos y escenarios culturales*; la agenda de la ciudad trimestral y anual en versión online y en papel; y el de la Ruta de la Seda.

Además, a propuesta de la Confederación Empresarial Valenciana (CEV) y el colectivo fallero, se creó un Comité de Promoción de las Fallas, integrado por representantes de la CEV, la Agència Valenciana del Turisme, el colectivo fallero y la Fundación Turismo Valencia.

Film Office

Para promocionar el programa Film Office, constituido ya en 2016 para posicionar Valencia como escenario de rodajes, en 2017 la Fundación participó en **6 ferias profesionales**, organizó **6 visitas de familiarización** y apoyó diversos festivales en la ciudad. Acudió a los principales foros especializados: el **European Film Market-Berlinale**, en el **Spanish Screenings del Festival de Málaga**, en **Cannes Marché du Film**, en el **Festival de Cine de San Sebastián**, **American Film Market** y **Focus London**.

Asimismo, atendió **300 consultas de rodaje**, entre las que destacan la visita del programa Ride with Norman Reedus, con uno de los protagonistas de The Walking Dead; el rodaje de Formentera Lady, con José Sacristán, o los de los anuncios de Toyota o Nautalia, entre otros. Cabe destacar que se realizaron **180 rodajes** en la ciudad.

También organizó las **visitas de familiarización de dos localizadores nacionales**, uno de ellos galardonado el pasado año con el Location Managers Guild Award; y **cuatro localizadores americanos** que trabajan para Disney, Universal o Paramount, entre otras.

También se **colaboró con los festivales DocsValencia, Cinema Jove y La Cabina**, invitando a medios nacionales e internacionales que cubrieron tanto los eventos como el destino, se pusieron visitas guiadas a los invitados del festival y se ofertaron menús de cine en Cinema Jove.

El vídeo promocional de Valencia Film Office fue galardonado con tres premios en la categoría de mejor promoción de localizaciones cinematográficas: primer premio en festival Internacional ART&TUR, segundo premio en el festival Terres Catalunya - International Eco & Tourism Film Festival y tercero en el Baku International Tourism Film Festival. En 2017 la Fundación se asoció a la **European Film Commissions Network** y fue miembro por primera vez de la **Association of Film Commissions International (AFCI)** y de **Locations Managers Guild International (LMGI)**.

VLC Cruises

El producto VLC Cruises quedó constituido en 2016. La Fundación acudió a **una feria profesional**, participó en **2 workshops**, atendió **una visita de inspección** y realizó **una visita comercial**.

Para difundir el potencial de la ciudad como destino de cruceros, en 2017 se renovó la inscripción en **CLIA Gold Membership**, que permite participar en los eventos organizados por esta organización para potenciar la promoción de Valencia y mantener un estrecho contacto con las navieras. Asimismo, para detectar nuevas oportunidades de negocio, la Fundación acudió junto con la Autoridad Portuaria de Valencia a **Seatrade Cruise Global** y a los eventos paralelos a esta Feria organizados por **CLIA** y la **OET de Miami**, además del **Summit at Sea** y el **Executive Partner Summit**.

En 2017 se lanzó también la **Guía de Cruceros 2017**, un **nuevo vídeo y anuncio promocional**; y se atendió una **visita de inspección** con **Royal Caribbean** y se realizó una **visita comercial a Costa Cruceros**, en Génova. De este modo se potenciaron las relaciones con esta naviera, que ha apostado fuerte por València en los últimos años e incrementado la operativa de embarque/desembarque paulatinamente.

VLC Sports

El producto VLC Sport también avanzó en 2017 con la creación del grupo de trabajo para la creación del Club de Producto, con reuniones con las principales entidades de la ciudad, como la Fundación Trinidad Alfonso, el Circuito Ricardo Tormo, el Valencia Club de Fútbol, Levante Unión Deportiva, Valencia Basket Club, el Parador del Saler en representación de hoteles y campos de Golf y la Marina, además de la Agència Valenciana del Turisme y la Diputación.

En paralelo, organizó **2 fam trips**, atendió **8 press trips**, **2 acciones de co-marketing** y apoyó y promocionó diversos eventos deportivos celebrados en la ciudad. La Fundación produjo un nuevo vídeo promocional de este producto y organizó acciones promocionales para dar visibilidad a la ciudad como destino para diversas disciplinas. Entre otros, atendió **viajes de prensa multimercado** durante la **Valencia Boat Show**, el **Maratón** y otro de **rutas ciclistas**. y diversos viajes de prensa especializados, como el del grupo editorial finlandés **Keskisuomalainen**; los tres mejores medios de ciclismo de Dinamarca; la revista belga **Nautica Magazine**; o el influencer español Odei Gil, una acción dirigida a promocionar la carrera **Mitic Bike**.

Además, atendió un **fam trip** con agentes deportivos de **Marvellous Golf** y lanzó una campaña de co-marketing con la guía **Destination Golf**. Asimismo, se apoyó la organización del **Sport IP Forum en Valencia** y se alcanzó un acuerdo con **Inspiresport**, para colaborar en la Schools' Association Football International Board Conference (SAFIB). Se colaboró también en el principal evento de hockey femenino, celebrado en Valencia, la **Hockey World League Round 2 WM**.

Shopping

La Fundación realizó en marzo la primera reunión del grupo de trabajo del producto VLC Shopping, en la que participaron las principales asociaciones de comerciantes de la ciudad, como la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico, CECOVAL, Valencia Premium y

Valencia Excellence, así como comercios asociados a la Fundación, como por ejemplo el Corte Inglés.

En paralelo, se organizó una **Jornada sobre Turismo de Compras** dirigida a los comercios más representativos de la ciudad, en la que participaron representantes del Ayuntamiento, Turespaña y de Turismo de Barcelona. En junio tuvo lugar la segunda reunión del grupo de trabajo y en septiembre contrató un **diagnóstico de la ciudad como destino de compras**, así como la **realización de una propuesta de actividades de promoción y marketing** del producto para 2018.

Excellence

Por lo que respecta al producto Excellence, acudió a **una feria profesional**, atendió **3 fam trips** y organizó una **acción de co-marketing**.

Turismo València asistió a la Feria **ILTM Cannes**, principal certamen que reúne a los más prestigiosos agentes de viaje de lujo en Europa. Colaboró en la organización de un **fam trip** con agencias alemanas del sector Premium: **Zeitreisen Kultur & LeserReisen GmbH; Droste Reisen; Musikreisen Manufaktur; Atlas Reisen y Twerenbold Reisen AG**. Asimismo, atendió la visita del turoperador **Voyageurs du Monde**, líder en el turismo de gama alta en Francia y la de un grupo de seis agentes de **viaje del sector Premium de Brasil**. Además, lanzó una campaña en **Connoisseur Circle** para promocionar el producto excellence en la revista y el portal de esta revista que se distribuye en Alemania, Austria y Suiza.

Naturaleza, Idiomático y Wellness

En paralelo al trabajo desarrollado para articular los grupos de trabajo de estos productos y el lanzamiento de sus respectivos Programas, la Fundación se incorporó al programa de **SpainCares** dentro del producto Health.

Por lo que respecta al Idiomático, la Fundación apoyó los eventos **Eurovalencia 2017** y los foros especializados **Estudiar en España** y **FORBEI**.

El producto Naturaleza fue una constante en muchas de las acciones de promoción, con La Albufera, por poner un ejemplo, como uno de los lugares protagonistas en las presentaciones, viajes de prensa, fam trips y otras acciones promocionales directas e inversas de la Fundación.

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

Atención en oficinas

Las Tourist Info gestionadas por la Fundación atendieron en 2017 a **272.233 visitantes**, un 42% más que el mismo periodo del pasado año, de los cuales el **74% fueron internacionales**, el **19% nacionales** y el **7% locales**. Del total de visitantes **85.280 compraron** algún servicio turístico, con una ratio de conversión de compra del 31,33%, con un **gasto medio** en nuestras oficinas de **25,20 euros** y un incremento del número de compradores respecto al año pasado del 3%. Las Tourist Info que más vendieron fueron, por este orden, Aeropuerto, Ayuntamiento, Paz, Joaquín Sorolla y Puerto, registrando los mayores incrementos Joaquín Sorolla (32%) y Aeropuerto (8%).

Cabe destacar que en este ejercicio se puso en marcha un **punto móvil de información** que, entre los meses de julio y octubre, atendió demandas de información en diferentes **localizaciones con gran afluencia turística**: la plaza de la Virgen, la plaza de la Reina, el Mercado de Colón, Bioparc Valencia, la Ciudad de las Artes y las Ciencias, la plaza de Toros y la Alameda. En el periodo que estuvo activo, el punto móvil atendió un total de **23.374 visitantes** y generó un volumen de ventas de 35.614 euros.

Dentro del esfuerzo por la modernización, la Fundación se incorporó a la **I Edición del Premio a la Innovación en la Red Tourist Info de la Comunidad Valenciana** y se instaló en la red de oficinas turísticas el **proyecto de encuestas Rate Now**, para detectar los puntos fuertes y débiles de cada oficina.

Por lo que respecta a la devolución del IVA, se realizó sobre un volumen de compras de **2.035.203 euros**. Asimismo, se firmó un acuerdo de colaboración con el Corte Inglés para la devolución del IVA en las compras de clientes no comunitarios.

Asimismo, en 2017 la Fundación atendió **195 escalas de crucero** en el puerto de Valencia.

Atención online

En 2017 **www.visitvalencia.com** registró **3.522.813 visitas** y **12.847.389 páginas vistas**. Además, se atendieron **5.781 consultas de clientes** a través del chat en 6 idiomas.



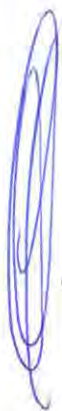
Cabe destacar que, tras un largo periodo de transición, se han concluido en estos meses los trabajos informáticos necesarios para sustituir el dominio turisvalencia.es por el actual visitvalencia.com. Como ya explicamos en anteriores informes, el motivo del cambio es mejorar el posicionamiento de la marca Valencia en la red y facilitar el acceso a visitantes internacionales.

Ventas

Durante 2017 la Fundación generó un **volumen de ventas e ingresos publicitarios** total de **4.321.315,20 euros**, de los cuales **2.167.900 euros** se obtuvieron a través de las **Tourist Info**, con un incremento del **3,27%** respecto al ejercicio anterior, **85.280 compradores** y **269 referencias a la venta**; y **1.288.858,53 euros** a través de la **tienda online**, con un incremento del **9%** respecto a 2016 y el **número de pedidos fue de 14.222** lo que supone un incremento del **6 %**. En 2017 hubo **49 referencias a la venta** en la tienda online de www.visitvalencia.com. En relación a la **Valencia Tourist Card**, durante el ejercicio se vendieron **81.764 unidades**, un **10%** más que el año pasado, gracias a las cuales la Fundación ingresó **1.223.974,93 euros** a través de sus **61 puntos de venta** y contó con **115 entidades adheridas**.

Servicios Turísticos

Para continuar poniendo a disposición del turista una oferta segmentada y especializada, la Fundación creó en 2017 una nueva ruta, el **Fallas Tour**, que se comercializa todo el año y se sumó a las visitas que se lanzaron el ejercicio anterior: **Valencia, ciudad de la Seda**; **Valencia, ciudad del Grial**; **los bike tours del Arroz** y la **Horchata**; y, en **colaboración con la Diputació**, los **Day tours**, excursiones de un día fuera de la ciudad, por la provincia de Valencia. Así, los visitantes pueden conocer **Gandía, Llíria, Cullera, Sagunto, Ontinyent, Bocairent y Xàtiva**.



Día Mundial del Turismo

El 27 de septiembre, con motivo del Día Mundial del Turismo, que en 2017 tenía como lema *El turismo sostenible como instrumento de desarrollo*, la Fundación organizó **visitas guiadas gratuitas** por el centro histórico, la galería de Ana Serratosa, Bombas Gens o alrededor del mundo de las Fallas; ofreció degustaciones de horchata, bailes regionales y música de tabalet i dolçaina en directo en sus Oficinas, además de otras ofertas y descuentos.

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

Durante todo el ejercicio la promoción de la ciudad se llevó a cabo con multitud de acciones dirigidas a los profesionales que operan en los canales online y offline y con otras dirigidas a los clientes finales, a quienes se alcanzó, especialmente, a través de las nuevas tecnologías con mejoras en nuestras herramientas y soportes. Además, se realizó un intenso trabajo con aerolíneas que ayudó a hacer funcionar las nuevas conexiones aéreas y hacer mejorar las cifras finales del Aeropuerto de Valencia.

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

Nueva página web y ecosistema digital

A lo largo del ejercicio se **programó una nueva página web y ecosistema digital**, que se lanzará en los primeros meses de 2018, tanto en la parte visible, la propia web en su **versión escritorio y adaptada a móviles** y la **APP**, como en toda la *infraestructura tecnológica de la que se nutre*, como son las bases de datos interconectadas, o un gestor dinámico de contenidos.

A esta infraestructura tecnológica se suman herramientas de marketing digital imprescindibles hoy en día para poder mejorar la efectividad de las acciones de marketing, como son un **CRM integrado**, así como herramientas de automatización de procesos de marketing, gracias a los cuales poder mejorar la información de uso de la web, la segmentación de visitantes y por tanto mejorar la utilidad y calidad del contenido web. Combinado con las posibilidades de personalización de la información en base a taxonomías y contenidos relacionados, se podrá mejorar la efectividad de las acciones de marketing de la Fundación, atender mejor a los cerca de 4 millones de visitas web anuales y ofrecer el contenido de calidad más relevante para el cliente en el momento más adecuado.

Estos desarrollos son el primer paso para, a continuación, incorporar en las oficinas de turismo las mismas funcionalidades, mediante sistemas adaptados a las necesidades de un turista en una oficina de información. Para ello se realizarán desarrollos a medida que, combinados con dispositivos tecnológicos, facilitarán la atención al visitante y mejorarán la satisfacción en la atención.

Acciones de comunicación en redes sociales

El trabajo de la Fundación en 2017 a través de las redes sociales hizo que los perfiles en Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, Vimeo y Google Plus alcanzaran **250.249 seguidores**, 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 19.096.897 y 1.792.212 impresiones**.

Publicaciones

Dentro de este capítulo, la Fundación actualizó y editó diferentes publicaciones de información turística general, como son la **Guía Turística** anual en 6 idiomas (español, valenciano, inglés, italiano, francés 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**.

También se reeditaron folletos promocionales como el **Folleto Genérico** (7 idiomas); el monográfico de la **Ruta de la Seda** (3 idiomas), diversos **folletos para ferias y presentaciones**; el **Flyer de la Ruta de la Seda**; el del **Grial**; y el del **Fallas Tour**.

Asimismo, como ya se ha indicado en el Plan 1, en 2017 se crearon nuevos soportes para los productos. Por lo que respecta a publicaciones, se editaron folletos de los siguientes productos: **VLC Restaurantes**, la **Guía de Cruceros**, la de **Valencia Film Office** y el **Directorio de Profesionales** de la Film Office.



Por último, la Fundación editó publicaciones institucionales, como el **Folleto de Estadísticas 2017** (bilingüe), el **Plan de Actuaciones 2017-2020**, el documento resumen de la **Memoria de Actividades** de la Fundación y otros **folletos de apoyo a eventos** como los de la primera reunión del Foro Urban Tourism Trends; la Promoción Fallas-Renfe; el Medio Maratón y Maratón; las dos ediciones de Valencia Cuina Oberta-Restaurant Week y el primer Valencia Culinary Meeting.

Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

Siguiendo el Plan de Actuaciones establecido para el ejercicio, se realizaron hasta **394 acciones de promoción y comercialización** -a las que hay que añadir otras tantas gestiones de marketing y comunicación-, en las que participaron **más de 2.500 profesionales y 270 periodistas en 27 mercados de Europa, América y Asia**, principalmente. Entre otras, se llevaron a cabo **18 presentaciones de destino**, la Fundación participó en **37 ferias y 25 workshops**, organizó **37 fam trips, 14 visitas de inspección, 22 acciones de co-marketing** con importantes marcas colaboradoras; **71 press trips y 20 blog trips**.

Turismo Valencia contó en 2017 con ocho **agencias de comunicación** en los principales mercados emisores internacionales, con cuenta en **España, Reino Unido, Italia, Alemania, Holanda y Francia**, y apoyo en **Rusia y China**. De su mano, se dio difusión a la campaña genérica *Valencia, infinitamente mediterránea*, y a las de productos en ocho idiomas a través de las redes sociales, alcanzando a más de 250.000 seguidores.

Asimismo, se generó la siguiente información sobre la ciudad como destino turístico en los medios de comunicación de nuestros principales mercados emisores:



País	Apariciones	Audiencia estimada	AVE
España	232	477.392.275	1.814.740 €
Reino Unido	71	513.352.254	296.715 €
Alemania	153	42.908.350	401.580 €
Italia	184	282.958.958	947.110 €
Holanda	57	15.703.550	301.900 €
Francia	10	4.877.762	293.700 €
TOTAL	707	1.337.193.149	4.055.745 €

Entre otras, estas fueron algunas de las principales acciones desarrolladas durante 2017, muchas de ellas en colaboración con la **Diputació** y la **Agència Valenciana del Turisme**:

Especialmente importante fue el apoyo a la 4ª edición de la **Cumbre de Presidentes de Agencias de Viajes organizado por CEAV**, que tuvo lugar en noviembre en Valencia. Una excelente ocasión para dar visibilidad a la ciudad, gracias a la presencia de Asociaciones de Agencias de Viajes de más de 60 países.

En diciembre se lanzó la nueva campaña **visitvalencia360.com**. Un reclamo publicitario para promocionar la ciudad de Valencia a través de videos en 360°. Esta acción estaba orientada a desestacionalizar el turismo y atraer visitantes en invierno, y estuvo presente en 10 países: Alemania, Reino Unido, Italia, Holanda, Francia, Suiza, Polonia, Rusia, Hungría y Turquía.

Fueron destacables los **viajes de prensa multimercado** realizados durante **Fallas** y **Cuina Oberta**. En el primero de ellos se atendió a 60 periodistas de 30 medios procedentes de 16 países, a los que se mostró la riqueza de las fiestas y la oferta cultural de la ciudad. El grupo estaba compuesto por periodistas de *Le Petit Journal*, *Femme Actuelle*, *TV5 Monde* y *France Presse* (Francia); *Itinerari&Luoghi* y *Travelglobe* (Italia); *Stuttgarter Nachrichten*, *Bremer Tageszeitungen*, *Ärztliches Journal Reise & Medizin*, *Deutsches Handwerksblatt*, *Magazin Lüneburger Landeszeitung*, *Genießen und Reisen*, *Touristik Aktuell*, *Costa Blanca Nachrichten* (Alemania); la agencia de imágenes *Awakening Photo* (Reino Unido); la radio *ORF* (Austria); *Het Nieuwsblatt* y *De Zondag* (Bélgica); *Meditarannee* (Holanda); *Aller Media* (Dinamarca); *Mondo.fi* (Finlandia); la agencia *Anadolu* (Turquía); *Life and Style* (México); *Kubrick Media* (Uruguay); *Mainichi Newspaper* y la televisión *MBS* (Japón); *Travel+Leisure* (India); *Asia City SG* (Singapur) y el blog *Fotoescapada* (España).

En el viaje de prensa de Cuina Oberta la Fundación trajo a la ciudad 10 periodistas, procedentes de siete países: *Radio Baskets et Sac à Dos* (Francia), *Redaktionsburo Pragnant* (Alemania), *Edizioni Tirreno* (Italia), *Vanity Fair* (Italia), *The Independent Taste&Flair magazine* (Malta), *Milton Keynes Citizen* (Reino Unido), *Irish Times* (Irlanda) y *Hola.com* (España).



Por mercado, estas fueron las principales acciones realizadas:

España:

En el mercado nacional la Fundación acudió a **FITUR** con stand propio, donde plantó una falla y realizó una presentación con las Falleras mayores y la Corte, con motivo del reconocimiento de esta fiesta como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO; realizó **presentaciones de destino en Sevilla, Barcelona, Bilbao y Valladolid**. Lanzó campañas promocionales con **RENFE en Fallas y San Valentín** y con el Ayuntamiento de **Sevilla en 100 mupis** de la ciudad andaluza. Asimismo, se desarrollaron campañas de co-marketing con **Viajes Eroski, Destinia, Nautalia, El Ganso, Deliveroo**; se atendieron los viajes de prensa de **ELLE Gourmet**, la revista *De Viajes*, *El Mundo Viajes*, *Traveler.es*, *Marie Claire*, *Viajeros*, **GEO**, *El País*, el **blog de Ryanair** y los viajes de medios culturales en la inauguración de Bombas Gens con **RNE, El Cultural** de ABC, *Vogue*, *Exit Express*, *Arte Informado*, *Más que Arte* y el de medios gastronómicos durante Gastronomía con *Fuera de Serie*, *Sobremesa*, *The Gourmet Journal* y *Directo al Paladar*. También se lanzaron campañas en *Hosteltur*, *Sapos y princesas* y *Traveler* de Condé Nast.

Italia:

En el principal mercado emisor de viajeros internacional, La Fundación acudió a las Ferias **BMT Napoli** y **TTG Incontri**, y participó en **La Spagna a Roma** y en un **roadshow en Bolonia, Padua y Milán**, así como en los **workshops** organizados por los aeropuertos de **Turín** (Piamonte), **Trieste** y **Bari**. Como ya se ha mencionado anteriormente, fue protagonista del Día Mundial de la Tapa en Roma, de la mano de La Sucursal. Además, atendió el fam trip de **AVE SNCF Voyages** y recibió el premio al **Mejor Destino Familiar del portal Bimboviaggio**. También atendió press trips y blog trips, como el de medios de Nápoles, *Marie Claire Enfants* o *Thegirlwiththesuitcase.com*.

Reino Unido/Irlanda:

Dentro de la promoción en estos mercados, Turismo Valencia participó en las ferias **World Travel Market** y **Holiday Dublin**, realizó **presentaciones de destino en Glasgow, Edimburgo y Birmingham** y sendos **workshops en Dublin y Belfast**. Atendió diversos press trips, como el de medios de **Luton, Radio Times, Move to travelling, Sunday Times, The Telegraph, Flux Magazine, Rough Guides, The Times, Family Travel** o el grupo de periodistas

especializados en cultura que vinieron en colaboración con el museo **Wallace Collection**. Participó en unas **jornadas inversas de turismo deportivo**, lanzó una campaña de co-marketing con **Monarch** e insertó publicidad en *National Geographic* y *The Guardian* y la revista **Stan**.

Alemania/Austria/Suiza:

Dentro de estos mercados, se acudió a la **Feria ITB** y se realizaron **presentaciones** en **Hamburgo** y **Ginebra** y se **participó en un workshop** en el **Aeropuerto de Hamburgo**. Durante una semana se mantuvieron **reuniones en diversas redacciones de medios alemanes** que se tradujeron en posteriores artículos sobre Valencia. Asimismo, se atendió el **fam trip de agencias de viaje RTK** y, además de los numerosos medios alemanes ya mencionados en el press trip de Fallas, a la **televisión WDR, Austrian Presse Agentur, Art Magazin, Touristik Aktuell** y **TravelTalk**, un grupo de **medios de Múnich, Das Veganmagazin** y al periodista **Wolfgang Breuer**. Se realizaron acciones de co-marketing con **Brigitte.de** y **Technics Kieler Woche**; además de un **viaje promocional a Mainz**.

Francia:

En el país vecino, la Fundación asistió a las Ferias **SIT Nantes, Mondial du Tourisme** y **TOP Resa** en París. Especialmente sonada fue la **acción en el Metro de París**, con carteles animando a visitar Valencia en estaciones de la capital francesa. También se lanzaron campañas de **co-marketing** con **Kayak** y **Air Europa**, y se atendió el fam trip **Challenge** de esta aerolínea, y los de los turoperadores **Jet Tours** y **Thomas Cook**. Con motivo del quinto aniversario de **Volotea en Nantes**, Turismo Valencia participó en un **workshop** de este aeropuerto. También atendió diversos press trips de medios franceses, como el **grupo de Toulouse** en colaboración con **EasyJet, IDEAT, Meet and Travelmag**, la revista *Beaux Arts* y *Voyages et Stratégies*.

Holanda/Bélgica:

La Fundación participó en la Feria **Vakantiebeurs** y organizó, como ya se ha mencionado, una importante **presentación gastronómica en Ámsterdam**, de la mano de los chefs con estrella Michelin de la ciudad. También colaboró en el **shooting de ELLE Holanda** y lanzó una promoción online con **tix.nl**. En estos mercados se atendió los press trips de **Travellust, Vivelevoyage.nl, BLVD MAN, Talkies** o **Nautica Magazine**.



Rusia/Este de Europa:

Además de participar en la Feria **MITT Moscú**, Turismo Valencia realizó una presentación de destino en esta ciudad y otras en **San Petersburgo, Bucarest, Iasi y Budapest**. Lanzó sendas **acciones de co-marketing con Ryanair** en Polonia y Hungría, atendió un fam trip con turoperadores y prensa húngara y el press trip de **My Planet, de RusiaTV**, así como un **fam trip de un turoperador turco**.

Escandinavia:

En los mercados nórdicos, la Fundación acudió a **Ferie for Alle** en Dinamarca, participó en un **workshop en Oslo** y atendió el press trip de **Keskisuomalainen**.

América:

Dentro del continente americano, Turismo Valencia realizó **presentaciones MICE** en **Nueva York y Boston**, participó en la **Feria ANATO** (Colombia), atendió diversos fam trips de turoperadores procedentes de Colombia y México, así como la visita de inspección de **Epicurean Ways**; y participó en las **Jornadas organizadas por Turespaña en EE.UU.**

Oriente Próximo/Asia/Pacífico:

La actividad promocional en esta zona también fue intensa, con participación en la **Feria IMTM** en Tel Aviv, **Jata** en Tokio e **ITB** Singapur, así como en un **workshop en Yakarta** (Indonesia). La Fundación colaboró en la visita de la **ganadora de Masterchef India** y atendió viajes de prensa procedentes de Israel y Tailandia y un blog trip del Sudeste Asiático. Además de un **fam trip** y un **press trip del Sur de China** y lanzar acciones en redes sociales de este país.

Plan 5: Mejora Conectividad

Valencia cerró 2017 con **3.367.211 llegadas** al Aeropuerto, un **16,28% más** que el ejercicio anterior. Durante el año se sumaron **350.000 nuevas plazas internacionales**, gracias a las **24 nuevas conexiones** primavera-verano 2017 y a las **18 de la temporada otoño-invierno 2017/2018**. A estas hay que sumar además **12 nuevas conexiones** anunciadas para primavera-verano 2018. Para ayudar al buen funcionamiento de estas conexiones, la Fundación participó en las Ferias **Connect, Europe Routes y World Rotes**, donde se reunió con responsables de aerolíneas para trazar nuevas estrategias para que Valencia mantenga esta excelente

conectividad aérea en los próximos años.

Asimismo, lanzó **dos campañas promocionales en Valencia** a través de los circuitos de información municipal. Con carteles en MUPIS, la campaña daba a conocer a los ciudadanos la oferta de rutas disponibles desde el Aeropuerto, apoyando así el incremento de movimientos turísticos, también como mercado emisor. Reforzando la actividad turística contribuía a favorecer el atractivo de Valencia como destino para las compañías aéreas, repercutiendo positivamente tanto en el aumento de nuevas rutas como de las plazas en las rutas ya establecidas.

Con este mismo objetivo, colaboró con la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) en la organización de la segunda edición del **Fly Valencia Meeting**, en el que se reunieron compañías aéreas y agencias de viajes. La jornada es un espacio de encuentro para las empresas del sector con el objetivo de consolidar la conectividad aérea y atraer nuevas rutas, que contó también con un Foro de Expertos. Participaron más de 100 agencias de viajes y 43 proveedores turísticos.

Asimismo, se llevó a cabo una batería de acciones promocionales en mercados con los que existen rutas, así como actuaciones de refuerzo de la actividad en esas ciudades. Se ha trabajado con los profesionales del sector turístico en: Glasgow, Hamburgo, Sevilla, Barcelona, Bilbao, Bucarest e Iasi. Durante el segundo trimestre desarrollamos acciones directas en España (Barcelona y Madrid), Irlanda (Dublín y Belfast), Estados Unidos (Nueva York y Boston), Italia (Roma), China (Shanghai y Chengdu), Holanda (Ámsterdam) y Rusia (Moscú).

1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino más inteligente

Plan 6: Un destino más inteligente

Diagnóstico del sistema de información

A lo largo del ejercicio, se puso en marcha la primera fase del proyecto para desarrollar un **Sistema de Información Turística (SIT)**, una herramienta ad hoc que permitirá incrementar la información útil y de valor disponible para mejorar la competitividad el sector turístico de la ciudad. En esta fase, se **trabajó con SEGITTUR** para identificar: las necesidades de información de los agentes turísticos y de los comités que integran los productos turísticos; las fuentes de información externas útiles para cubrir necesidades y combinar datos; y los

indicadores ad hoc, específicos para Valencia como destino turístico. Tras el diagnóstico se desarrollará el SIT, que permitirá incrementar la información útil al servicio de empresas y administraciones. A través de una plataforma se reestructurarán las bases de datos, se desarrollarán herramientas de análisis y visualización de datos, resultando un cuadro de mandos de utilidad para el diagnóstico y predicción global sobre la evolución del destino.

Para dicho diagnóstico, así como en el proceso de desarrollo del **Sistema de Inteligencia Turística**, se está trabajando en base a un planteamiento colaborativo que posibilita la implicación de agentes públicos y privados del entorno turístico, en los que especifican sus necesidades de información real. Así, se abrieron vías de colaboración con el Sertic y Govern Obert y la Fundación participó en un grupo de trabajo de Innvatur para la creación de destinos turísticos inteligentes en la Comunidad Valenciana.

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** de 2017 con:

- El **seguimiento de la coyuntura** mediante sondeos mensuales y puntuales de ocupación en alojamientos turísticos;
- El **Informe Estadístico de Coyuntura Turística** a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), AENA, Puertos del Estado y Puerto de Valencia;
- El folleto de **Estadísticas de Turismo de 2016**, con la evolución de la oferta y la demanda en la ciudad a lo largo del ejercicio anterior.

Paralelamente, se comenzaron los trabajos para elaborar un nuevo **Informe del Impacto Económico del turismo en la ciudad**. Se contrató para ello al IVIE. Además, se aprovecharán las 2.000 encuestas que se realizaron a lo largo del año en alojamientos para, no solo estimar el impacto, sino disponer de un perfil de la demanda. Este es un trabajo amplio que será muy útil tanto para la Fundación como para el sector, con el que se compartirán los resultados.

También se comenzaron a **identificar posibles indicadores**, de la organización y del destino, ya que era necesario readaptar los mismos al planteamiento del nuevo Plan Estratégico, orientado a la gestión de productos.

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
- Asociación Española de Destinos para la Promoción del Turismo Gastronómico, Saborea España
- Asociación Hispano Japonesa de Turismo

Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

Dentro del capítulo de la sostenibilidad, en 2017 se inició la participación en el **proyecto de innovación europeo ALTER ECO** (Alternative Tourist Strategies to Enhance the local Sustainable Development of Tourism by Promoting Mediterranean Identity) del programa Interreg MED que lidera el Instituto Valenciano de la Edificación (IVE).

La Fundación también participamos en el **workshop del proyecto Scithos** en Viena, donde compartió con el equipo investigador y con el grupo de ciudades los resultados preliminares del diagnóstico de sostenibilidad de la ciudad; en el **proyecto Castwater**, con una reunión de grupo de trabajo local para identificar el cuadro de indicadores de uso turístico del agua, y posible buenas practicas; y en el grupo de trabajo con Fundación ValenciaPort sobre proyectos de mejora de sostenibilidad del turismo de cruceros, en el que valoramos una posible futura colaboración con Málaga en proyecto **Locations 2**.

Asimismo, participó e hizo seguimiento de proyectos como **C-Evolve, Sirocco, OnSight, MatchUp, ETIS-Med, I+D Retos y Nodos**.

La Fundación ONCE contactó con la Fundación a través de la Agència Valenciana del Turisme para colaborar en la realización de un diagnóstico de ciudad. En el ámbito de la innovación, participó en el grupo de trabajo municipal para presentación de proyectos europeos Pharo,

centrados en el distrito marítimo; en la reunión del grupo de trabajo de **Digital Destinations en European Cities Marketing** sobre resultados de estrategia online de comercialización de servicios y productos; y colaboró con Invattur en la tercera edición de Invattur Emprende en Valencia, apoyando lanzamiento de start ups turísticas.

Plan 8: Alojamientos legales, calidad y convivencia

A lo largo del año la Fundación participó en las **reuniones de las mesas de trabajo del Ayuntamiento** con asociaciones vecinales, asociaciones del sector de alojamientos turísticos, con el fin de mejorar la integración de los apartamentos en el modelo turístico de Valencia.

Plan 9: Hospitalidad, excelencia y talento

La Fundación puso en marcha un nuevo foro de debate sobre las tendencias del turismo urbano, que pretende generar un debate de valor que cree conocimiento y permita afrontar los nuevos retos, y contribuir así a que el turismo siga sumando apoyos y aporte más y mejor valor. Los **Urban Tourism Trends** son encuentros en los que debatir, intercambiar y generar conocimiento en torno a los retos y oportunidades a los que se enfrenta el turismo urbano. En diciembre tuvo lugar la primera de las cinco jornadas que componen este ciclo, dedicada al nuevo turista urbano, que se alargará hasta julio de 2018, que está previsto que versen sobre: Sostenibilidad y Gobernanza. El turismo somos todos; La digitalización del marketing de destinos; Claves para el desarrollo de destinos inteligentes; y Creación de valor en destino. Diversificación y excelencia.

Asimismo, durante 2017 se continuó colaborando en el **desarrollo del SICTED** con el siguiente balance: 108 empresas adheridas (+32%), 86 empresas o servicios que renuevan o distinguen (16%), 23 formaciones/talleres (+35%), 74 evaluaciones (+32%) y cuatro reuniones de los grupos de mejora.

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

En 2016 Turismo Valencia emprendió diversas iniciativas para dotar a la actividad turística de un marco institucional más ágil y eficaz, implementando mecanismos de colaboración entre administraciones y abriendo nuevas vías, como los comités de producto, para que las empresas asociadas a la Fundación puedan influir en la gestión de la misma. Estas vías se mantuvieron a lo largo de 2017.

Plan 10: Nuevo marco institucional. Compromiso y colaboración

Refuerzo de la coordinación de Áreas de gestión municipal

Durante el ejercicio, la Fundación intensificó el trabajo con el Ayuntamiento manteniendo diversas reuniones para hacer de Valencia un destino mejor en diferentes aspectos. Así, se reunió la **Comisión Municipal de Coordinación Turística**, en la que se presentó el borrador del Plan Estratégico 2017-2020; y se mantuvieron también reuniones con la Concejalía de Cultura, el Servicio Acción Cultural, el Palau de la Música, el Servicio de Dominio Público y el Servicio de Residuos, para tratar temas como la venta de entradas online, la mejora de la Valencia Tourist Card, agilizar las solicitudes de ocupación de dominio público, o la adhesión al SICTED, entre otros.

También se trabajó el **Proyecto VLCI**. Turismo Inteligente y el Estudio para el diseño de una métrica de calidad en el empleo en el sector turístico, y se sentaron las bases para la creación del Consejo Municipal de Turismo.

Por otro lado, como ya se hiciera en 2016, la Fundación colaboró con otras entidades para aprovechar sinergias y reducir costes en las acciones promocionales. Así, se trabajó conjuntamente con la Agència Valenciana del Turisme y la Diputación de Valencia.

Acuerdos entre Administraciones

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

- **Viajes de familiarización con turoperadores y medios de comunicación:** viaje de prensa de Fallas y el viaje de familiarización y prensa de Hungría.
- **Promoción de la gastronomía y restauración de la ciudad:** Valencia Culinary Meeting.
- **Planes de acción de marketing online en Europa del Este y China:** monitorización de las redes sociales en estos mercados.
- **Acciones de co-marketing y publicidad en mercados internacionales:** Destination Golf, Monarch Airlines, revistas Stan y High Flyer (Escocia), National Geographic y The Guardian (Reino Unido), Campaña en el Metro de París, ANA Aero, Ryanair Hungría y Polonia, Kayak Francia y Volagratis Italia.

- **Participación en ferias internacionales y presentaciones de destino:** Birmingham, Glasgow, Chengdú, Bucarest, Iasi, Hamburgo, Taipei, Moscú, San Petersburgo, Edimburgo y Ámsterdam.

Nuevo Plan Estratégico y Sistema Integrado de Gestión de Recursos Humanos

En 2017 el **Plan Estratégico** de la Fundación superó su última fase. Presentado en 2016, se encontraba en periodo de alegaciones y, tras responder las alegaciones de las empresas asociadas y los grupos políticos, el documento fue aprobado por los Órganos de Gobierno de la Comisión y por unanimidad de los grupos políticos en el Pleno del Ayuntamiento.

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

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

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

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

Dentro de este Plan, para adaptar la estructura de Turismo Valencia a la nueva misión, se contrataron en 2017 los **servicios de diseño e implementación de un Sistema Integrado de Gestión de Recursos Humanos**.

Plan 11: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

Cambios en los Órganos de Gobierno

De conformidad con lo previsto en los arts. 20 f) y 22 de los estatutos de la Fundación, en las reuniones celebradas por la Comisión Ejecutiva y el Patronato de la Fundación el 16 de mayo 2017, renovaron sus cargos D^a Eva Blasco García por la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, como miembro de esta Comisión Ejecutiva y de D. Luis Martí Bordera por la Feria de Valencia, siendo designado D. Salvador Navarro Pradas como miembro de esta Comisión, en representación de la Confederación Empresarial Valenciana.

A partir de los nuevos nombramientos y según lo establecido en los arts. 22 y 23 de los estatutos, la composición de la Comisión Ejecutiva a final del ejercicio 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 2017 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.

Mayor protagonismo empresarial

Comenzó el año con una **Asamblea** de todos los socios protectores de la Fundación, en la que se realizó un Balance de 2016 y de la gestión de la Fundación, se adelantaron las principales propuestas del nuevo Plan Estratégico 2017-2020, elaborado con las aportaciones de los asociados y se presentó el Plan de Actuaciones para 2017. Asimismo, se informó a los asistentes de los cambios realizados en los estatutos de la Fundación para adecuarlos a la ley 40/2015, la Ley de Régimen Jurídico del Sector Público, por los que se elevó al 51% la participación municipal en los órganos de Gobierno de la Fundación, que era del 34%. Y de la incorporación de las normas de contratación del sector público a los procedimientos de contratación de la Fundación.

Además, como ya se ha mencionado en el Plan 1, a través del desarrollo de los programas de producto, se incrementó el protagonismo empresarial en la gestión de la Fundación, al entrar estos a formar parte de sus Comités Ejecutivos.

Nuevas empresas asociadas

En 2017 se sumaron a la Fundación **46 nuevas empresas** asociadas. Se incorporaron a Turismo Valencia:

JOSE SENTAMANS PLA (SENTAMANS Traductores e intérpretes); **HABITAT BARRACA S.L.** (Apartamentos Barracart); **BAOLI VALENCIA S.L.** (DESTINO PUERTO); **CASFID, SERVICIOS TECNOLÓGICOS S.L.**, **JOSE LUIS SILVESTRE VICENT** (GRUPO NOSTRESPORT); **CLÍNICA DERMATOLÓGICA SERRANO S.L.**; **MOBIKE C.B MO'BIKE**; **RESTAURANTE LA MARÍTIMA, RESCORVAL, S.L.**; **FESTIVALS ALL AROUND S.L.**; **BIKES AND ROLL D. MAXIMILIANO SANLLORENTI**; **HOTEL ILUNION VALENCIA 4, ILUNION HOTELS LEVANTE S.A.**; **HOTEL DIMAR 4, HIDIMAR S.A.**; **SALAZONARTE ALEJANDRO NAVARO SÁNCHEZ**; **LA MUJER DEL PRESIDENTE S.L.**; **TILESA KENES SPAIN S.L.**, Jesús Herrera Sastre; **VALENCIA ADVENTURE**; **DE TORRES Y AÑÓN GESTIÓN DE OCIO Y TURISMO SL (DTA)**; **CLEVER CHOICE SLU PENSIÓN -B&B VALENCIA SUITES YOU**; **VALENCIA MANÍA SL**; **DUEDADERBY SL**; **SANHE TOURS SL**; **DANABLU.SL**, RESTAURANTE FEDERAL; **INCENTIVES & BUSINESS EVENTS SL.**; **KUYEN SL-FOOD & FUN**; **ATENEO'S VIEWPOINT ATENEO MERCANTIL DE VALENCIA**; **KUONI DESTINATION MANAGEMENT S.L.**; **UTOPICK CHOCOLATES SL**; **VICENTE FRANCISCO FERRERO MÁS**; **MANTEQUERÍAS, LA CAMBRA FALLERA SL**; **PARAIS URBA SL ACCOM HOSTEL PALACIOS**; **ZARAKOLIN SL**, RESTAURANTE APICIUS; **DIGITAL BRAND AND COMUNICATION GROUP SL**; **ARRIBAMAR ALTA RESTAURACION, S.L.**, (RESTAURANTE Q TOMAS); **PETRICOR VALENCIA S.L.** (COOLOOK); **TORENAL S.L.** (RESTAURANTE TRENCADISH); **PUBLICACIONES DE MODA Y DISEÑO S.L.** (VALENCIA CITY); **COMPAÑÍA DEL TROPICO DE CAFÉ Y TE, S.L.U.** (RESTAURANTE ATLANTICO); **FEEDBACK CULTURAL**; **FUNDACIÓ PER AMOR A L'ART DE LA C.V.** (BOMBAS GENS); **HOTELES MARINA D'OR, S.L.** (RESTAURANTE LA VALENCIANA); **HOTELES MARINA D'OR, S.L.** (RESTAURANTE LA GULA); **HOTELES MARINA D'OR, S.L.** (RESTAURANTE LA BOHEME); **HOTELES MARINA D'OR, S.L.** (RESTAURANTE CARPE DIEM); **LA FERRERA HOSTELERIA VALENCIANA, S.L.** (LA FERRERA); **UNIVERSAL DE SUMINISTRO, S.L.** (BLUE MARINA); y **SPAGNOLO VALENCIA, S.L.** (SPAGNOLO)

Por su parte, causaron baja 27 empresas: restaurante el Canyar, Universal Concept, Grafiben, Pensión Paris, Heladería Amorino, Restaurante las Lunas, Hotel Sorolla Centro, La Tagliatella, Toroshopping s.l., -@tipical Valencia, Masía de Aguas Vivas, Q de Barella Restaurant, Restaurante Quintana, Restaurante Carpe Diem, Restaurante Molto, City Time s.l., Pandora, Pick up, Restaurante la Goyesca, Tavella Restaurant, Abadía d'Espí, Alquería del Pi, Disney Store, Interpretes Logos, Kameleon-worldwide language services y los tres VIPS asociados.

Convenios de colaboración

Durante el ejercicio 2017 la Fundación mantuvo diversos convenios de colaboración con diferentes instituciones para el impulso de la actividad turística de la ciudad desde diferentes ámbitos:

Cabe destacar el firmado en materia de promoción turística entre la Fundación y el **Consortio de Turismo de Sevilla** para el desarrollo de acciones que contribuyan a alcanzar mejores resultados de posicionamiento de marca e imagen e ambos destinos.

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**, **Lladró**, **Teletaxi**, el **Oceanográfico** y el **Valencia Club de Fútbol** como colaboradores, potenciando la actividad turística y económica de la ciudad; además firmó nuevos convenios con **Fundación Trinidad Alfonso**, **Menta Advertising SL**, con **Viajes Transvia Tours** y un nuevo acuerdo de colaboración con el **Palau de Les Arts**.

Como miembros del programa Valencia Convention Bureau, se mantuvo el convenio con **ADEIT**, para la cooperación en la promoción de la ciudad de Valencia en la captación de eventos y reuniones para la ciudad y se suscribió uno nuevo con la **Universitat Politècnica de València**.

Se mantuvieron también los acuerdos de colaboración con **Bioparc Valencia**, como uno de los importantes activos turísticos de la ciudad, con el **Palacio de Congresos** de Valencia, cooperando en la promoción de la ciudad en general y de dicho recinto en particular, 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.

En colaboración con la **Agència Valenciana del Turisme** se han firmado un nuevo convenio para el fomento de la imagen de la ciudad de Valencia como referente de los diferentes productos, entre los que destacan el cultural, el urbano, el gastronómico, el deportivo y el familiar; así como un nuevo convenio de colaboración con la Agència Valenciana del Turisme y el **Patronato Provincial de Turisme de la Diputación de València**, para el desarrollo de la IV cumbre de Presidentes de Agencias de Viajes de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).

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

Con la **Autoridad Portuaria de Valencia**, para la promoción y comercialización conjunta del mercado de cruceros de la ciudad.

Acuerdo de colaboración con la **Federación de Fallas de Especial** aunando esfuerzos y sinergias en la promoción del potencial turístico, costumbres y tradiciones valencianas; y la renovación del acuerdo 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. Finalmente, se han mantenido las **líneas de colaboración con nuestros asociados**, para la venta de servicios turísticos y artículos de Valencia en nuestras oficinas de Turismo y en el portal de ofertas on-line y para promocionar la gastronomía valenciana, aplicando los acuerdos suscritos con nuestros restaurantes asociados para la venta del Menú Vlc en los canales mencionados.

Calidad

La Fundación mejoró su sistema de gestión renovando las certificaciones con las que ya contaba: **ISO EN UNE 9001** (adaptándola a la edición 2015), **UNE ISO 14785:2015 Oficinas de Información Turística** y **UNE 187005:2009 Convention Bureaux** (marca Q de calidad turística) e incorporando nuevos estándares de accesibilidad **UNE 170001-2:2007** en las oficinas de información turística de Aeropuerto, Ayuntamiento y Joaquín Sorolla así como

incorporando los requisitos de la gestión medioambiental de la **ISO EN UNE 14001:2015**.

2.- COYUNTURA 2017

En 2017 la **actividad turística evolucionó positivamente** impulsada por el incremento de la **demanda extranjera**, que permitió mejorar las tarifas hoteleras y la ocupación en la ciudad. El intenso trabajo realizado por Turismo Valencia para dinamizar las nuevas rutas aéreas existentes, dio su fruto. También en el puerto creció la actividad de los cruceros, con más escalas y más pasajeros que en el ejercicio anterior.

2.1.- Viajeros y pernoctaciones

En 2016 creció el número de visitantes y de pernoctaciones globales en la ciudad. Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), las **pernoctaciones fueron 4.818.434, un 6,6% más** que en el ejercicio anterior, y los **viajeros 2.011.189**, registrando un incremento interanual del 3,8%.

La **demanda extranjera** fue clave, con un **incremento del 9,5%** en sus pernoctaciones (3.049.261), mientras que la nacional subió un 2,1% respecto al ejercicio anterior (1.769.173). **Italia** continuó siendo el principal emisor internacional con 554.004 pernoctaciones y un incremento interanual del 6,3%; mientras que **Holanda** y **Reino Unido** lideraron el crecimiento con un 15,6 y 17,2% de incremento en sus pernoctaciones.

A estos mercados les siguieron en volumen Alemania, Francia y Bélgica. Y en los intercontinentales los que mejor comportamiento presentaron fueron EE.UU. y China.



País	Durante el ejercicio
Italia	554.004 (+6,3%)
Holanda	390.808 (+15,6%)
Reino Unido	321.996 (+17,2%)
Alemania	214.235 (+13,1%)
Francia	202.324 (+2,8%)
Bélgica	148.054 (+11,9%)
Rusia	111.558 (+60,8%)
Suiza	75.254 (+11,2%)
EE.UU.	139.699 (+7,3%)
China	38.465 (+3,4%)

2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

El crecimiento de la demanda hizo que las tarifas hoteleras y la ocupación mejoraran en 2017. Según los datos del INE, **la ocupación hotelera creció 2 puntos, situándose en el 69,78%**. La **estancia media** también subió respecto al anterior ejercicio un 2,8%, alcanzando las **2,4 noches**. Por su parte, el precio por habitación registrado fue de 76,6 euros, un 9% más que en 2016; y el **RevPar** se incrementó un **12,2%, situándose en 54 euros** al cierre del ejercicio.

2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros.

Según los datos de AENA, en 2017 se registraron **3.367.211 llegadas en el Aeropuerto** de Valencia, un **16,28%** más que el anterior ejercicio, de las que 2.411.816 fueron internacionales (+15,5%) y 955.395 nacionales (18,3%).

Por su parte, las cifras de **cruceros** también mejoraron en el Puerto de Valencia, con **203 escalas** frente a las 181 del año anterior y **411.317 pasajeros**, un **2% más** que en el ejercicio anterior.

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 2017 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a 77.

Valencia, 27 de marzo de 2018

Director Gerente

D. Antonio Bernabé García

FUNDACIÓN TURISMO VALENCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA
INVENTARIO DE BIENES Y DERECHOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

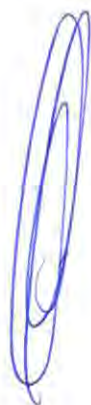
	Coste	Amortiz. / Valor Razonable	Valor Neto
Inmovilizado Intangible	999.209,31	(747.725,30)	251.484,01
Inmovilizado Material	3.627.316,78	(1.141.565,60)	2.485.751,18
Existencias	93.628,22		93.628,22
Imposiciones Plazo Fijo	0,00		0,00
Efectivo en caja y bancos	1.157.928,51		1.157.928,51
Total Bienes	5.878.082,82	(1.889.290,90)	3.988.791,92
Depósitos y fianzas constituidos	53.517,97		53.517,97
Deudores	229.561,43		229.561,43
Otros	9.327,70		9.327,70
Total Derechos	292.407,10		292.407,10
Inventario Total	6.170.489,92	(1.889.290,90)	4.281.199,02

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	4.602,02
30/06/2009	SIGIT (SOPRA 2009)	63.108,78	9.507,13
30/09/2009	VPN SEDES REMOTAS OIT-CENTRAL	4.828,70	842,71
01/10/2009	MARCA VLC EXCELLENCE	2.583,31	451,56
01/10/2009	MARCA TURISMO VALENCIA 6,9,14.	19.145,63	3.346,58
01/10/2009	MARCA VLC VALENCIA	2.891,89	505,48
01/05/2009	MARCA VLC BIKE	5.181,36	688,45
01/05/2009	MARCA VLC MEETINGS	5.313,45	705,99
11/05/2009	MARCA VLC CITY BREAKS	1.386,18	187,97
11/05/2009	MARCA VLC ESPACIO NATURAL	1.386,18	187,97
01/10/2009	MARCA OCIO Y NEGOCIO	833,15	145,59
11/05/2009	MARCA "INCREIBLE PERO CIERTA"	4.089,98	554,65
30/04/2010	SOPRA (2010)	19.733,75	4.590,09
09/04/2010	GESIIMIL MEJORAS	4.640,00	0,00
13/08/2010	MARCA VLC RESTAURANT WEEK	2.683,45	701,34

ANEXO I

23/09/2010	MARCA FLORA,ARQUI,MARA,BO..	5.848,56	1.594,30
23/09/2010	MARCA DESTINO VALENCIA	4.046,70	1.103,14
03/11/2010	PROYECTO TARJETAS SIN CONTACTO	17.748,80	5.037,74
26/10/2010	LICENCIA GESIIMIL	2.119,28	0,00
01/10/2010	MARCA UVELECES	5.598,80	1.538,52
21/03/2011	LICENCIA GESIIMIL 2011	2.360,00	0,00
23/03/2011	MARCA VLC SHOPPING MARZO	3.084,46	993,76
18/05/2011	MARCA PHOTONICS	613,07	206,91
31/05/2011	LICENCIA MCAFEE AYTO Y PUERTO	995,17	0,00
17/10/2011	MARCA VLC SHOPPING OCTUBRE	1.132,80	429,53
30/12/2011	SOPRA 2011	24.340,29	9.722,77
31/12/2011	PROYECTO VTC PALMA TOOLS 2011	50.307,00	20.109,02
04/01/2012	PLATAFORMA RESTAURANTES	37.800,00	0,00
20/04/2012	MARCA VALENCIA FILM OFFICE	1.015,17	436,56
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	1.824,74
20/12/2012	MARCA VALENCIA CRUISE CARD	3.531,50	1.754,17
01/01/2012	GESIIMIL ESTUDIO ING INF 2012	1.125,20	0,00
27/03/2013	MARCA VLC DISCOUNT CARD	1.035,21	541,72
07/03/2013	MARCA VLC & FRIEND	2.465,43	1.276,63
26/04/2013	CAMBIOS 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	1.236,11
07/04/2015	MARCA VLC SPORTS	1.320,16	958,82
29/05/2015	MARCA ESPAÑOLA VLC	5.426,92	4.018,90
30/06/2015	MARCA COMUNITARIA VLC VALENCIA	27.842,10	20.862,51
30/06/2015	MARCA SALUD	1.714,84	1.284,97
08/09/2015	MARCA VALENCIA A TU ALCANCE Y	9.143,80	7.026,95
19/11/2015	MARCA AGENDA VLC 2015	1.152,10	908,11
21/12/2015	MARCA VLC VALENCIA 926711	1.129,62	900,30
18/12/2015	MARCA VLC VALENCIA 882244	13.154,68	10.473,28
15/02/2017	MARCA VALENCIA CULINARY MEETIN	1.571,07	1.433,33
30/11/2017	MARCA VISIT VALENCIA	1.885,75	1.697,17
30/11/2017	MARCA URBAN TOURISM TRENDS	1.570,14	1.413,13
27/12/2017	MARCA VLC VALENCIA EN USA	2.240,92	2.016,83
31/12/2017	NUEVA WEB VISITVALENCIA.ES	88.572,00	88.491,92
14/06/2017	VIDEO HOME NUEVA WEB (PARTE 1)	19.965,00	16.336,84
20/07/2017	VIDEO HOME NUEVA WEB (PARTE 2)	5.953,20	5.065,11
27/11/2017	GUION CREATIVO NUEVA WEB	8.772,50	8.494,90



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	547,15
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	174,61
10/06/2003	1 EQUIPO MESA, SILLA Y BUCK	1.025,42	282,42
27/11/2003	ARMARIOS ARCHIVADORES	1.596,69	471,42
01/04/2003	ALBAÑILERIA	32.832,66	27.993,66
01/04/2003	INSTALACION ELECTRICA E ILUMIN	52.905,76	21.165,76
01/04/2003	INSTALACION FONTANERIA Y SANEA	4.154,69	2.620,69
01/04/2003	INSTALACION DE CLIMATIZACION	100.809,98	63.630,98
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA	25.618,28	21.841,28
01/04/2003	CARPINTERIA METALICA Y CERRAJE	25.877,41	22.056,41
01/04/2003	SOLADOS, ALICATADOS Y REVESTIM	73.026,39	62.256,39
01/04/2003	VIDRIERA Y PROTECCION SOLAR	21.643,63	18.456,63
01/04/2003	PROTECCION CONTRA INCENDIOS	6.767,42	5.764,42
01/04/2003	AISLAMIENTOS ACUSTICOS	4.780,12	4.072,12
01/04/2003	PINTURAS	8.793,48	0,00
01/04/2003	VARIOS	9.087,36	2.383,85
01/04/2003	ANAGRAMA FACHADA	11.302,31	0,00
01/04/2003	SEGURIDAD Y SALUD	3.395,05	612,41
01/04/2003	ALBAÑILERIA (AMPLIACION)	5.947,32	5.077,32
01/04/2003	CERRAJERO (AMPLIACION)	2.101,92	1.791,92
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	618,28	397,28
01/04/2003	PINTOR (AMPLIACION)	4.310,35	0,00
01/04/2003	MUEBLES BAÑO (AMPLIACION)	742,40	196,40
01/04/2003	ENCIMERA CRISTAL 2ª PLANTA- AM	371,20	91,20
01/04/2003	INSTALACION CAJA FUERTE (AMPLI	334,08	83,08
01/04/2003	INSTALACION CUADROS (AMPLIACIO	501,12	132,12
01/04/2003	ELECTRICIDAD (16-12-02) (AMPLI	10.042,99	4.111,99
01/04/2003	CERRAJERIA (AMPLIACION)	452,66	378,66
01/04/2003	FONTANERO (AMPLIACION)	2.055,47	1.297,29
01/04/2003	MODIFICACION ROTULO (AMPLIACIO	7.789,85	0,00
01/04/2003	AMUEBLAMIENTO INTERIOR MOSTRAD	2.465,39	650,39
01/04/2003	PREINSTALACION DE ALARMAS	1.529,49	629,49
01/04/2003	LAMPARA DPCHO. DIRECCION Y ELE	2.016,08	526,08
01/04/2003	PARTIDA DIRECCION FACUTATIVA	8.551,59	7.282,59
01/04/2003	PROYECTOS ARQUITECTOS (SAN JUA	19.534,98	16.652,90
01/04/2003	PROYECTO ARQUITECTOS (FCO.DIAZ	19.534,98	16.652,90
02/01/2004	DESTRUCTORA DE PAPEL TAROS (2	1.074,16	322,37
01/04/2003	EDIFICIO CORTES VCINAS. LEASIN	978.824,49	834.414,43
14/01/2004	MESA, ALA, Y SILLA (2 U.)	1.999,47	603,44

ANEXO I

22/01/2004	CARRETILLA ALMACEN	489,87	183,30
08/01/2004	INST. ELECTRICA ENTRESUELO	4.701,37	2.303,46
23/01/2004	INSTALACION ENROLLABLES	5.591,34	2.473,68
11/02/2004	INST ELECTRICA DPCHO ENTRADA P	4.853,52	2.157,31
23/02/2004	HABILITACION DPCHO. CRISTAL	23.042,77	10.272,30
07/03/2003	MOBILIARIO DESPACHO-HALL-BIBLI	70.653,41	18.292,47
02/04/2003	LIBROS BIBLIOTECA	320,44	84,13
10/02/2004	ARMARIOS DESCANSILLO ESCALERAS	664,38	202,93
27/02/2004	MOBILIARIO AREA PROMOCION (2 U	1.801,16	554,35
10/02/2004	MESAS DESPACHO ADMINISTRACION	1.892,92	578,16
03/03/2004	MOBILIARIO BIBLIOTECA (2 U.)	1.683,82	519,42
03/03/2004	CARRITO TV Y FAX	864,99	266,82
02/03/2004	ARMARIOS-SILLAS DPCHO. ADMINIS	1.952,36	601,95
10/03/2004	AMPLIACION CAJAS ORDENADOR	943,65	422,27
06/04/2004	DVD + VHS	278,40	0,00
29/04/2004	VIDEOPROYECTOR MITSUBISHI SE1U	1.067,20	337,51
22/09/2004	CAMARAS FOTOS (2U) Y VIDEO	2.227,20	748,79
10/03/2004	SILLAS CAJONERA BIBLIOTECA	1.731,48	535,82
26/05/2004	FOTOCOPIADORA LASER IMPRESORA	8.752,29	2.800,32
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	188,31
15/04/2004	MOBILIARIO 4 ENTRESUELO 2	3.627,23	1.088,19
15/04/2004	MOBILIARIO 5 ENTRESUELO 2	10.947,86	3.441,44
03/05/2004	MOBILIARIO 6 ENTRESUELO 2	330,95	104,81
06/05/2004	MOBILIARIO 7 ENTRESUELO 2	44,89	0,00
18/05/2004	MOBILIARIO 8 ENTRESUELO 2	839,06	267,58
26/01/2004	MOBILIARIO 9 ENTRESUELO 2 FAX	562,60	168,78
01/03/2004	MOBILIARIO 10 ENTLO 2 CENTRALI	10.493,53	3.148,01
01/01/2007	MOB. PTO. INFORMAC. PUERTO	2.297,82	0,00
01/01/2007	MESA MODEM II	172,55	0,00
01/01/2007	SILLA SIN BRAZOS	122,11	0,00
13/01/2005	DESTRUCTORA FELLOWES PS220	632,36	222,34
03/05/2005	ARMARIOS COMUNIC-PROMOC (3U)	1.041,03	381,78
01/07/2005	ESTRUC. METROLAINER	603,57	0,00
01/01/2007	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	30,94
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	13,55
27/06/2008	PLASMA 50"+ALTAVOCES+HDMI+PIE	4.704,95	0,00
17/09/2008	FAX L380S	755,51	53,68
25/09/2008	A.A. CUARTO INFORMATICO	5.719,03	418,80
25/09/2008	PERSIANA ALMACEN CORTES VCIANA	5.638,75	412,85
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	36.307,07
31/01/2011	PORTATIL HP 620	908,60	0,00
01/01/2010	DESPACHO ADMON. Y 3 PLAZAS GAR	307.172,80	282.598,96
01/01/2010	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	9.745,23
01/04/2011	RACK 19" 42u HP	1.350,10	0,00
04/07/2011	MOBILIARIO CORTES ADMON 11	13.971,72	4.895,86
01/08/2011	PANTALLA TACTIL REINA FOIL 32"	1.438,80	0,00
01/07/2011	MOBILIARIO OIT AEROPUERTO	5.800,60	2.027,83
01/02/2011	ALARMA 2011 PROSEGUR	3.655,05	2.250,88
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	210,56
10/07/2012	HABILITACION OIT AEROPUERTO	47.005,84	21.255,39
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	23.123,08
01/01/2012	ACTIVACION LEASING 2012	350.992,26	329.932,74
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	84,77
20/06/2014	PORTATIL 14.1/06/14	724,35	84,33
30/06/2014	PORTATIL 14.2/06/14	1.076,03	132,65
30/06/2014	LUMINARIAS CORTES VALENCIANAS	15.230,51	1.877,73
18/09/2014	I PAD 15.1/07/14 15.2 15.3	1.466,52	261,16
13/03/2015	PC CORE I5 RAM 4GB HDD 500 GB	2.954,82	882,38
30/04/2015	PC CORE I3RAM 4GB A. LAVALL	1.940,84	643,40
29/05/2015	PC CORE I5 HDD 500GB LOLES EDO	2.282,06	801,83
30/06/2015	IMPRESORA 08.06.15	467,92	174,67
19/12/2015	23 PC-1 PORTATIL-1IMAC-SERVIDO	53.184,26	26.118,56
31/03/2016	MOB CORTES SILLAS,MESAS Y TABU	5.243,53	4.323,77
16/06/2016	MAQUINA VENDIND INTELIGENTE	14.875,00	9.134,31
25/05/2016	AMPLIACION MOBILIARIO AYTO	5.905,45	4.958,31
30/06/2016	PORTATIL OIT AEROPUERTO	515,10	321,23
30/09/2016	PORTATIL INTEL CORE I5 A.ROS	671,40	460,90
30/09/2016	PORTATIL HP 250 G4 J. MATA	935,44	642,16
30/09/2016	iMAC 1,6 GHz AREA MK	1.276,55	876,32
27/10/2016	SILLAS 2016	2.552,45	2.251,17
30/11/2016	PC TORRE OPTIPLEX AYTO	593,16	431,90
31/10/2016	HP PRODESK CORE i7 16GB	987,44	698,76
30/11/2016	PORTATIL JC CAMBRLS HP PROBOOK	724,79	527,75
28/02/2017	PC SOBREMESA DAVID GOMEZ TECHD	910,92	719,38
28/02/2017	PORTATIL AYUNTAMIENTO DELL VOS	1.191,12	940,66
28/02/2017	EQUIPOS CENTRAL SRAS MARTINEZ	2.411,70	1.904,59
28/02/2017	MEJORAS MOBILIARIO AYTO	2.786,27	2.551,92
21/04/2017	EQUIPOS AREA PROMOCION(CALETRI	1.572,10	1.297,52
30/06/2017	PC TORRE RUTH SANCHEZ + MONITO	867,33	757,43
31/08/2017	EQUIPOS INFORMATICOS AGOSTO 20	5.476,22	5.014,87
30/10/2017	2 MESAS, 4 SILLAS SERVICIOS GE	2.247,28	2.208,49
29/12/2017	EQUIPO CORE I5 JM CAMARERO	987,60	740,70
28/12/2017	DIVISION DPCHO. DIR -SALA JUNT	18.973,44	18.921,46

INVENTARIO DE EXISTENCIAS A 31/12/2017

Descripción	Importe
Bloc de notas A-5	999,34
Bolígrafo cartón reciclado VLC	1.779,71
Bolsa Plástico VLC 2016	13.278,54
Bolsa Plastificada Mediana Edificios VLC 01/2013	66,30
Bolsa Plastificada Pequeña Edificios VLC 01/2013	557,26
Bolsa asa cuatricromía 2017	1.446,28
Bolsas Non Woven medianas	3.736,81
Caramelos de pectina (bolsas)	850,08
CD Vuelo sobre Valencia	380,92
Chupachups	1.521,00
Díptico VTC	3.636,00
DVD Miradas	10,92
Fallas ALE	493,08
Fallas CAST	596,40
Fallas FRA	404,04
Fallas ING	354,82
Fallas ITA	109,20
Fallas Experience	31,50
Flyer Natural Express	75,00
Flyer Ruta Santo Grial	105,00
Folleto Genérico ALEMAN 2015	190,52
Folleto Genérico ITALIANO 2015	169,07
Folleto Navidad	279,00
Folleto papel semilla	3.138,14
Folleto Ruta de la Seda CAST	144,00
Folleto Ruta de la Seda ING	134,00
Folleto Ruta de la Seda VALENCIANO	82,84
Guía de Restaurantes 1/2017	184,60
Guía Lugares singulares	951,94
Guía turística ALEMAN	1.373,52
Guía turística CASTELLANO	1.338,12
Guía turística CHINO 2015	1.373,13
Guía turística FRANCES	663,75
Guía Turística HEBREO	278,85
Guía Turística HOLANDÉS	66,40
Guía Turística ITALIANO	1.883,28
Guía Turística PORTUGUES	8,01
Guía Turística RUSSO	391,17
Guía Turística VALENCIANO	1.175,04
Landyards tubular azul	95,50
Lápices Azules	912,00
Lápices Naranjas	847,02

ANEXO I

Libretas VLC blanca anillas	43,82
Libretas VLC Infinitamente Mediterránea 2016	645,54
Monumentos y museos CASTELLANO	4.908,25
Monumentos y museos INGLES	4.914,05
Monumentos y museos ITALIANO	3.103,00
Monumentos y museos VALENCIANO	1.602,25
Naranjas Anti estrés	806,49
Plan de actuaciones 2017-2020	840,42
Plano Plegado	1.398,00
Plano Plegado Bici	92,50
Plano Talonario	1.136,00
Plano Talonario Bici	200,00
Plano y guía VTC	680,62
Poster campaña Historia INGLES	37,12
Poster campaña Historia CASTELLANO	24,36
Poster campaña Imprescindible CASTELLANO	28,13
Poster campaña Imprescindible INGLES	41,47
Poster campaña Mar INGLES	35,96
Servicios Turísticos 2016 ALEMAN	40,88
Tacos notas 2013	534,30
Vasos Caña	1.876,80
TOTAL FOLLETOS 2017	69.102,06

Descripción	Importe
BOLSA EDIFICIOS GRANDE	5,40
BOLSA EDIFICIOS PEQUEÑA	9,31
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN COBALTO	113,05
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN SOCARRAT	113,05
C. ARTESANIA. ALFARDÓN IMÁN VERDE Y MORADO	119,00
C. ARTESANIA. FALLERITAS PEQUEÑAS	17,10
C. ARTESANIA. IMAN VIRGEN DE LOS DESAMPARADOS	52,05
C. ARTESANIA. IMANES COBALTO	117,18
C. ARTESANIA. IMANES SOCARRAT	212,04
C. ARTESANIA. IMANES VERDE Y MORADO	27,90
C. ARTESANIA. PIEZA SOCARRAT	12,64
C. ARTESANIA. PIEZA VERDE Y MORADO	69,52
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN COBALTO	95,20
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN SOCARRAT	89,25
C. ARTESANIA. TEJA IMÁN VERDE Y MORADO	101,15
C. ARTESANIA. VELA PERFUMADA	14,88
CABANYAL PERCEPTIVE GUIDE	57,80
CAC. DVD CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS	4,62
CAC. DVD OCEANOGRÁFICO	57,84
COMIC FALLAS 2017 - PIERO VIAJERO CASTELLANO	69,60

COMIC FALLAS 2017 - PIERO VIAJERO ITALIANO	69,60
COMIC FALLAS 2017 - PIERO VIAJERO NGLES	69,60
GUIA JARDINES HISTÓRICOS Y PARQUES URBANOS	4,04
GUIA TURISTICA ALEMAN	7,50
GUIA TURISTICA CASTELLANO	5,00
GUIA TURISTICA FRANCES	7,50
GUIA TURISTICA HOLANDES	4,90
GUIA TURISTICA INGLES	13,75
GUIA TURISTICA ITALIANO	10,00
LAMINAS CAC. CIUTAT, MUESO, OCE, HEM, UMBRACLE	358,11
LIBRO GUÍA DE MUSEOS Y MONUMENTOS DE VALENCIA ESP	101,00
LIBRO GUIDE TO MUNICIPAL MUSEUMS AND MONUMENTS	101,00
LIBRO LA ALBUFERA DE VALENCIA	141,65
LIBRO LA ALBUFERA. DE LAGO REAL A PARQUE NATURAL	40,38
LIBRO PAELLAS ALEMAN	34,30
LIBRO PAELLAS FRANCÉS	115,15
LIBRO PAELLAS INGLÉS	12,25
LIBRO PAELLAS ITALIANO	117,60
LIBRO PAELLAS JAPONES	193,55
LIBRO PAELLAS RUSSO	147,00
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ESPAÑOL	108,90
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA FRANCES	229,90
LIBRO TAPAS Y PLATOS C. VALENCIANA ITALIANO	133,10
LIBRO TODO VALENCIA ALEMÁN	145,44
LIBRO TODO VALENCIA ESPAÑOL	339,36
LIBRO TODO VALENCIA FRANCÉS	412,08
LIBRO TODO VALENCIA HOLANDES	321,18
LIBRO TODO VALENCIA INGLES	375,72
LIBRO TODO VALENCIA ITALIANO	393,90
LIBRO TODO VALENCIA RUSSO	357,54
LIBRO TURISTICO / CUADRADO VALENCIA ESPAÑOL	282,80
LIBRO TURISTICO VALENCIA ALEMÁN	181,80
LIBRO TURISTICO VALENCIA CHINO	250,48
LIBRO TURISTICO VALENCIA FRANCÉS	335,32
LIBRO TURISTICO VALENCIA INGLES	375,72
LIBRO TURISTICO VALENCIA ITALIANO	109,08
LIBRO TURISTICO VALENCIA RUSSO	323,20
LIBRO VALENCIA C.F. 1919 - 2004: DESDE SU FUNDACIÓN HASTA EL	5,38
LIBRO VALENCIA CIUDAD DEL GRIAL	84,00
LIBRO VALENCIA FIESTAS DE LA CIUDAD	242,28
LIBRO VALENCIA GUÍA INFANTIL	24,00

ANEXO I

LIBRO VALENCIA GUIARAMA	6,66
LIBRO VALENCIA. HISTORIA DE LA CIUDAD. PASEOS Y RECORRIDOS	319,16
LIBRO VALENCIA. SECRETO A VOCES	388,70
LIBRO VALENCIA: AQUI HAY DRAGONES	144,20
LIBRO VALENCIA: HERE BE DRAGONS	129,78
LIBRO VALENCIA'S LAGOON LA ALBUFERA	198,31
LIBRO VISUAL VALENCIA	310,62
LIBRO VIVIR LIVING VALENCIA	40,32
LLAVEROS MATRIUSKAS FALLERAS Y FALLEROS	80,36
MATRIUSKAS FALLERAS	10,00
POSTALES CAC. CIUTAT, MUSEO, OCE, HEM, UMBRACLE	901,18
POSTALES FALLAS 2017	9,92
ROBIN-RUTH BOLSO 25X25	16,80
ROBIN-RUTH BOLSO 25X25 ESPIRAL BS537	40,50
ROBIN-RUTH BOLSO GONDOLA BS428	201,50
ROBIN-RUTH BOLSO MULTICOLOR BS401	150,00
ROBIN-RUTH BOLSO PASAPORTE BS588 Y BS538	25,60
ROBIN-RUTH GORRA VALENCIA FLORES (CS316B,C Y CS353A,B)	324,80
ROBIN-RUTH GORRA VALENCIA MESH CS482 A,B	285,20
ROBIN-RUTH LLAVERO	6,00
ROBIN-RUTH PARAGUAS VALENCIA CU022	204,40
SEDART. MODELO ALBUFERA GRIS (85X40 CM)	147,54
SEDART. MODELO ALBUFERA SUNSET (85X40 CM)	147,54
SEDART. MODELO BLASCO IBAÑEZ (EXPOSICIÓN)	70,24
SEDART. MODELO NIT DEL FOC (EXPOSICIÓN)	70,24
SEDART. MODELO OLAS (175X45 CM)	273,96
VALENCIA TOURIST CARD 24 H. (IMAGENES)	2.928,63
VALENCIA TOURIST CARD 24 HORAS CRUCEROS	309,96
VALENCIA TOURIST CARD 48 H. (IMAGENES)	4.104,92
VALENCIA TOURIST CARD 7 DIAS SIN TRANSPORTE	1.296,40
VALENCIA TOURIST CARD 72 H. (IMAGENES)	3.439,08
TOTAL ARTÍCULOS DE VENTA	24.526,16