

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

**CUENTAS ANUALES CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO 2022**

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y DE 2021**

(Expresado en euros)

<b>ACTIVO</b>	<b>Notas en la memoria</b>	<b>31/12/2022</b>	<b>31/12/2021</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>3.014.392,13</b>	<b>2.946.044,08</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>Nota 5</b>	<b>713.866,46</b>	<b>595.316,45</b>
Patentes, licencias, marcas y similares		85.042,03	90.058,72
Aplicaciones informáticas		441.175,13	505.257,73
Otro inmovilizado		187.649,30	-
<b>Inmovilizado material</b>	<b>Nota 6</b>	<b>2.255.141,17</b>	<b>2.308.173,70</b>
Terrenos y construcciones		2.175.449,26	2.202.442,34
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		79.691,91	105.731,36
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>Nota 8.1</b>	<b>45.384,50</b>	<b>42.553,93</b>
Otros activos financieros		45.384,50	42.553,93
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>2.771.696,55</b>	<b>1.972.725,65</b>
<b>Existencias</b>	<b>Nota 12</b>	<b>117.909,20</b>	<b>168.693,43</b>
Comerciales		117.909,20	168.693,43
<b>Usuarios y otros deudores de la actividad propia</b>	<b>Nota 8.1</b>	<b>1.742.410,39</b>	<b>1.134.133,73</b>
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>Nota 8.1</b>	<b>67.868,13</b>	<b>19.542,26</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		64.928,13	13.573,56
Personal		2.940,00	4.630,00
Otros créditos con las administraciones públicas	<b>Nota 13</b>	-	1.338,70
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>		<b>5.120,00</b>	<b>-</b>
Otros activos financieros		5.120,00	-
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>43.313,97</b>	<b>65.746,09</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>Nota 8</b>	<b>795.074,86</b>	<b>584.610,14</b>
Tesorería		795.074,86	584.610,14
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>5.786.088,68</b>	<b>4.918.769,73</b>

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y DE 2021**  
 (Expresado en euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas en la memoria	2022	2021
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>2.941.059,92</b>	<b>2.888.360,59</b>
<b>Fondos propios</b>	<b>Nota 11</b>	<b>2.710.472,37</b>	<b>2.627.238,08</b>
Dotación Fundacional		851.853,02	851.853,02
Reservas		1.743.899,22	1.940.423,67
Excedente del ejercicio	<b>Nota 3</b>	114.720,13	(165.038,61)
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>Nota 17</b>	<b>230.587,55</b>	<b>261.122,51</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>33.147,64</b>	<b>54.251,90</b>
<b>Deudas a largo plazo</b>		<b>19.343,17</b>	<b>36.704,39</b>
Acreeedores por arrendamiento financiero	<b>Nota 7.1 y 9.1</b>	19.343,17	36.704,39
<b>Pasivo por impuesto diferido</b>	<b>Nota 13</b>	<b>13.804,47</b>	<b>17.547,51</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>2.811.881,12</b>	<b>1.976.157,24</b>
<b>Provisiones a corto</b>	<b>Nota 9.1</b>		
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>Nota 9.1</b>	<b>1.863.632,08</b>	<b>1.100.636,17</b>
Deudas con entidades de crédito		1.697.709,00	999.980,86
Acreeedores por arrendamiento financiero	<b>Nota 7.1</b>	17.419,56	17.273,06
Otros pasivos financieros		148.503,52	83.382,25
<b>Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>Nota 9.1</b>	<b>948.249,04</b>	<b>875.521,07</b>
Acreeedores varios		666.251,05	650.177,90
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		38.547,10	133,54
Otras deudas con las Administraciones Públicas	<b>Nota 13</b>	243.450,89	225.209,63
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>5.786.088,68</b>	<b>4.918.769,73</b>

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**CUENTA DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE A LOS EJERCICIOS**  
**TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2022 Y DE 2021**  
 (Expresada en euros)

CUENTA DE RESULTADOS	Notas en la memoria	2022	2021
<b>A) EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>			
<b>Ingresos de la actividad propia</b>	Nota 14.e	<b>7.954.336,93</b>	<b>7.801.372,25</b>
Cuotas asociados y afiliados		178.966,80	-
Aportaciones de usuarios		5.920,66	-
Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones	Nota 22.1	6.069.900,00	6.675.836,00
Subvenciones imputadas al excedente del ejercicio	Nota 17	1.699.549,47	1.125.536,25
<b>Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil</b>	Nota 14.e	<b>3.438.480,35</b>	<b>1.658.986,22</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	Nota 14.a	<b>(2.377.044,82)</b>	<b>(1.197.490,47)</b>
Consumo de mercaderías		(2.377.044,82)	(1.226.740,47)
<b>Deterioro de mercaderías y otros provisionamientos</b>			29.250,00
<b>Otros ingresos de la actividad</b>	Nota 14.e	<b>77.718,17</b>	<b>18.744,17</b>
<b>Gastos de personal</b>		<b>(3.309.166,63)</b>	<b>(3.044.579,22)</b>
Sueldos, salarios y asimilados		(2.579.495,31)	(2.395.074,50)
Cargas sociales	Nota 14.b	(729.671,32)	(649.504,72)
Provisiones			
<b>Otros gastos de la actividad</b>		<b>(5.558.849,61)</b>	<b>(5.272.089,12)</b>
Servicios exteriores	Nota 14.c	(601.417,67)	(466.218,44)
Tributos		(18.434,01)	(16.093,51)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		-	1.384,84
Otros gastos de gestión corriente	Nota 14.d	(4.938.997,93)	(4.791.162,01)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	Notas 5 y 6	<b>(143.153,79)</b>	<b>(157.532,43)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	Nota 17	<b>30.534,96</b>	<b>27.029,82</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>		<b>-</b>	<b>(1.568,58)</b>
Resultados por enajenaciones y otros		-	(1.568,58)
<b>Otros resultados</b>	Nota 14.f	<b>1.892,11</b>	<b>2.822,08</b>
<b>A.1) EXCEDENTE DE LA ACTIVIDAD</b>		<b>114.747,67</b>	<b>(164.305,28)</b>
<b>Ingresos financieros</b>		<b>581,58</b>	<b>35,17</b>

De valores negociables y otros instrumentos financieros		581,58	35,17
<b>Gastos financieros</b>		<b>(609,12)</b>	<b>(768,50)</b>
Por deudas con terceros		(609,12)	(768,50)
<b>A.2) EXCEDENTE DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS</b>		<b>(27,54)</b>	<b>(733,33)</b>
<b>A.3) EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>114.720,13</b>	<b>(165.038,61)</b>
<b>Impuestos sobre beneficios</b>	<b>Nota 13</b>	-	-
<b>A.4) VARIACIONES DE PATRIMONIO NETO RECONOCIDA EN EL EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>	<b>Nota 13</b>	<b>114.720,13</b>	<b>(165.038,61)</b>
<b>B) INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE AL PATRIMONIO NETO</b>		-	-
<b>Otros ingresos y gastos</b>		-	-
<b>B.1) VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO POR INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO</b>		-	-
<b>C) RECLASIFICACIONES AL EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>		-	-
<b>Subvenciones recibidas</b>	<b>Nota 17</b>	<b>(30.534,96)</b>	<b>(27.029,82)</b>
<b>C.1) VARIACIÓN DE PATRIMONIO NETO POR RECLASIFICACIONES AL EXCEDENTE DEL EJERCICIO</b>		<b>(30.534,96)</b>	<b>(27.029,82)</b>
<b>D) VARIACIONES DE PATRIMONIO NETO POR INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE AL PATRIMONIO NETO (B.1+C.1)</b>		<b>(30.534,96)</b>	<b>(27.029,82)</b>
<b>E) AJUSTES POR CAMBIO DE CRITERIO</b>		-	-
<b>F) AJUSTE POR ERRORES</b>	<b>Nota 2</b>	<b>(31.485,84)</b>	-
<b>G) VARIACIONES EN LA DOTACIÓN FUNDACIONAL O FONDO SOCIAL</b>		-	-
<b>H) OTRAS VARIACIONES</b>		-	-
<b>I) RESULTADO TOTAL, VARIACIÓN DEL PATRIMONIO NETO EN EL EJERCICIO (A.4+D+E+F+G+H)</b>		<b>52.699,33</b>	<b>(192.068,43)</b>

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**  
**MEMORIA DEL EJERCICIO 2022**

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

**a) Constitución y domicilio social**

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

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

Posteriormente en el ejercicio 2019, concretamente en la Junta Ordinaria del Patronato de la Fundación mantenida el día 13 de marzo de 2019, se acordó la modificación de los Estatutos de la Fundación. En concreto, se procedió a modificar el artículo 1 sustituyendo la denominación de la Fundación a “Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana”. Esta modificación estatutaria fue inscrita en el Registro de Fundaciones de la Comunitat Valenciana el día 6 de septiembre de 2019. El Patronato celebrado el 16 de enero de 2020 acordó la ampliación del objeto de la Fundación, modificación estatutaria inscrita el 25 de noviembre de 2020.

**b) Actividad**

La Fundación tiene por objeto:

- a) La promoción de la ciudad de València y de su imagen turística, tanto a nivel nacional como internacional.
- b) La captación y canalización del turismo hacia nuestra ciudad.
- c) El desarrollo de su infraestructura turística y de servicios complementarios.
- d) La promoción de la ciudad de València como sede de congresos, ferias, convenciones, seminarios, viajes de incentivos y otro tipo de eventos y cualesquiera otras actividades turísticas.
- e) Ofrecer servicio de asesoramiento a los operadores del sector turístico en materias tales como gestión, marketing, comercialización e innovación turística.
- f) Promover y elaborar análisis y estudios, así como el material necesario que sirva de soporte a sus actuaciones.
- g) Establecer relaciones de cooperación y colaboración con Empresas e Instituciones Nacionales e Internacionales que puedan ser de interés para la promoción turística de la ciudad y que quieran contribuir al fin fundacional.

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

sociedades de responsabilidad limitada.

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

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

### **c) Régimen legal**

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

## **NOTA 2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES**

### **a) Imagen fiel**

Las cuentas anuales del ejercicio 2022, compuestas por el balance, la cuenta de resultados, la memoria de la gestión económica compuesta por las notas 1 a 24 y la memoria de actividades fundacionales, se han preparado a partir de los registros contables de la Fundación, habiéndose aplicado las disposiciones legales vigentes en materia contable, con objeto de mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Fundación. Para ello, se ha aplicado lo establecido en la Resolución de 26 de marzo de 2013, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se aprueba el Plan de Contabilidad de las entidades sin fines lucrativos, y por las modificaciones introducidas por el Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre.

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

### **b) Principios contables aplicados**

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

### **c) Moneda de presentación**

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

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

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

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

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

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

#### **e) Comparación de la información**

El Director Gerente presenta, a efectos comparativos, con cada una de las cifras que se desglosan en las presentes cuentas anuales, además de las cifras del ejercicio 2022, las correspondientes al ejercicio anterior. Las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2021, 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 en la sesión celebrada el día 27 de junio de 2022, a falta del informe de auditoría. Posteriormente, el 27 de diciembre de 2022, ratificó el acuerdo de aprobación de las cuentas una vez auditadas.

El Real Decreto 1/2021, de 12 de enero, ha modificado las NRV<sup>a</sup> 9 de instrumentos financieros y la NRV<sup>a</sup> 14 de ingresos por ventas y prestación de servicios del Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre de 2007. Las Disposiciones Transitorias Segunda y Tercera de dicho Real Decreto establecen las normas transitorias de registro y valoración, a aplicar en la fecha de primera aplicación, para los instrumentos financieros y la Disposición Transitoria Quinta, las normas transitorias de registro y valoración a los ingresos por ventas y prestación de servicios. Dichas disposiciones, como excepción al criterio general establecido por la NRV 22<sup>a</sup> de cambios de criterios contables, errores y estimaciones contables permiten no re-expresar las cifras comparativas que se presentan en las presentes cuentas anuales. Es por ello que, a efectos de la comparabilidad de las cifras, se han de tener presente los impactos de aplicación por primera vez de dichas modificaciones, las cuales han sido detalladas en la nota 2.k.

#### **f) Agrupación de partidas**

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

#### **g) Elementos recogidos en varias partidas**

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

#### **h) Cambios en criterios contables**

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

#### **i) Corrección de errores**

En el ejercicio cerrado 2021 no se han producido correcciones por errores, no habiéndose registrado regularización alguna por este motivo. En el ejercicio cerrado 2022 se han producido correcciones disminuyendo las reservas por importe de 31.485,84 euros, correspondientes a:

- Dentro del epígrafe de “Efectivo y otros activos equivalentes” del activo corriente del balance, se disminuye la partida “Depósitos recibidos a corto plazo” por un importe de 24.570,66 euros.
- Dentro del epígrafe de “Inmovilizado material” del activo no corriente del balance, se disminuye de la partida “Instalaciones técnicas, y otro inmovilizado material” un importe de 8.764,37 euros.
- Dentro del epígrafe de “Ventas y otros ingresos de la actividad mercantil” de la cuenta de pérdidas y ganancias, se registró un ingreso correspondiente al ejercicio 2021 por un importe de 1.849,19 euros, aumentando las reservas.

#### **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.

#### **k) Transición**

La aprobación del Real Decreto 1/2021, de 12 de enero, ha modificado el Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre. No obstante, la primera aplicación dicha norma no ha supuesto ninguna adaptación significativa del tratamiento contable de los componentes de las cuentas anuales.

**NOTA 3. EXCEDENTE DEL EJERCICIO**

La propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2022 formulada por el Director Gerente, así como la aprobada para el ejercicio 2021, son las que se muestran a continuación:

	2022	2021
<b>Base de reparto</b>		
Excedente del ejercicio	114.720,13	(165.038,61)
<b>Distribución a:</b>		
A Reservas destinadas a Fines Fundacionales	114.720,13	(165.038,61)
	114.720,13	(165.038,61)

**NOTA 4. NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN**

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

**a) Inmovilizado intangible**

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

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

**Propiedad industrial**

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

**Aplicaciones informáticas**

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

Las aplicaciones informáticas se amortizan linealmente durante su vida útil, estimada entre 3 y 10 años, a razón de un 33% o un 10% anual.

Los costes de mantenimiento de las aplicaciones informáticas se imputan a los resultados del

ejercicio en que se incurren.

**b) Inmovilizado material**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Las correcciones valorativas por deterioro de los elementos del inmovilizado material, así como su reversión cuando las circunstancias que las motivaron dejan de existir, se reconocen como

un gasto o un ingreso, respectivamente, en la cuenta de resultados. La reversión del deterioro tiene como límite el valor contable del inmovilizado que estaría reconocido en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro del valor.

### **c) Arrendamientos y otras operaciones de carácter similar**

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

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

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

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

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

### **d) Instrumentos financieros**

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

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

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

#### **Préstamos y partidas a cobrar**

En esta categoría se clasifican:

- a) Créditos por operaciones comerciales: activos financieros originados por la venta de bienes y la prestación de servicios por operaciones de tráfico, y

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

#### Débitos y partidas a pagar

En esta categoría se clasifican:

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

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

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

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

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

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

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

### Baja de activos y pasivos financieros

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

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

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

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

### Intereses recibidos de activos financieros

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

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

### Fianzas entregadas y recibidas

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

### **e) Existencias**

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

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

Cuando las circunstancias que causaron la corrección del valor de las existencias dejan de

existir, el importe de la corrección es objeto de reversión, reconociéndolo como un ingreso en la cuenta de resultados.

#### **f) Transacciones en moneda extranjera**

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

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

#### **g) Impuesto sobre beneficios**

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

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

Las rentas exentas obtenidas corresponden a subvenciones para investigación, donaciones o ayudas que se destinan y aplican en su totalidad a la actividad fundacional de la Fundación.

Asimismo, las rentas procedentes de los intereses financieros quedan exentas según el apartado 2º del artículo 6 de la citada Ley.

#### **h) Ingresos y gastos**

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

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

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

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

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

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

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

### **i) Provisiones y contingencias**

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

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

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

### **j) Elementos patrimoniales de naturaleza medioambiental**

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

### **k) Subvenciones, donaciones y legados**

Las subvenciones, donaciones y legados recibidos se registran según los siguientes criterios:

#### **k.1) Subvenciones, donaciones y legados de capital no reintegrables**

Se contabilizan inicialmente como ingresos directamente imputados al patrimonio neto, reconociéndose en la cuenta de pérdidas y ganancias como ingresos sobre una base sistemática y racional de forma correlacionada con los gastos derivados de la subvención, donación o legado de acuerdo con los criterios que se describen a continuación:

- Se imputan como ingresos del ejercicio si son concedidos para asegurar una rentabilidad mínima o para compensar déficits de explotación.
- Si son destinadas a financiar déficits de explotación de ejercicios futuros se imputan como ingresos de dichos ejercicios.

- Si se conceden para financiar gastos específicos la imputación se realiza a medida que se devenguen los gastos subvencionados.
- Si son concedidos para la adquisición de activos o existencias se imputan a resultados en proporción a la amortización o, en su caso, cuando se produzca su enajenación, corrección valorativa por deterioro o baja en balance.
- Si son concedidas para cancelar deudas se imputan como ingresos del ejercicio en que se produzca dicha cancelación, salvo que se concedan en relación con una financiación específica, en cuyo caso la imputación se realiza en función del elemento subvencionado.
- Los importes monetarios recibidos sin asignación a una finalidad específica se imputan como ingresos en el ejercicio.

#### **k.2) Subvenciones de carácter reintegrable:**

Se registran como pasivos de la Sociedad hasta que adquieren la condición de no reintegrables.

Las subvenciones, donaciones y legados no reintegrables recibidos de socios o propietarios son registrados directamente en el patrimonio neto, independientemente del tipo de subvención, donación o legado de que se trate.

Las subvenciones, donaciones y legados recibidos de carácter monetario se valoran por el valor razonable del importe concedido. Las de carácter no monetario o en especie se valoran por el valor razonable del bien recibido, referenciados ambos valores al momento de su reconocimiento.

#### **l) Transacciones entre partes vinculadas**

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

#### **m) Estado de flujos de efectivo**

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

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

Flujos de efectivo: entradas y salidas de efectivo o de otros medios equivalentes, entendiendo

por éstos las inversiones a plazo inferior a tres meses de gran liquidez y bajo riesgo de alteraciones en su valor.

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

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

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

## **NOTA 5. INMOVILIZADO INTANGIBLE**

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2022 es el siguiente:

	31/12/2021	Altas	Bajas	31/12/2022
<b>Coste:</b>				
Patentes, licencias, marcas y similares	241.456,24	4.855,25	(7.027,18)	239.284,31
Aplicaciones informáticas	1.371.932,43	-	(78.215,38)	1.293.717,05
Otro Inmovilizado Intangible	-	187.649,30		187.649,30
<b>Total Coste:</b>	<b>1.613.388,67</b>	<b>192.504,55</b>	<b>(85.242,56)</b>	<b>1.720.650,66</b>
<b>Amortización Acumulada</b>				
Patentes, licencias, marcas y similares	(151.397,52)	(9.871,94)	7.027,18	(154.242,28)
Aplicaciones informáticas	(866.674,70)	(64.082,60)	78.215,38	(852.541,92)
<b>Total Amortización Acumulada</b>	<b>(1.018.072,22)</b>	<b>(73.954,54)</b>	<b>85.242,56</b>	<b>(1.006.784,20)</b>
<b>Inmovilizado Intangible, Neto</b>	<b>595.316,45</b>	<b>118.550,01</b>	<b>-</b>	<b>713.866,46</b>

En septiembre de 2016 se concedió por parte de la Entidad Turisme Comunitat Valenciana, el uso de un espacio en la planta baja de la oficina de información turística situada en Valencia, por un periodo de un año, prorrogable anualmente hasta 10 años. En los ejercicios 2022 y 2021, este derecho de uso no se encuentra registrado contablemente en el epígrafe “Inmovilizado Intangible”, al no disponer del valor razonable del este, habiéndose solicitado a Turisme Comunitat Valenciana el valor del inmueble objeto de la cesión de uso.

Por otra parte, la Fundación utiliza como puntos de atención turística un espacio en el edificio consistorial del Ajuntament de València y otro en un quiosco situado en la playa de Valencia, los cuales no están registrados contablemente en el epígrafe “Inmovilizado Intangible”, debido a que no existe contrato de cesión, ni valoración de los mismos. Se ha solicitado la formalización

y valoración de las cesiones de uso de los citados inmuebles, para su registro contable.

El detalle y movimiento del inmovilizado intangible a lo largo del ejercicio 2021 es el siguiente:

	31/12/2020	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2021
<b>Coste:</b>					
Patentes, licencias, marcas y similares	241.456,24	-	-	-	241.456,24
Aplicaciones informáticas	1.243.922,57	-	(90.189,64)	218.199,50	1.371.932,43
Otro Inmovilizado Intangible	174.465,84	43.733,66	-	(218.199,50)	-
<b>Total Coste:</b>	<b>1.659.844,65</b>	<b>43.733,66</b>	<b>(90.189,64)</b>	<b>-</b>	<b>1.613.388,67</b>
<b>Amortización Acumulada</b>					
Patentes, licencias, marcas y similares	(135.236,93)	(16.160,59)	-	-	(151.397,52)
Aplicaciones informáticas	(897.219,27)	(59.645,07)	90.189,64	-	(866.674,70)
<b>Total Amortización Acumulada</b>	<b>(1.032.456,20)</b>	<b>(75.805,66)</b>	<b>90.189,64</b>	<b>-</b>	<b>(1.018.072,22)</b>
<b>Inmovilizado Intangible, Neto</b>	<b>627.388,45</b>	<b>(32.072,00)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>595.316,45</b>

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

#### Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos que al 31 de diciembre de 2022 y 2021 estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	31/12/2022	31/12/2021
Propiedad industrial	117.748,76	143.814,76
Aplicaciones informáticas	652.768,59	730.984,28
	<b>770.517,35</b>	<b>874.799,04</b>

**NOTA 6. INMOVILIZADO MATERIAL**

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2022 es el siguiente:

	31/12/2021	Altas	Bajas	Otras Variaciones	31/12/2022
<b>Coste:</b>					
Terrenos y construcciones	2.792.349,32	-	(11.004,77)	-	2.781.344,55
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	867.412,35	24.931,09	(124.819,45)	-	767.523,99
<b>Total Coste:</b>	<b>3.659.761,67</b>	<b>24.931,09</b>	<b>(135.824,22)</b>	<b>-</b>	<b>3.548.868,54</b>
<b>Amortización Acumulada:</b>					
Terrenos y construcciones	(589.906,98)	(26.993,08)	11.004,77	-	(605.895,29)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(761.680,99)	(42.206,17)	124.819,45	(8.764,37)	(687.832,08)
<b>Total Amortización Acumulada:</b>	<b>(1.351.587,97)</b>	<b>(69.199,25)</b>	<b>135.824,22</b>	<b>(8.764,37)</b>	<b>(1.293.727,37)</b>
<b>Inmovilizado Material, Neto</b>	<b>2.308.173,70</b>	<b>(44.268,16)</b>	<b>-</b>	<b>(8.764,37)</b>	<b>2.255.141,17</b>

El detalle y movimiento del inmovilizado material a lo largo del ejercicio 2021 es el siguiente:

	31/12/2020	Altas	Bajas	31/12/2021
<b>Coste:</b>				
Terrenos y construcciones	2.824.545,31	-	(32.195,99)	2.792.349,32
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	892.333,58	47.466,49	(72.387,72)	867.412,35
<b>Total Coste:</b>	<b>3.716.878,89</b>	<b>47.466,49</b>	<b>(104.583,71)</b>	<b>3.659.761,67</b>
<b>Amortización Acumulada:</b>				
Terrenos y construcciones	(595.061,39)	(27.041,58)	32.195,99	(589.906,98)
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	(777.814,94)	(54.685,19)	70.819,14	(761.680,99)
<b>Total Amortización Acumulada:</b>	<b>(1.372.876,33)</b>	<b>(81.726,77)</b>	<b>103.015,13</b>	<b>(1.351.587,97)</b>
<b>Inmovilizado Material, Neto</b>	<b>2.344.002,56</b>	<b>(34.260,28)</b>	<b>(1.568,58)</b>	<b>2.308.173,70</b>

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

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

#### Elementos totalmente amortizados y en uso

El desglose, por epígrafes, de los activos que al 31 de diciembre de 2022 y 2021, estaban totalmente amortizados y en uso, se muestra a continuación, con indicación de su valor de coste:

	<b>31/12/2022</b>	<b>31/12/2021</b>
Construcciones	136.876,98	147.547,67
Instalaciones técnicas	252.441,30	288.791,16
Otras Instalaciones	-	15.230,51
Mobiliario	69.368,39	82.848,02
Equipos proceso de información	144.341,57	127.776,02
Elementos de transporte	1.699,00	1.699,00
	<b>604.727,24</b>	<b>663.892,38</b>

#### Arrendamientos Financieros

Del importe contabilizado en el inmovilizado material, 307.172,80 euros se mantienen bajo contratos de arrendamiento financiero al cierre del ejercicio 2022 (307.172,80 euros al cierre del ejercicio 2021).

#### Otra información

No se han producido pérdidas por baja de elementos del inmovilizado material en el ejercicio 2022.

Se produjeron pérdidas por baja de elementos del inmovilizado material en el ejercicio 2021 por importe de 1.568,58 euros.

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 2022:

Elemento	Reconocimiento inicial. Valor actual pagos mínimos acordados (incluida opción compra)	Reconocimiento inicial. Valor de la opción de compra	Cuotas satisfechas en el periodo	Pagos mínimos. Próximo ejercicio	Pagos mínimos. Entre 1 y 5 años
Construcciones	307.172,80 €	1.627,08 €	17.823,84 €	17.419,56 €	19.343,17 €

La Fundación tenía los siguientes activos financiados mediante contratos de arrendamiento financiero al 31 de diciembre de 2021:

Elemento	Reconocimiento inicial. Valor actual pagos mínimos acordados (incluida opción compra)	Reconocimiento inicial. Valor de la opción de compra	Cuotas satisfechas en el periodo	Pagos mínimos. Próximo ejercicio	Pagos mínimos. Entre 1 y 5 años
Construcciones	307.172,80 €	1.627,08 €	17.803,38 €	17.273,06 €	36.704,39 €

El importe total de los pagos futuros por los arrendamientos financieros al cierre de los ejercicios 2022 y 2021 es el siguiente:

	2022	2021
<b>Pagos futuros mínimos al cierre del ejercicio</b>	<b>36.762,73</b>	<b>53.977,43</b>
(-) Gastos financieros no devengados	(676,43)	(874,55)
Valor de la opción de compra	1.627,08	1.627,08
	<b>37.713,38</b>	<b>54.729,98</b>

**7.2) Arrendamientos operativos (la Fundación como arrendatario)**

El cargo a los resultados del ejercicio 2022 en concepto de arrendamiento operativo ha ascendido a 84.607,86 euros (59.727,86 euros en el ejercicio anterior).

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

	2022	2021
Hasta 1 año	71.189,12	55.982,37
Entre uno y cinco años	14.321,70	798,29
	<b>85.510,82</b>	<b>56.780,66</b>

**NOTA 8. ACTIVOS FINANCIEROS**

El detalle de activos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2022 y 2021 es el siguiente:

	Créditos, Derivados y otros 31/12/2022	Créditos, Derivados y otros 31/12/2021
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	45.384,50	42.553,93
<b>Total Activos Financieros</b>	<b>45.384,50</b>	<b>42.553,93</b>

El detalle de activos financieros a corto plazo a 31 de diciembre de 2022 y 2021 es el siguiente:

	Créditos, Derivados y otros 31/12/2022	Créditos, Derivados y otros 31/12/2021
<b>Activos a valor razonable con cambios en cuenta de resultados:</b>	<b>795.074,86</b>	<b>584.610,14</b>
- Efectivo y otros activos líquidos	795.074,86	584.610,14
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 8.1)	1.815.398,52	1.153.675,99
<b>Total activos financieros</b>	<b>2.610.473,38</b>	<b>1.738.286,13</b>

**8.1 Préstamos y partidas a cobrar**

La composición de este epígrafe a 31 de diciembre de 2022 y 2021 es la siguiente:

	31/12/2022		31/12/2021	
	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	-	64.928,13	-	13.573,56
Usuarios y otros deudores de la actividad	-	1.742.410,39	-	1.134.133,73
Personal	-	2.940,00	-	4.630,00
Otros créditos con las Administraciones Públicas	-	-	-	1.338,70
Fianzas y depósitos	45.384,50	5.120,00	42.553,93	-
				-
<b>Total préstamos y partidas a cobrar</b>	<b>45.384,50</b>	<b>1.815.398,52</b>	<b>42.553,93</b>	<b>1.153.675,99</b>

Los saldos deudores comerciales y otras cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2022 y al 31 de diciembre de 2021 no incluyen deterioros causados por riesgos de insolvencia.

No existen deudas por insolvencias firmes reconocidas en la cuenta de resultados durante los ejercicios 2022 y 2021.

**8.2. Otra información**

No se han reclasificado instrumentos financieros durante los ejercicios 2022 y 2021.

**NOTA 9. PASIVOS FINANCIEROS**

Los pasivos financieros a largo plazo a 31 de diciembre de 2022 y 2021 son los siguientes:

	Derivados y Otros 2022	Derivados y Otros 2021
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	19.343,17	36.704,39
<b>Total</b>	<b>19.343,17</b>	<b>36.704,39</b>

Los pasivos financieros a corto plazo al 31 de diciembre de 2022 y 2021 son los siguientes:

	Derivados y Otros 2022	Derivados y Otros 2021
Débitos y partidas a pagar (Nota 9.1)	2.811.881,12	1.976.157,24
<b>Total</b>	<b>2.811.881,12</b>	<b>1.976.157,24</b>

**9.1) Débitos y partidas a pagar**

Su detalle a 31 de diciembre de 2022 y 2021 es el siguiente:

	31/12/2022		31/12/2021	
	Largo plazo	Corto plazo	Largo plazo	Corto plazo
<b>Por operaciones comerciales:</b>				
Acreedores		666.251,05	-	650.177,90
<b>Total saldos por operaciones comerciales</b>		<b>666.251,05</b>	<b>-</b>	<b>650.177,90</b>
<b>Por operaciones no comerciales:</b>				
Deudas con entidades de Crédito		- 1.697.709,00	-	999.980,86
Deudas por arrendamiento financiero (Nota 9.2)	19.343,17	17.419,56	36.704,39	17.273,06
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		- 38.547,10	-	133,54
Fianzas y depósitos		- 148.503,52	-	83.382,25
Otras deudas con las administraciones públicas		- 243.450,89	-	225.209,63
<b>Total saldos por operaciones no comerciales</b>	<b>19.343,17</b>	<b>2.145.630,07</b>	<b>36.704,39</b>	<b>1.325.979,34</b>
<b>Total Débitos y partidas a pagar</b>	<b>19.343,17</b>	<b>2.811.811,12</b>	<b>36.704,39</b>	<b>1.976.157,24</b>

**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 2022 y 2021 proceden de los contratos de arrendamiento financiero y de una póliza de crédito con la entidad Cajamar, Caja rural, Sociedad Cooperativa de Crédito formalizada con vencimiento a 10 meses por 1.700.000 de euros con una TAE del 1,7944%.

El tipo medio de las deudas a largo plazo en el ejercicio 2022 se ha visto disminuido debido a la contratación de la póliza de crédito anteriormente descrita, siendo del 0,01% y el 0,08% en 2021.

**b) Clasificación por vencimientos**

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2022, por anualidades, es el siguiente:

	2024	Total
<b>Deudas financieras:</b>		
Arrendamiento financiero	19.343,17	<b>19.343,17</b>
<b>Total</b>	<b>19.343,17</b>	<b>19.343,17</b>

El detalle de los vencimientos de los instrumentos financieros de pasivo a largo plazo al cierre del ejercicio 2021, por anualidades, era el siguiente:

	2023	2024	Total
<b>Deudas financieras</b>			
Arrendamiento financiero	17.449,56	19.254,83	36.704,39

**c) Incumplimiento de obligaciones contractuales**

No se ha producido incidencia alguna en el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

**d) Información sobre los aplazamientos de pago efectuado a proveedores. Disposición final segunda de la Ley 31/2014, de 3 de diciembre, por la que se modifica la disposición adicional tercera “Deber de información” de la Ley 15/2010, de 15 de julio**

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

	31/12/2022	31/12/2021
	Días	Días
Periodo medio de pago a proveedores	18,05	16,14
Ratio de las operaciones pagadas	19,17	15,38
Ratio de operaciones pendientes de pago	4,79	23,04
	Importe (euros)	Importe (euros)
Total pagos realizados	7.952.573,46	5.957.775,90
Total pagos pendientes	675.591,35	650.177,01

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

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

### **10.1) Riesgo de crédito**

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

### **10.2) Riesgo de liquidez**

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

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

### **10.3) Riesgo de mercado**

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

### **10.4) Riesgo de tipo de interés**

Las variaciones de los tipos de interés modifican el valor razonable de aquellos activos y pasivos que devengan un tipo de interés fijo, así como los flujos futuros de los activos y pasivos referenciados a un tipo de interés variable.

El objetivo de la gestión del riesgo de tipos de interés es alcanzar un equilibrio en la estructura de la deuda que permita minimizar el coste de la deuda en el horizonte plurianual con una volatilidad reducida en la cuenta de resultados.

Los tipos de interés de referencia de la deuda contratada por la Fundación son, fundamentalmente, el Euribor.

**NOTA 11. FONDOS PROPIOS**

El movimiento durante los ejercicios 2022 y 2021 ha sido el siguiente:

Concepto	Dotación Fundacional	Reservas Estatutarias	Excedente del Ejercicio	Total
<b>Saldo inicial del 2021</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.963.123,89</b>	<b>(22.700,22)</b>	<b>2.792.276,69</b>
Aplicación del excedente	-	(22.700,22)	22.700,22	-
Excedente del ejercicio	-	-	(165.038,61)	(165.038,61)
<b>Saldo final del 2021</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.940.423,67</b>	<b>(165.038,61)</b>	<b>2.627.238,08</b>
<b>Saldo inicial del 2022</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.940.423,67</b>	<b>(165.038,61)</b>	<b>2.627.238,08</b>
Aplicación del excedente	-	(165.038,61)	165.038,61	-
Excedente del ejercicio	-	-	114.720,13	114.720,13
Otras variaciones del Patrimonio neto	-	(31.485,84)	-	(31.485,84)
<b>Saldo final del 2022</b>	<b>851.853,02</b>	<b>1.743.899,22</b>	<b>114.720,13</b>	<b>2.710.472,37</b>

Al cierre de los ejercicios 2022 y 2021 el excedente negativo de los citados ejercicios se ha aplicado disminuyendo la reserva destinada a fines fundacionales.

**NOTA 12. EXISTENCIAS**

La totalidad de las existencias que mantiene la Fundación a 31 de diciembre de 2022, por importe de 117.909,20 euros (168.693,43 euros en el ejercicio anterior), corresponde a Valencia Tourist Card, artículos de venta, folletos y merchandising.

**Deterioro de existencias en 2021.**

En el ejercicio 2022, no se han registrados de deterioros de existencias. En el ejercicio 2021 se registró la reversión de la corrección valorativa por deterioro de existencias por importe de 29.250,00 euros realizada en el ejercicio anterior.

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

Otra información

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

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

**NOTA 13. SITUACIÓN FISCAL**

El detalle de los saldos mantenidos con las Administraciones Públicas al 31 de diciembre de 2022 y 2021 es el siguiente:

	31/12/2022		31/12/2021	
	A Cobrar	A Pagar	A Cobrar	A Pagar
<b>No Corriente:</b>				
Impuesto sobre el Valor Añadido- diferido por inversiones	-	13.804,47	-	17.547,51
	-	<b>13.804,47</b>	-	<b>17.547,51</b>
<b>Corriente:</b>				
Impuesto sobre el Valor Añadido	-	28.888,30	-	13.443,68
Impuesto sobre el Valor Añadido- diferido por inversiones	-	3.725,76	-	3.725,76
Retenciones por IRPF	-	133.005,65	-	125.634,28
Organismos de la Seguridad Social	-	77.831,18	-	82.405,91
Impuesto sobre Beneficios	-	-	1.338,70	-
	-	<b>243.450,09</b>	<b>1.338,70</b>	<b>225.209,63</b>
	-	<b>257.255,36</b>	<b>1.338,70</b>	<b>242.757,14</b>

Las diferencias temporarias de pasivo surgen como consecuencia del importe correspondiente al Impuesto sobre el Valor Añadido no deducible correspondiente a los contratos de arrendamiento financiero (Nota 7).

Situación fiscal

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

<b>Resultado contable del ejercicio 2022</b>			<b>114.720,13</b>
	<b>Aumentos</b>	<b>Disminuciones</b>	
<b>Resultados exentos</b>	-	<b>65.062,00</b>	<b>(65.062,00)</b>
<b>Bases imponibles negativas ejercicios anteriores</b>	-	<b>49.658,13</b>	<b>(49.658,13)</b>
<b>BASE IMPONIBLE (RESULTADO FISCAL)</b>	-	-	-

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2022 tienen el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Conceptos	Ingresos	Gastos	Rentas
De la Actividad fundacional A° 6-1° Ley 49/02	7.978.468,71	(7.913.406,71)	65.062,00
De origen empresarial A° 7 Ley 49/02	3.525.110,05	(3.475.451,92)	49.658,13
<b>Totales</b>	<b>11.503.578,76</b>	<b>(11.388.858,63)</b>	<b>114.720,13</b>

Todas las rentas obtenidas por la Fundación durante el ejercicio 2021 tienen el carácter de exentas, excepto las actividades económicas de carácter mercantil:

Conceptos	Ingresos	Gastos	Rentas
De la Actividad fundacional A° 6-1° Ley 49/02	7.822.831,18	(7.438.256,18)	384.575,00
De origen empresarial A° 7 Ley 49/02	1.686.158,53	(2.235.772,14)	(549.613,61)
<b>Totales</b>	<b>9.508.989,71</b>	<b>(9.674.028,32)</b>	<b>(165.038,61)</b>

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

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

Según establece la legislación vigente, los impuestos no pueden considerarse definitivamente liquidados hasta que las declaraciones presentadas hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales o haya transcurrido el plazo de prescripción de cuatro años. Al cierre del ejercicio 2022 la Fundación tiene abiertos a inspección los ejercicios 2018 y siguientes del Impuesto sobre Sociedades y los ejercicios 2019 y siguientes para los demás impuestos que le son de aplicación. Se considera que se han practicado adecuadamente las liquidaciones de los mencionados impuestos, por lo que, aun en el caso de que surgieran discrepancias en la interpretación normativa vigente por el tratamiento fiscal otorgado a las operaciones, los eventuales pasivos resultantes, en caso de materializarse, no afectarían de manera significativa a las cuentas anuales adjuntas.

**NOTA 14. INGRESOS Y GASTOS****a) Aprovisionamientos**

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

	2022	2021
Artículos Souvenirs	1.926,36	4.458,21
Entradas Recintos Turísticos	1.377.917,83	564.108,79
Compras Valencia Tourist Card	589.608,99	241.574,87
Menú Portal Ofertas	261.802,32	373.957,41
Guías Turísticas	12.699,00	13.126,14
Visitas guiadas	82.306,09	50.470,61
<b>Compras artículos y servicios destinados a la actividad</b>	<b>2.326.260,59</b>	<b>1.247.696,03</b>
<b>Variación de existencias de bienes destinados a la actividad</b>	<b>50.784,23</b>	<b>(20.955,56)</b>
<b>Deterioro de existencias</b>	-	-
<b>Reversión de deterioro</b>	-	<b>(29.250,00)</b>
<b>Total Aprovisionamientos</b>	<b>2.377.044,82</b>	<b>1.197.490,47</b>

**b) Cargas sociales**

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

	2022	2021
Seguridad Social a cargo de la empresa	699.967,20	620.606,52
Aportaciones a sistemas complementarios de pensiones	20.001,00	21.003,00
Otros gastos sociales	9.703,12	7.895,20
<b>Cargas sociales</b>	<b>729.671,32</b>	<b>649.504,72</b>

**c) Servicios exteriores**

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

	2022	2021
<b>Arrendamientos y cánones</b>	<b>84.607,86</b>	<b>59.727,86</b>
<b>Reparaciones y conservación</b>	<b>144.794,14</b>	<b>124.322,96</b>
<b>Servicios Profesionales Independientes</b>	<b>112.872,45</b>	<b>77.044,20</b>
Notaria	2.528,45	1.680,24
Asesoría Riesgos Laborales	6.304,16	6.698,75
Asesoría Laboral, Fiscal y Contable	23.077,46	23.551,44
Auditorias	12.600,40	23.295,43
Asesoría Jurídica	35.601,00	13.492,63
Asesoría patentes y marcas	8.251,82	4.756,21
Asesoría recursos humanos	24.509,16	3.569,50
<b>Primas de seguros</b>	<b>14.732,23</b>	<b>9.342,84</b>
<b>Servicios bancarios y similares</b>	<b>44.679,67</b>	<b>26.674,82</b>
<b>Suministros</b>	<b>38.500,28</b>	<b>25.597,83</b>
<b>Otros servicios de explotación</b>	<b>161.231,04</b>	<b>143.507,93</b>
Material de oficina	10.030,61	5.164,66
Suscripciones	1.906,26	1.485,88
Desplazamientos	10.055,33	5.653,40
Otros productos informáticos	6.853,99	10.242,65
Correos y telégrafos	5.788,58	3.718,94
Fotocopias consumos	5.180,10	5.064,83
Control horario	6.980,49	-
Limpieza de locales	36.193,92	38.938,24
Gastos comunidad	6.968,40	4.241,34
Gastos varios	1.048,66	1.207,42
Telefonía y datos	40.057,74	47.678,05
Mensajeros	9.055,78	4.527,60
Servicios almacén	6.326,92	12.098,36
Material papelería corporativa	2.430,93	1.443,15
Servicio agua	3.252,94	1.742,01
Servicios ETT	7.626,39	-
Reciclaje	1.474,00	301,40
<b>Servicios Exteriores</b>	<b>601.417,67</b>	<b>466.218,44</b>

**d) Otros gastos de la actividad**

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

	2022	2021
<b>Servicios de atención al visitante</b>	<b>42.026,01</b>	<b>52.295,53</b>
<b>Acciones de Marketing y Comunicación</b>	<b>746.367,92</b>	<b>315.527,79</b>
<b>Acciones Promocionales</b>	<b>4.150.604,00</b>	<b>4.423.338,69</b>
Material promocional y presentaciones en destino	71.814,91	15.523,61
Asistencia a ferias y otras acciones directas	672.427,63	121.841,75
Viajes familiarización	35.133,57	27.944,34
Productos	1.600.962,82	3.408.182,36
Apoyo a eventos y congresos	13.794,55	6.359,75
Pertenencia a organismos	-	203,79
Destino turístico Inteligente y marketing online	967.360,74	442.860,08
Marketing digital	789.109,78	400.423,01
<b>Otros gastos de la actividad</b>	<b>4.938.997,93</b>	<b>4.791.162,01</b>

**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	2022		2021	
	Euros	%	Euros	%
Cuotas asociados y afiliados	178.966,80	1%	6.675.836,00	70%
Aportaciones de usuarios	5.920,66	0%	6.675.836,00	70%
Ingresos Patrocinios	6.069.900,00	53%	6.675.836,00	70%
Subvenciones a la explotación	1.699.549,47	15%	1.125.536,25	12%
<b>Ingresos de la entidad por la actividad propia</b>	<b>7.954.336,93</b>		<b>7.801.372,25</b>	
Ingresos por Comisiones	20.800,35	0%	7.397,99	0%
Otros Ingresos	56.917,82	1%	11.346,18	0%
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>77.718,17</b>		<b>18.744,17</b>	
Ventas de la actividad mercantil	3.438.480,35	30%	1.658.986,22	18%
<b>Total</b>	<b>11.470.535,45</b>		<b>9.479.102,64</b>	

**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:

	2022	2021
<b>Ingresos:</b>	<b>1.926,77</b>	<b>3.158,19</b>
Ingresos excepcionales	1.926,77	3.158,19
<b>Gastos:</b>	<b>(34,66)</b>	<b>(336,11)</b>
Gastos excepcionales	(34,66)	(336,11)
<b>Resultados</b>	<b>1.892,11</b>	<b>2.822,08</b>

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

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

Con la pandemia vigente, aunque con la mayoría de las restricciones en declive, se planteó inicialmente el ejercicio 2022 continuando con la actividad promocional orientada al mercado español, pero con una progresiva apertura hacia el visitante residente en el extranjero, en función de cómo evolucionara la situación sanitaria en los diferentes mercados europeos, principalmente. Los mercados asiáticos continuaban con problemas, los europeos ganaban confianza y los americanos se recuperaban lentamente. A esta situación se unió, inesperadamente, el inicio de la guerra en Ucrania, cesando sus vuelos las aerolíneas rusas y condicionando las perspectivas de los mercados de esa zona.

No obstante, lo anterior, se desarrollaron actividades de marketing por programas de producto turístico y en los mercados emisores internacionales más importantes para la ciudad.

Como planes estratégicos de referencia continuaba siendo un documento válido, en parte, el “Plan de Estímulo al Turismo 2020”, aunque se incorporó también como documento estratégico el “Plan de Sostenibilidad Turística 2022-2024”, que incluye una orientación fuerte en materia de sostenibilidad y digitalización. Este documento contiene las actuaciones a desarrollar por el Ayuntamiento de València, junto a Visit València, para materializar los fondos europeos Next Generation obtenidos. Aunque propiamente no es Visit València quien gestiona y ejecuta esos fondos, no podemos soslayar la importancia de la colaboración de la fundación con el Ayuntamiento para el buen fin de esas inversiones.

A la vez, en este período, se diseñó y se inició la Estrategia de Turismo Sostenible de València 2030, un ambicioso proyecto que tiene como objetivo cumplir los 17 Objetivos de Desarrollo

Sostenible (ODS) y que está alineado con el Plan Estratégico de Turismo de la CV 2020-2025. Una Estrategia que ya la ha llevado a València, por ejemplo, a ser pionera en el mundo en medir sus huellas de carbono e hídrica turísticas y certificar el método de cálculo. Adicionalmente, en estrecha colaboración con la Administración del Estado y Autonómica, se inició la implementación del modelo DTI, aunque València ya venía ejecutando sus presupuestos de acuerdo con unos principios y filosofía similares.

Asimismo, hay que destacar que iniciamos el 2022 ostentando la Capitalidad Europea de Turismo Inteligente, reconocimiento que se nos hizo por la Comisión Europea en noviembre de 2021, lo que se tradujo en el desarrollo de una serie de actividades relacionadas con esa distinción.

Como consecuencia de la transformación digital que se aceleró durante la pandemia en los hogares y empresas, se decidió intensificar las acciones de marketing digital (CRM, Sisventur, etc.) y los procesos de digitalización interna en la Fundación (procedimientos de calidad, sharepoint, etc.).

El plan de actuación se ha ejecutado de acuerdo con las indicaciones dadas por el Protectorado de Fundaciones de la Comunidad Valenciana en las siguientes actividades:

## ACTIVIDAD 1:

### 1. Identificación:

Denominación: MATERIALES PARA LA LÍNEA DE NEGOCIO

Tipo de actividad: Mercantil.

Sector de la actividad: Turismo

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

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

### 2. Recursos humanos empleados en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	27	45.293
Personal voluntario		

### 3. Beneficiarios de la actividad

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

### 4. Recursos económicos empleados en la actividad

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 1	
	LINEA DE NEGOCIO	
	PREVISTO	REALIZADO
Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		50.784,23
Aprovisionamientos	2.265.000,00	2.326.260,59
Gastos de personal	885.534,00	892.456,77
Otros gastos de explotación	139.880,00	167.178,57
Amortización del Inmovilizado	55.016,00	38.607,48
Gastos financieros	364,00	164,27
Impuestos sobre beneficios		
<b>Subtotal gastos</b>	<b>3.345.794,00</b>	<b>3.475.451,92</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	50.700,00	58.640,72
Cancelación de deuda no comercial	4.550,00	4.642,68
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>55.250,00</b>	<b>63.283,40</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>3.401.044,00</b>	<b>3.538.735,31</b>

### 5. Objetivo:

Mostrar la oferta turística de la ciudad de manera directa, completa, útil y actualizada. Impulsar la comercialización de productos y servicios turísticos y posicionar a la Fundación como la mejor entidad desde la que realizar una planificación integral de la visita a la ciudad. La ejecución ha superado en más de un 4% los gastos e inversiones previstas en esta Actividad y las ventas han aumentado alrededor de un 12% las cifras iniciales previstas

## ACTIVIDAD 2:

### 1. Identificación:

Denominación: ESTRATEGIA: CREAR VALOR PARA EL VISITANTE.

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

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

Acciones desarrolladas:

- Se han estructurado la oferta y los servicios turísticos en torno a programas de productos.
- Especial hincapié en los productos Convention Bureau, Cultura y Ocio, Gastronomía, Shopping, Sports, Shopping y Valencia Film Office.
- También impulsamos la promoción de los productos medical Destination, Valencia Unique, Naturaleza, Idiomático y de Estudios y Cruises.

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

### 2. Recursos humanos empleados en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	33	55.358
Personal voluntario		

### 3. Beneficiarios de la actividad:

La ciudad de València, siendo beneficiarios directos los agentes económicos relacionados con el sector turístico y sus habitantes en general, ya que, por la propia naturaleza del gasto turístico, éste se extiende en multitud de servicios y productos del territorio. Además, a través de estas acciones se conoce mejor la ciudad por lo que se generan efectos positivos en otros sectores como la construcción, la agricultura, la formación, negocios export-import, etc.

### 4. Recursos económicos empleados en la actividad

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 2	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	1.123.947,00	1.062.127,59
Otros gastos de explotación	1.746.540,00	1.841.950,82
Amortización del Inmovilizado	69.828,00	45.947,40
Gastos financieros	462,00	195,51
<b>Subtotal gastos</b>	<b>2.940.777,00</b>	<b>2.950.221,31</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	64.350,00	69.789,29
Cancelación de deuda no comercial	5.775,00	5.525,33
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>70.125,00</b>	<b>75.314,62</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>3.010.902,00</b>	<b>3.025.535,93</b>

### 5. Objetivo:

- Hemos mantenido la continua mejora de la atención multicanal al visitante.
- Colaboración de los actores turístico de la ciudad en torno a programas de productos turísticos.
- Hemos implementado herramientas digitales avanzadas para la gestión del marketing y la atención al visitante, debido a las nuevas necesidades surgidas por la pandemia. La atención en las oficinas ha sido presencial y mediante comunicación online, como chatbots o atención telefónica, como ejemplos.

## ACTIVIDAD 3:

### 1. Identificación:

Denominación: ACCIONES ENCAMINADAS A LA MARCA Y PROMOCION EN MERCADOS

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo.

Descripción: La pandemia ha acelerado el uso de canales y medios digitales para el conocimiento, la comparación, la selección, la compra y la valoración de la experiencia del viaje. Ese comportamiento del consumidor nos ha obligado, en primer lugar, a invertir en los atributos generales de la marca València, con el fin de que el posicionamiento y la diferenciación del destino sean cada vez más potentes, más nítidos. Por otra parte, dado que los turistas esperan una experiencia individualizada, acorde con sus intereses y momento de compra, la estrategia de marca también ha avanzado hacia la segmentación de la demanda y la especialización de la oferta. La promoción turística en mercados ha sido más personalizada y, en ese desafío, la inteligencia de mercados, la creación de contenidos específicos por segmento, el uso de herramientas digitales de información y comunicación, la colaboración público-privada, son todos ellos drivers para la recuperación de la demanda y el aumento del gasto turístico en el destino.

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

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

### 2. Recursos humanos empleados en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	16	26.840
Personal voluntario		

**3. Beneficiarios de la actividad:**

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

**4. Recursos económicos empleados en la actividad:**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 3 ACCIONES DE ACTUALIZAR MARCA Y MERCADOS	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	715.239,00	728.198,14
Otros gastos de explotación	1.964.980,00	2.821.899,37
Amortización del Inmovilizado	44.436,00	31.501,68
Gastos financieros	294,00	134,04
Impuestos sobre beneficios	-	-
<b>Subtotal gastos</b>	<b>2.724.949,00</b>	<b>3.581.733,23</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	40.950,00	47.847,77
Cancelación de deuda no comercial	3.675,00	3.788,18
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>44.625,00</b>	<b>51.635,95</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>2.769.574,00</b>	<b>3.633.369,18</b>

**5. Objetivo:**

- Dotar a València de una marca turística que refleje los atributos que mejor identifiquen y diferencien al destino entre las ciudades europeas y mediterráneas.
- Invertir en posicionamiento de marca, enfocados a aquellos segmentos de mayor interés para nuestro *potfolio* de productos turísticos.
- Ampliar la plataforma global de comunicación turística, que integra diferentes recursos tecnológicos para optimizar la comunicación segmentada, contextualizada y personalizada.
- Personalizar la comunicación, teniendo en consideración las necesidades de cada tipo de cliente y su comportamiento de compra.
- Aumentar la presencia en los mercados españoles.
- Ampliar la cuota de mercado en los grandes países emisores europeos.
- Recuperar la conectividad aérea perdida por la pandemia.

## ACTIVIDAD 4:

### 1. Identificación:

Denominación: ACCIONES DE ESTRATEGIA DE DESTINO TURISTICO INTELIGENTE Y GOBERNANZA

Tipo de actividad: Fundacional.

Sector de la actividad: Turismo

Descripción: En 2022 la Fundación inició la tercera fase del sistema de inteligencia turística, continuando con nueva información sobre la oferta y demanda de apartamentos turísticos. También han sido prioritarios la generación de nuevos indicadores de turismo sostenible, como la medición de las huellas hídrica y del turismo correspondientes a 2021, el último año con datos disponibles.

En 2022 se empezó el ejercicio con efectos aún persistentes en los mercados derivados de la pandemia. Se apostó aún más por la sostenibilidad del destino, en colaboración con el resto de las entidades públicas y privadas que tienen incidencia en esta materia. Visit València continúa trabajando con un plan plurianual que contribuya a los objetivos de desarrollo sostenibles (ODS) marcados por Naciones Unidas y especificados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y sigue avanzando en la estrategia de descarbonización del destino. Fruto del trabajo que se realiza juntamente con numerosas instituciones de la ciudad, se celebró el año de la Capitalidad Europea del Turismo Inteligente. Además, se han iniciado por parte del Ayuntamiento del València, pero con una colaboración permanente de la Fundación, las contrataciones para las actuaciones contenidas en el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD), que dispone de 7,5 millones de euros para su ejecución.

Lugar de desarrollo: Estas acciones se llevan a cabo en la ciudad de València, tanto en espacios de la Fundación como en otros diferentes.

### 2. Recursos humanos empleados en la actividad:

Tipo	Número de personal	Nª horas / año
Personal asalariado	14	23.485
Personal voluntario		

### 3. Beneficiarios de la actividad:

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

**4. Recursos económicos empleados en la actividad:**

GASTOS / INVERSIONES	Actividad 4 ACCIONES DESTINO TURISTICO INTELIGENTE	
	PREVISTO	REALIZADO
Gastos de personal	681.180,00	626.384,14
Otros gastos de explotación	386.600,00	727.855,50
Amortización del Inmovilizado	42.320,00	27.097,23
Gastos financieros	280,00	115,30
Impuestos sobre beneficios		
<b>Subtotal gastos</b>	<b>1.110.381,00</b>	<b>1.381.452,17</b>
Adquisiciones de Inmovilizado (excepto Bienes de Patrimonio Histórico)	39.000,00	41.157,87
Cancelación de deuda no comercial	3.500,00	3.258,53
<b>Subtotal inversiones</b>	<b>42.500,00</b>	<b>44.416,40</b>
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>1.152.881,00</b>	<b>1.425.868,57</b>

**5. Objetivo:**

Los objetivos de la estrategia de destino sostenible e inteligente han sido:

- Mejorar la toma de decisiones de Visit València y el sector turístico.
- Incrementar el conocimiento del turista potencial y real.
- Mejorar la promoción en los canales B2B mediante el uso de tecnologías de comunicación.
- Dinamizar el contacto con nuestros asociados con dichas tecnologías.
- Mejorar la gestión del proceso de implementación del Plan de Digitalización.
- Fomentar la calidad en el destino València.
- Fortalecer la sostenibilidad de València como destino turístico, tanto desde un punto de vista medioambiental como social.
- Convertir a València en el horizonte 2025 en un destino urbano neutro en emisiones de carbono.



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

<b>INGRESOS</b>	<b>Previsto</b>	<b>Realizado</b>
Rentas y otros ingresos derivados del patrimonio		
Ventas y prestaciones de servicios de las actividades propias		
Ingresos ordinarios de las actividades mercantiles	3.145.000,00	3.525.110,05
Subvenciones del sector público	6.769.900,00	7.791.749,39
Aportaciones privadas	205.000,00	184.887,46
Otros tipos de ingresos	2.508,35	1.831,86
<b>TOTAL INGRESOS OBTENIDOS</b>	<b>10.122.408,35</b>	<b>11.503.578,76</b>

**B. Otros recursos económicos obtenidos**

<b>OTROS RECURSOS</b>	<b>Previsto</b>	<b>Realizado</b>
Deudas contraídas	-	1.700.000,00
Otras obligaciones financieras asumidas	-	17.214,72
<b>TOTAL RECURSOS EMPLEADOS</b>	<b>-</b>	<b>1.717.214,72</b>

**IV. CONVENIOS DE COLABORACION CON OTRAS ENTIDADES 2022**

DESCRIPCIÓN	INGRESOS	GASTOS	No produce corriente de bienes y servicios
Con la entidad <b>AVANQUA OCEANOGRÁFIC AGORA, S.L.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>COOPERATIVA VALENCIANA LIMITADA TELE TAXI</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>EL CORTE INGLES, S.A.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>VALENCIA CLUB DE FUTBOL, S.A.D.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>VIAJES TRANSVIA TOURS, S.L.</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>FUNDACION TRINIDAD ALFONSO MOCHOLÍ</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>C.P. C.I. PARQUE COMERCIAL Y DE OCIO BONAIRE</b> suscrito para colaborar con la Fundación para el desarrollo y cumplimiento de sus fines	4.500,00		No
Con la entidad <b>TURISME COMUNITAT VALENCIANA</b> para fomentar la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los diferentes productos, a destacar el cultural, el urbano, el gastronómico, el deportivo, el familiar y el de negocios, durante el año 2022, y soporte en la celebración de la ceremonia de los Premios Goya 2022	1.400.000,00		No
Con la <b>DIPUTACIÓN DE VALENCIA</b> para favorecer el posicionamiento de València y su provincia como destino de turismo durante el año 2022	300.000,00		No
Con <b>PREDIF</b> , plataforma representativa estatal de personas con discapacidad física, para trabajar en la accesibilidad turística del municipio		22.100,00	No
Con <b>MOSTRA DE VALENCIA E INICIATIVAS AUDIOVISUALES</b> para dar a conocer la ciudad de València como destino turístico de interés cinematográfico		5.660,92	No
Con la <b>ASOCIACIÓN DE PRODUCTORAS DE CINE PUBLICITARIO</b> para desarrollar las X Jornadas de Producción de Cine Publicitario.		30.000,00	No
Con <b>KAMMEL OSTERREICHISHES FILMSERVICE E.U /CIFFT</b> para organizar en València los World Tourism Film Awards		3.600,00	No
Con la <b>FEDERACIÓN DE FALLAS DE SECCIÓN ESPECIAL</b> , actividades de promoción y difusión de la ciudad de València, en relación con la semana Fallera.		4.000,00	No
<b>TOTAL</b>	<b>1.731.500,00</b>	<b>65.360,92</b>	

## V. DESVIACIONES ENTRE EL PLAN DE ACTUACIÓN Y DATOS REALIZADOS

En primer lugar, la desviación respecto del plan de actuación se produce por el incremento de la aportación municipal. El 6 de julio, el Ayuntamiento confirmó el aumento en un millón de € respecto de la cantidad inicialmente prevista. Este incremento ha permitido dar respuesta como actuaciones más significativas:

- a) A la Capitalidad de Turismo Inteligente, que aunque se produjo en el último trimestre de 2021 y ya comportó una serie de actividades como el lanzamiento del evento, acciones de comunicación, reportajes fotográficos, producción de un audiovisual, promoción ante agentes de viajes, etc, sin embargo en el 2022 es cuando se han producido las actuaciones más importantes. Además de las actuaciones de difusión coincidiendo con: Día Internacional de la Salud, el Foro Europeo Urban Tourism Trends, Día de la Gastronomía Sostenible, Día Mundial del Medio Ambiente, Foros de encuentro “Urban Tourism Trends”, la Semana Europea de la Movilidad, y destacando especialmente la celebración del III Congreso Mundial de Destinos Turísticos Inteligentes.
- b) Las previsiones iniciales de crecimiento económico y recuperación se han visto comprometidas por el incremento de precios de la energía y de materias primas como consecuencia del conflicto bélico en Ucrania. Ante esta situación de incertidumbre y el menor crecimiento de la economía se pretendió paliar sus consecuencias en la actividad turística, incrementando las acciones de promoción tendentes a la dinamización de la demanda nacional e internacional, a través de nuevas campañas, entre las que destacan las acciones de coomarketing con Turespaña a través de un modelo cooperativo que permite realizar acciones de marketing internacional de forma mucho más efectiva y eficiente, al beneficiarse de la cofinanciación de Turespaña, de las condiciones preferentes negociadas con los partners y de un nuevo modelo de campaña mucho más orientado a resultados.
- c) Se han reforzado las acciones dirigidas a mercados de proximidad, que han permitido estimular la demanda nacional y local, así como los mercados internacionales más próximos. Por otro lado, se ha impulsado el apoyo a los sectores que conforman la actividad turística, para promover la realización de eventos deportivos, culturales, gastronómicos, etc. que contribuyen a incrementar la atraktividad del destino, a la creación de valor y al estímulo de la demanda nacional e internacional.

En segundo lugar, se ha producido, especialmente a partir del segundo trimestre, un incremento importante de la actividad mercantil, fruto del desarrollo de una oferta turística de la ciudad de manera directa, completa y atractiva, de tal manera que la comercialización de productos y servicios turísticos se ha visto incrementada en 371.198,52 euros lo que supone un aumento de las ventas alrededor de un 12% de las cifras iniciales.

## 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	Ajustes	Base de	Renta a Destinar							
	Contable	Positivos	Cálculo	Importe	%	2018	2019	2020	2021	2022	%
2017	264.572,03	4.279.621,39	4.544.193,42	3.180.935,39	70%						97,05%
2018	(250.182,28)	3.230.449,69	2.980.267,41	2.086.187,19	70%	3.324.791,78					111,56%
2019	(3.110,06)	4.713.922,95	4.710.812,89	3.297.569,02	70%		4.731.767,97				100,44%
2020	(22.700,22)	4.672.553,56	4.649.853,34	3.297.569,02	70%			4.690.417,60			100,87%
2021	(165.038,61)	7.323.469,87	7.158.431,26	5.010.901,88	70%				7.341.211,51		102,55%
2022	114.720,13	7.913.406,71	8.028.126,84	5.619.688,79	70%					7.931.230,55	98,79%

### 2. Recursos aplicados en el ejercicio

	IMPORTE			TOTAL
<b>1. Gastos en cumplimiento de fines</b>				<b>7.913.406,71</b>
	<b>Fondos Propios</b>	<b>Subvenciones, donaciones y legados</b>	<b>Deuda</b>	
<b>2. Inversiones en cumplimiento de fines (2.1 + 2.2)</b>			<b>17.823,84</b>	<b>17.823,84</b>
2.2 Procedentes de ejercicios anteriores			17.823,84	17.823,84
a) Deudas canceladas en el ejercicio incurridas en ejercicios anteriores.			17.823,84	
<b>TOTAL (1 + 2)</b>			<b>17.823,84</b>	<b>7.931.230,55</b>

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

**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**

2022					
Entidad otorgante	Origen	Saldo inicial	Aumentos	Imputación a resultados	Saldo final
AYUNTAMIENTO DE VALENCIA	Admón. local	261.122,51		(30.534,96)	230.587,55
		<b>261.122,51</b>		<b>(30.534,96)</b>	<b>230.587,55</b>

Los saldos y variaciones habidas en las partidas que componen las subvenciones, donaciones y legados recibidos en los ejercicios 2022 y 2021, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, son los siguientes:

2021					
Entidad otorgante	Origen	Saldo inicial	Aumentos	Imputación a resultados	Saldo final
AYUNTAMIENTO DE VALENCIA	Admón. local	288.152,33		(27.029,82)	261.122,51
		<b>288.152,33</b>		<b>(27.029,82)</b>	<b>261.122,51</b>

El detalle de las subvenciones de explotación percibidas en los ejercicios 2022 y 2021, con indicación del organismo que ha otorgado la concesión, es el siguiente:

Organismo	Objeto	2022	2021
TURISME DE LA COMUNITAT VALENCIANA	Convenio colaboración para el ejercicio de actividades conjuntas	1.395.431,07	675.000,00
DIPUTACIÓN DE VALENCIA	Fomentar la reactivación del turismo en València y su provincia	300.000,00	450.000,00
FUNDACIÓN TRIPARTITA	Cursos de formación al personal, bonificados por la Seguridad Social	4.118,40	536,25
		<b>1.699.549,47</b>	<b>1.125.536,25</b>

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

### **NOTA 18. PROVISIONES Y CONTINGENCIAS**

No se han producido contingencias ni se han dotado provisiones en el ejercicio 2022.

Al cierre del ejercicio 2021, la fundación revirtió las provisiones dotadas en el ejercicio 2020 por existencias de mercaderías, por importe de 29.250,00 euros, con origen en la posible obsolescencia de las tarjetas Valencia Tourist Card, que posteriormente no se ha producido.

### **NOTA 19. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE**

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2022 no se han puesto de manifiesto hechos relevantes que afecten a las cuentas anuales de la Fundación a dicha fecha.

### **NOTA 20. OTRA INFORMACIÓN**

#### **Órganos de gobierno, dirección y representación**

La composición de la Comisión Ejecutiva de la Fundación a final del ejercicio 2022 es la siguiente:

- PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, Presidente del Patronato
- DIRECTOR GERENTE: D. Antonio Bernabé García, quien en ausencia del Presidente del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto del Presidente
- VOCALES:
  - D. Juan Carlos Sanjuán Hernández, designado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
  - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia
  - D. Miguel Jiménez Martínez, designado por la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana
  - D. Herick Campos Arteseros, designado por Turisme Comunitat Valenciana
  - D. Xavier Pascual i Soler, designado por el Patronat Provincial de Turisme de València
  - D. Alejandro Heras Lorente, elegido por el Consejo General de los Protectores
  - D. Carlos De Selva Llobet, elegido por el Consejo General de Protectores
  - D<sup>a</sup>. María Ángeles Fayos Bonell, elegida por el Consejo General de Protectores

- D<sup>a</sup>. María José Martínez Vicente, elegida por el Consejo General de los Protectores

- D<sup>a</sup>. Isabel Reig Catalá, elegida por el Consejo General de los Protectores

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

La composición del Patronato de la Fundación a final del ejercicio 2022 es la siguiente:

• PRESIDENTE:

- Ayuntamiento de Valencia, representado por D. Emiliano García Domene, delegado de Turisme i Internacionalització.

• VICEPRESIDENTE:

- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, representada por D. José Vicente Morata Estragués.

• VOCALES:

- Feria de Valencia, representada por D. Luis Martí Bordera.

- Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana, representada por D<sup>a</sup>. Eva Blasco García

-D. Carlos Galiana Llorens, designado a propuesta del Ayuntamiento de Valencia.

-D. Manuel Espinar Robles, designado a propuesta de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia.

- Turisme Comunitat Valenciana, representado por D. Francesc Colomer Sánchez

- Patronat Provincial de Turisme de València, representado por D. Jordi Mayor Vallet

-D. Eduardo Nogués Meléndez, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. José Antonio Ferri Moscardó, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Javier Gutiérrez Marqués, elegido por el Consejo General de Protectores.

-D. Alejandro Del Toro Ibáñez, elegido por el Consejo General de Protectores

-D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de Protectores

-D<sup>a</sup>. Isabel M Gil Forteza, elegida por el Consejo General de Protectores.

-D. Rafael Torres García, elegido por el Consejo General de Protectores.

• SECRETARIO NO PATRONO: D. José Antonio Martínez Beltrán.

- DIRECTOR-GERENTE NO PATRONO: D. Antonio Bernabé García

Los miembros de los Órganos de Gobierno durante los ejercicios 2022 y 2021 no han recibido importe alguno en concepto de remuneración.

### Número medio de empleados en el ejercicio

La distribución del personal medio de la Fundación en los ejercicios 2022 y 2021, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2022			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director Gerente	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Subdirector	2,00	0,00	1,91	1,00	0,00	1,00
Jefe De Área	5,00	2,92	7,92	5,00	2,92	7,92
Jefe De Unidad	1,00	3,00	4,00	1,00	3,00	4,00
Técnico	6,00	18,62	24,62	5,15	17,40	22,55
Técnico Medio	0,57	4,93	5,51	0,50	4,82	5,32
Oficial Administrativo	0,25	1,00	1,25	0,00	1,00	1,00
Administrativo-Recepción	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
Informador Com. Turístico	4,70	16,03	20,73	4,00	17,61	21,61
Mozo conductor	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
Prácticas	0,73	0,88	1,61	0,70	1,35	2,05
<b>Total personal medio al término del ejercicio</b>	<b>22,26</b>	<b>48,38</b>	<b>70,55</b>	<b>19,34</b>	<b>49,11</b>	<b>68,45</b>

La distribución del personal de la Fundación al cierre de los ejercicios 2022 y 2021, por categorías y sexos, es la siguiente:

	2022			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Director gerente	1	0	1	1	0	1
Subdirector	2	0	2	1	0	1
Jefe de área	5	3	8	5	3	8
Jefe de unidad	1	3	4	1	3	4
Técnico	6	19	25	6	21	27
Técnico medio	1	5	6	0	6	6
Oficial administrativo	1	1	2	0	1	1
Administrativo-recepción	0	1	1	0	1	1
Informador com. turístico	5	18	23	4	19	23
Mozo conductor	1	0	1	1	0	1
Prácticas	1	1	2	0	0	0
<b>Total personal al término del ejercicio</b>	<b>24</b>	<b>51</b>	<b>75</b>	<b>19</b>	<b>54</b>	<b>73</b>

La distribución por sexos de los miembros del Patronato al término de los ejercicios 2022 y 2021, que no difiere del número medio en cada uno de los ejercicios, es la siguiente:

	2022			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
PRESIDENTE	1	-	1	1	-	1
VICEPRESIDENTE	1	-	1	1	-	1
VOCALES	11	2	13	11	2	13
DIRECTOR GERENTE NO PATRONO	1	-	1	1	-	1
SECRETARIO NO PATRONO	1	-	1	1	-	1
<b>Total personal al término del ejercicio</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>17</b>

### **Honorarios por los servicios prestados por los auditores de cuentas**

La Fundación tiene como auditores asignados a la Intervención General del Ayuntamiento de Valencia, no asumiendo gasto alguno por su servicio como auditores de cuentas en los ejercicios 2022 y 2021.

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

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

**NOTA 21. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO**

	Nota	31.12.2022 (309.783,76)	31.12.2021 (528.884,07)
<b>Resultado del ejercicio antes de impuestos</b>		<b>114.720,13</b>	<b>(165.038,61)</b>
<b>Ajustes del resultado:</b>		<b>110.754,26</b>	<b>99.347,60</b>
Amortización del inmovilizado (+)	5 y 6	143.153,79	157.532,43
Correcciones valorativas por deterioro (+/-)		-	(30.634,84)
Imputación de subvenciones (-)	17	(30.534,96)	(27.029,82)
Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-)		-	1.568,58
Ingresos financieros (-)		(581,58)	(35,17)
Gastos financieros (+)		609,12	768,50
Otros ingresos y gastos (-/+)		(1.892,11)	(2.822,08)
<b>Cambios en el capital corriente:</b>		<b>(537.122,72)</b>	<b>(465.281,81)</b>
Existencias (+/-)		50.784,23	(20.955,56)
Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-)		(679.324,00)	(588.526,54)
Otros activos corrientes (+/-)		22.432,12	(47.118,35)
Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-)		72.727,97	191.827,63
Otros pasivos corrientes (+/-)		-	(521,71)
Otros activos y pasivos no corrientes (+/-)		(3.743,04)	12,72
<b>Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación:</b>		<b>1.864,57</b>	<b>2.088,75</b>
Pagos de intereses (-)		(609,12)	(768,50)
Cobros de intereses (+)		581,58	35,17
Otros pagos (cobros) (-/+)		1.892,11	2.822,08
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		<b>(225.386,21)</b>	<b>(92.880,64)</b>
<b>Pagos por inversiones (-):</b>		<b>(225.386,21)</b>	<b>(92.880,64)</b>
Inmovilizado intangible	5	(192.504,55)	(43.733,66)
Inmovilizado material	6	(24.931,09)	(47.466,49)
Otros activos financieros		(7.950,57)	(1.680,49)
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		<b>745.634,69</b>	<b>1.011.530,75</b>
<b>Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero:</b>		<b>745.634,69</b>	<b>1.011.530,75</b>
Emisión:		762.849,41	1.028.566,46
Deudas con entidades de crédito (+)		697.728,14	999.980,86
Otras deudas (+)		65.121,27	28.585,60
Devolución y amortización de:		(17.214,72)	(17.035,71)
Deudas con entidades de crédito (-)		(17.214,72)	(17.035,71)
<b>AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES</b>		<b>210.464,72</b>	<b>389.766,04</b>
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		584.610,14	194.844,09
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio		795.074,86	584.610,14

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

<b>Operaciones con partes vinculadas</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
<b>Ingresos de promociones, patrocinadores y colaboraciones</b>		
Excmo. Ayuntamiento de Valencia	6.064.900,00	6.670.836,00
Cámara de comercio	5.000,00	5.000,00
Turisme Comunitat Valenciana	1.395.431,04	675.000,00
Diputación de València	300.000,00	450.000,00
	<b>7.765.331,04</b>	<b>7.800.836,00</b>

El importe de las transacciones con el Ayuntamiento de Valencia se corresponde con la aportación económica correspondiente a los ejercicios 2022 y 2021, con destino a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de València con cargo a los presupuestos municipales de los citados ejercicios. En el ejercicio 2021 la entidad Diputación de València de Turismo fue nombrado patrono de la Fundación, el importe de las transacciones con ésta, corresponde a la subvención de explotación concedida en 2022 y 2021, respectivamente, destinadas a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de Valencia. El importe de las transacciones correspondientes a Turisme Comunitat Valenciana se corresponde a la subvención de explotación a la subvención de explotación concedida en 2022 y 2021, respectivamente, destinadas a las actividades relacionadas con la promoción de la ciudad de Valencia.

**22.2) Saldos entre partes vinculadas**

El detalle de los saldos mantenidos al 31 de diciembre de 2022 y 2021 es el siguiente:

<b>Corto plazo</b>	<b>2022</b>		<b>2021</b>	
	<b>Deudores</b>	<b>Acreedores</b>	<b>Deudores</b>	<b>Acreedores</b>
<b>Otras partes vinculadas:</b>				
<b>Por operaciones actividad propia</b>				
Excmo. Ayuntamiento de Valencia	-	430,51	-	178,91
Turisme Comunitat Valenciana	1.395.431,07	-	675.000,00	-
Diputación de València	300.000,00	-	450.000,00	-
<b>Total</b>	<b>1.695.431,07</b>	<b>430,51</b>	<b>1.125.000,00</b>	<b>178,91</b>

El importe del saldo al 31 de diciembre de 2022 con el Ayuntamiento de València corresponde a la adquisición de libros, por otro lado, los importes pendientes de cobro con Turisme Comunitat Valenciana y la Diputación de València, corresponden a subvenciones de explotación concedidas en el ejercicio 2022 pendientes de ser cobradas a cierre de ejercicio.

El importe del saldo al 31 de diciembre de 2021 con el Ayuntamiento de València correspondía a la adquisición de libros, por otro lado, los importes pendientes de cobro con Turisme Comunitat Valenciana y el Patronato Provincial de Turismo, correspondían a subvenciones de explotación concedidas en el ejercicio 2021 pendientes de ser cobradas a cierre de ejercicio 2021.

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

Los importes recibidos por el Director Gerente y el Subdirector General durante los ejercicios 2022 y 2021 se detallan a continuación:

	2022	2021
Director Gerente	91.403,88	88.312,92
Subdirector programas turísticos	72.190,56	69.749,40
Subdirector de gestión	65.973,94	-
<b>Total</b>	<b>229.568,38</b>	<b>158.062,32</b>

(\*) Incluye los salarios del ejercicio 2022 y un total de 7.042,56 euros a trienios de conformidad con lo establecido en el acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 24 de mayo de 2019 (en el ejercicio 2021 incluye los salarios del ejercicio y un total de 6.804,36 euros a trienios, de conformidad con lo establecido en el acuerdo de la Junta de Gobierno Local de 24 de mayo de 2019.)

Aparte del Director Gerente, del Subdirector de Gestión y el Subdirector de Programas Turísticos no existe otro personal de la Fundación que cumpla la definición de personal de Alta Dirección.

## **NOTA 23. ELEMENTOS PATRIMONIALES AFECTOS A LA ACTIVIDAD MERCANTIL**

El detalle de los elementos patrimoniales afectos a la actividad mercantil mantenidos al 31 de diciembre de 2022 se indica a continuación:

<b>Concepto</b>	<b>Importe</b>	<b>Actividad Propia</b>	<b>Actividad Mercantil</b>
Inmovilizado Intangible	713.866,46	521.342,17	192.524,29
Inmovilizado Material	2.255.141,17	1.646.946,95	608.194,22
Existencias	117.909,20	-	117.909,20
<b>Concepto</b>	<b>Importe</b>	<b>Actividad Propia</b>	<b>Actividad Mercantil</b>
<b>Ingresos de la actividad</b>	<b>11.392.817,28</b>	<b>7.954.336,93</b>	<b>3.438.480,35</b>
Ingresos por la actividad propia	7.954.336,93	7.954.336,93	-
Ingresos actividad mercantil	3.438.480,35	-	3.438.480,35
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(2.377.044,82)</b>	-	<b>(2.377.044,82)</b>
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>77.718,17</b>	-	<b>77.718,17</b>
<b>Gastos de personal</b>	<b>(3.309.166,63)</b>	<b>(2.416.709,86)</b>	<b>(892.456,77)</b>
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(5.558.849,61)</b>	<b>(5.391.680,38)</b>	<b>(167.169,23)</b>
Servicios Exteriores	(601.417,67)	(439.219,95)	(162.197,72)
Tributos	(18.434,01)	(13.462,50)	(4.971,51)
Otros gastos de gestión corriente	(4.938.997,93)	(4.938.997,93)	-
<b>Amortización del Inmovilizado</b>	<b>(143.153,79)</b>	<b>(104.546,31)</b>	<b>(38.607,48)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	<b>30.534,96</b>	<b>22.299,92</b>	<b>8.235,04</b>
<b>Otros resultados</b>	<b>1.892,11</b>	<b>1.381,82</b>	<b>510,29</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>581,58</b>	<b>424,73</b>	<b>156,85</b>
<b>Gastos financieros</b>	<b>(609,12)</b>	<b>(444,85)</b>	<b>(164,27)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>114.720,13</b>	<b>65.062,00</b>	<b>49.658,13</b>

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

Para el criterio de reparto de los costes indirectos, entendidos como aquellos que son utilizados por las dos actividades, se calcula el porcentaje que supone sobre el total de ingresos aquellos procedentes de aportaciones para fines fundacionales y los derivados de la actividad mercantil. Los porcentajes resultantes de la distribución de los ingresos son los que se aplican como coeficientes para el reparto los gastos de personal comunes a las dos actividades de la

Fundación. Y finalmente, se reparten el resto de gastos y de activos en función de los porcentajes que resultan de dividir el coste de personal de cada actividad sobre el coste total de personal.

**NOTA 24. INVENTARIO**

Ver Anexo I

**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

**MEMORIA DE ACTIVIDADES FUNDACIONALES CORRESPONDIENTE AL  
EJERCICIO 2022**

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de València cerró 2022 con una **cifra de pernoctaciones muy próxima a los registros previos a la pandemia**. Atendiendo a las pernoctaciones en hoteles, se observa incluso un pequeño incremento respecto a las cifras de 2019 -un 2% por encima-. Por su parte, los **indicadores de rentabilidad** crecieron también hasta alcanzar **máximos históricos**, como son los 97,96 euros del precio medio y los 76,01 del revPar, un incremento del 14,5% y del 13,7%, respectivamente sobre 2019.

Estos datos confirman la **recuperación del sector turístico en València** tras dos años muy complicados. En este cambio de tendencia el mercado nacional ha sido clave. Las pernoctaciones nacionales crecieron un 19,2% respecto a 2019, y aunque las internacionales todavía se mantienen en registros negativos (-10,6%), evolucionan positivamente respecto al anterior ejercicio, gracias a la desaparición de restricciones sanitarias y el aumento de confianza en la mayoría de los países.

En 2022 la **Fundació Visit València** de la Comunitat Valenciana **trabajó intensamente para ayudar a la reactivación del sector** y para que la **ciudad alcanzara, por fin, un cierre de año en positivo**. Como todos los años, los beneficiarios de esta actividad fundacional fueron los agentes del sector turístico, la ciudad y sus habitantes, ya que esta labor impulsa la difusión de la cultura propia y busca el beneficio económico y social para València.

Además, en este ejercicio Visit València avanzó en dos ámbitos clave: la apuesta por la sostenibilidad, definida en el **Plan de Sostenibilidad Turística 2022-2024**, que contribuye a la diferenciación del destino y es además un deber y un compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible; y la creación de valor potenciando una oferta estrechamente ligada a los recursos más identitarios de la ciudad, señalados en el **Plan Estratégico** que la Fundación lleva años desarrollando.

València fue **Capital Mundial del Diseño 2022** y **Capital Europea del Turismo Inteligente**, ganó la candidatura a **Capital Verde Europea 2024** y fue de nuevo elegida por InterNations como la mejor ciudad del mundo para vivir y por diversos medios de comunicación internacionales como destino imprescindible para 2022.

Esta memoria recoge un resumen de las acciones más destacadas llevadas a cabo por la Fundación en 2022 para continuar mejorando la imagen de marca de la ciudad y el modelo de gobernanza colaborativo implementado con otras administraciones y entidades.

## ÍNDICE

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

#### Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

- València Convention Bureau
- València Cultura y Ocio
- VLC Gastronomía
- VLC Sports
- València Shopping
- València Medical Destination
- València Film Office
- Naturaleza
- Unique València
- Idiomático y de estudios

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

- Digitalización, atención al visitante y ventas
- València Tourist Card
- Fomento del consumo local

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

- Campaña Modo València ON
- Publicaciones y presencia en redes sociales

#### Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización

- Acciones multimercado y de comunicación
- España
- Italia
- Países Bajos
- Reino Unido
- Alemania
- Francia
- América

#### Plan 5: Mejora Conectividad

- FLY Valencia
- VLC Cruises

### 1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino inteligente y sostenible

**Plan 6: Un destino más inteligente**

- **València, Capital Europea del Turismo Inteligente 2022**
- **Monitorización**
- **Información de valor al sector y calidad**

**Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad**

- **Estrategia de Turismo Sostenible**
- **Destino accesible**

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

**Plan 8: Marco institucional. Compromiso y colaboración**

- **Refuerzo de la imagen del turismo y gobernanza**
- **Pertenencia a organizaciones y asociaciones**

**Plan 9: Gestión eficiente, transparente y colaborativa**

- **Órganos de Gobierno**
- **Nuevas empresas asociadas**
- **Convenios de colaboración**

**2. - COYUNTURA 2022**

**2.1.- Evolución de la demanda**

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

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

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

### Plan 1: Desarrollo de Programas de Producto

Dentro de la actividad fundacional, en 2022 fue especialmente importante la puesta en valor tanto del destino en sí como de todos los productos que enriquecen la experiencia del turista. La comunicación de la **agenda de eventos** y la **actividad cultural, deportiva, de naturaleza, comercial y de ocio** han sido fundamentales para reactivar la demanda. De este modo, los productos funcionaron al ritmo prepandemia en este ejercicio.

### València Convention Bureau

La Fundación desplegó una intensa actividad promocional para reactivar los eventos y reuniones presenciales en la ciudad. Así, organizó la **Asamblea del València Convention Bureau** en el Auditoria Santiago Grisolfá de la Ciutat de les Arts i les Ciències. Además de asistir a la feria **IMEX Frankfurt**, con el stand de Turespaña dentro de la parte de Turisme CV, el VCB apoyó el **MPI Iberian Awards** (asociación internacional de organizadores de eventos); un evento con clientes de NH durante la feria IMEX; el stand en el Congreso EORNA 2022; el Congreso EMDR 2022; y asistió a la **feria IBTM en Barcelona** con el stand de la Comunitat Valenciana, donde atendió más de 60 citas con compradores internacionales.

También realizó **tres presentaciones de destino**, una promoción online con **agentes MICE en Canadá**; otra en **Florenia** junto con el Palacio de Congresos y Feria València a las principales OPC internacionales con presencia en esta ciudad; y otra en **Madrid con las principales agencias de eventos** para presentarles novedades y conocer su cartera para los próximos años. Asimismo, atendió un **fam trip de la Asociación SOIT Polonia**, de la mano de la OET de Varsovia, en el que recibió a varias agencias pertenecientes a esta asociación polaca; así como un *pretour* de IBTM con las mejores cuentas de Meliá (108 en total) a nivel mundial y el **viaje de prensa** en colaboración con Cevisama de 50 medios internacionales.

En 2022 Visit València también organizó **20 visitas de inspección**: ECTH 2023, EMDR, EWASS, EORNA, Web Summit, ESMINT, Feria Commodities Valencia (Cereal), TNW, SIOG, Europe Biobank Week, EFFOST, European Society of Paediatric Nephrology, EENA, reunión UE, Leaseurope Congress, Congress in Fetal Medicine, ECU y Congreso Acuicultura. Y participó en 16 workshops: **Meet and Com**, especializado en el mercado francés con la participación de más de 25 compradores y 20 empresas locales; **Jornada Asociativa SCB** (Spain

Convention Bureau); **The MICE Peak 2022**, en Cannes, donde tuvo citas con diferentes empresas del mercado de habla alemana; **Forum M&I Healthcare**, focalizado en las empresas farmacéuticas; **ICCA Destination Marketing EU Business Workshop**, en Burdeos; la **Jornada Inversa del mercado belga y holandés del SCB**; **M&I Europe** en Porto; **The Meetings Space** en Viena; **MIS International Buyers** en Barcelona de la mano de Eventoplus; la **Jornada Inversa de Mercados Nórdicos del SCB**; **Iberian Mice Forum** Edición europea Benidorm; **MCE South Europe** en Madrid; y la **Jornada Directa Mercado Francés del SCB**. Además, en colaboración con **Invest VLC** hemos lanzado una campaña de marketing online, **El lujo de vivir en València**.

Por lo que respecta a **peticiones**, se atendieron 132, (hasta el momento 65 confirmadas y 36 rechazadas), para un volumen de **50.000 posibles delegados** (25.000 confirmados, 14.200 rechazados). Y en cuanto a **candidaturas**, se **confirmaron 34 para los años 2022-2025**, con un total de **18.000 delegados y un impacto directo estimado de 24.000.000 euros**.

### VLC Cultura y Ocio

Dentro del programa cultural, entre otras acciones, en 2022 se renovó el Comité y se **reactivaron y actualizaron** los contenidos de las **visitas guiadas de la Seda y el Grial**. Asimismo, tras el parón de 2021 **relanzamos Fest/n**, en una segunda edición del festival que combinaba el arte y la gastronomía. En esta ocasión se pudieron disfrutar propuestas en sedes tan diversas como el Centre del Carme de Cultura Contemporània (CCCC), el IVAM, la Fundación Bancaja, el Palau de Les Arts, El Cellar de PROAVA, Bombas Gens, Set Espai d'Art, Galería Ana Serratos, Shiras Galería, Sala Russafa, Galería Rosa Santos o La Trini Espai D'Art. Además, como novedad de esta edición, el festival salió de la ciudad de para convocar también encuentros culturales y gastronómicos en singulares de Lliria y Gandía, como el Palacio Ca La Vila y el Palacio Ducal de Gandía.

Especial actividad se generó en torno a la **Capitalidad Mundial del Diseño**, colaborando con la edición de un folleto para presentar en una acción promocional en Milán y organizando una formación especializada en diseño para guías y agentes del sector. Además, se crearon

numerosos contenidos sobre el diseño en la ciudad de València que se difundieron a través de visitvalència.com y los blogs y newsletters de la Fundación. En septiembre se realizó un gran viaje de prensa en colaboración con la WDC2022 en el que participaron **60 medios de 17 países distintos**. Y durante el **Design Street Festival** colaboramos ofreciendo visitas guiadas basadas en el mapa del diseño.

También se atendieron viajes de prensa como el de *Fugas*, medio especializado portugués; o los de *Descubrir el Arte y Destinos* o *El País* o el fam trip de agencias alemanas especializadas en cultura. Igualmente cubrimos o apoyamos viajes de **influencers para dar visibilidad a las Fallas o al lanzamiento de AVLO** y colaborado en un reportaje sobre los Borja de la *Guía Repsol*.

Asimismo, colaboramos en diferentes eventos culturales como *Dansa València 2022*, el *Festival 10 sentidos* o *Deleste*. En agosto promocionamos **València y la Ruta de la Seda en la Silk Road Intenational Exhibition que tuvo lugar en Xi'An**, ciudad con la que València está hermanada y que nos cedió un espacio de exposición. Para ello, actualizamos además el folleto sobre la Ruta de la Seda en València.

En septiembre L'Hemisferic se transformó en el campo base de la comunidad internacional 'geocacher', con la celebración del **primer encuentro Geovalencia**, en el que la Fundación participó activamente.

Además, **Abierto València** celebró su X edición, en la que Visit València colaboró trayendo a prensa especializada en arte que escribió artículos en suplementos culturales. Igualmente, con el festival de música electrónica y arte digital *Volumens* también se realizaron viajes de prensa especializada.

En lo que respecta a **Open House VLC**, el festival de arquitectura de la ciudad, Visit València colaboró en el diseño de rutas y píldoras de vídeo para dar visibilidad en redes sociales a València entre los amantes de la arquitectura que visitan la ciudad. Asimismo, en octubre patrocinamos el **Congreso Internacional de Museos y Estrategias Digitales (CIMED)** y contamos con un stand promocional de los museos de la ciudad.

También se promocionó el turismo cultural mediante el rodaje de un capítulo del **programa de viajes Enclaves**, que se emitió en plataformas como Amazon Prime Movistar o Vodafone tv. Y participamos un año más en las Jornadas TIIM dedicadas al turismo y la industria musical y en la Asamblea anual de la asociación internacional **Silky Cities**, promovida desde Lyon. València, además, formalizó en 2022 su adhesión a la International Silk Union (ISU), con sede en Hangzhou (China), la mayor asociación mundial que fomenta y promueve el uso y puesta en valor de este material. Gracias a ello, el Museo de la Seda de la ciudad realizó una intervención online el 30 de diciembre en un foro global organizado por el China National Silk Museum.

### VLC Gastronomía

Por lo que respecta a la Gastronomía, tras un intenso 2021 con el broche de oro de la Gala de Presentación de la Guía Michelin España-Portugal 2022, este ejercicio empezó también con fuerza a nivel promocional. En febrero, para reactivar el consumo que volvía a entrar en una etapa complicada por una nueva ola de la pandemia, lanzamos la **campaña de los Menús de Cine**, con propuestas de los restaurantes inspiradas en el Año Berlanga y coincidiendo con la entrega de los premios Goya en València.

Con la misma intención, en marzo lanzamos una **nueva edición de Cuina Oberta**, en la que participaron más de 60 restaurantes de València y provincia. Este certamen gastronómico volvió a apostar por el producto de temporada y de proximidad, la sostenibilidad y la calidad, y obtuvo nuevamente buena acogida por parte del público, al igual que en la edición de octubre. Ya en julio celebramos la segunda edición de **La Vuelta al Mundo en 80 platos**, una *semana gastronómica* centrada en los platos internacionales y en los típicos de las provincias españolas, que volvió a contar con el interés del público.

Asimismo, en marzo participamos en **Madrid Fusión**. Bajo el paraguas de la marca Delicious València mostramos la riqueza de la gastronomía valenciana en uno de los principales congresos culinarios del país. María José Martínez de Lienzo; Cristian Poblete y el coctelero Pedro Carrillo, del restaurante Apotheke; Carito Lourenço y Germán Carrizo, del restaurante Fierro y Pablo Margós y Chimo Guerrero, de Pelayo Gastro Trinquet; ofrecieron charlas, degustaciones

y ponencias para poner en valor los productos y calidad de la cocina valenciana y tradiciones tan nuestras como el *esmorzaret*.

Los sabores de València también llegaron a muchos otros lugares, gracias a acciones como la colaboración en un **programa con José Andrés para Discovery Chanel**; la participación en un **workshop en el País Vasco**; la organización de una master class de los chefs Mar Soler y Alberto Alonso, del Restaurante 2 Estaciones en la **feria Taste of Paris**; la presentación de la gastronomía valenciana en una **cena el parlamento alemán** con Begoña Rodrigo; el **Día de la Tapa en Niza** o la participación en el **Día Internacional de la Gastronomía Sostenible en Utrecht**, donde organizamos una cena y ubicamos un punto de información sobre gastronomía y movilidad sostenible coincidiendo con la feria Floriade.

Mención especial merece la colaboración con el **Valencia Culinary Festival**, tras el parón pandémico en 2022 volvió el certamen gastronómico que pone en valor la autenticidad y la calidad de la gastronomía valenciana. Para dar visibilidad y difundir este evento **atendimos 5 press trips** de los principales mercados emisores con visitas a los más auténticos recursos gastronómicos de la ciudad, como l'Albufera o las bateas de clóchinas o demostraciones de menús preparados a cuatro manos en algunos de los mejores restaurantes de València.

Y el 20 de septiembre, como no podía ser de otra forma, celebramos el **World Paella Day** con acciones en diferentes lugares del mundo, como Bombay, Toronto, Helsinki o Cantón y la **World Paella Day Cup 2022** que nuevamente se celebró en La Marina de València, donde diez chefs procedentes de distintos puntos del planeta compitieron por el premio a la mejor paella del mundo preparada por un cocinero internacional. En esta ocasión el vencedor fue Enric Gil, el participante francés.

En esta edición, los **diez cocineros finalistas visitaron durante su estancia en València diferentes puntos importantes relacionados con la paella**. Recorrieron la Albufera de la mano de Santos Ruíz, de la D.O Arroz de València, para aprender sobre las diferentes variedades del arroz. También visitaron la huerta y la barraca de Toni Montoliu, chef y propietario de la Barraca de Toni Montoliu, para conocer el producto kilómetro cero que conforma la receta tradicional. En este itinerario no faltaron clases magistrales con Rafa Margós, chef de les Bairetes, que les

enseñó el manejo de la leña, así como los consejos de Chabe Soler, ganadora de la WPD Cup 2020.

Coincidiendo con la celebración de la World Travel Market, presentamos en Londres la candidatura para acoger en 2023 **The World's 50 Best Restaurants**, un evento en el que la ciudad volverá a ser centro de todas las miradas y reunirá a los principales exponentes de la gastronomía mundial, junto a más de 600 periodistas gastronómicos.

También organizamos por primera vez *showcooking*s en la feria **Mediterránea Gastrónoma** para mostrar la calidad del producto de la huerta valenciana, llevando a una agricultora de la Tira de Contar; sobre nuestro típico *esmorzaret* valenciano de la mano del establecimiento El trocito del medio; enseñamos cómo realizar un buen cóctel con el barman de La Salita y a cocinar un arroz con el Grupo Portolito.

Por último, presentamos el **nuevo video gastronómico** promocional de Delicious Valencia para dar visibilidad al destino como lugar imprescindible y con el producto como estrella del relato, destacando las rutas gastronómicas.

## VLC Sports

Dentro del producto deportivo tuvo especial relevancia el trabajo relativo a la celebración de los **Gay Games 2026**, con una **presentación en FITUR** de los juegos y lo que supondrán para la ciudad. Destaca la organización de la visita del equipo de la candidatura para ver el *Performance Plan* de los próximos 5 años. Asistimos también a la reunión con el equipo directivo de la EGLSF para realizar acciones conjuntas con Gay Games València. Además, participamos en la **Asamblea General de Gay Games (AGA) en Guadalajara (México)** para apoyar a la Fundación Deportiva Municipal con varias presentaciones de destino y de candidatura. Y estuvimos presentes en varias reuniones para aprender a gestionar la AGA de 2025, que tendrá que realizar València.

Asimismo, atendimos las visitas de inspección del **turoperador italiano SportTours**; de la responsable de engagement de la **IGLTA**; de Evento Plus, para el **Sports & Events Workshop**

**2023**; así como la visita de inspección previa de **Swan One Design World Cup 2022**. También organizamos los viajes de prensa del **Congreso Náutico ANEN** en València, del **Trofeo de la Reina de Vela**, de la *Swan One Design World Cup 2022*, del **València Boat Show**, del **Maratón València** y de un grupo de **ocho influencers deportivos** durante el **Surf, Music and Friends Festival**, que dieron visibilidad a la ciudad a través de diversos videos online. Además, colaboramos con varias acciones promocionales con la **Ruta Traslatio**.

Por otro lado, colaboramos en varias actividades con la FHCV, en eventos con la **selección Sub21 ucraniana** y con la **Women Nations Cup**. Realizamos acciones promocionales y de colaboración con el **simposio de Puertos Deportivos 2022**; el 25º Int Ciudad de València de **Futvoley**; la **World Triathlon Cup**; el **VESO VLC**; el **Open de Taekwondo de la CV**; la Asamblea Nacional de Clubes Náuticos de España; el **VLC Boat Show**; el **Maratón de València**; el **UMB Mundial de Baloncesto** y, a su vez, patrocinamos un **nuevo audiovisual de la Ruta del Cid**.

Por último, entre otras acciones, asistimos al **Teams Europe 2022**, un workshop con varias ediciones al año en USA que celebra su primera edición en Europa y colaboramos con **Dreamhack** organizando un press trip y una acción de networking con el sector turístico y los sponsors del festival. Adicionalmente, colaboramos con el principal turoperador del **Valencia CF**, **Inspiresport UK**, en la reedición de un video promocional para vender la ciudad de València a sus clientes.

### **VLC Shopping**

Desde el producto VLC Shopping, además de la reunión del Comité del programa, nos reunimos con el Centro de Artesanía de la CV para establecer nuevas líneas de colaboración en la promoción del comercio artesano en la ciudad.

Asimismo, organizamos una jornada con los comercios de la **Ruta Made in València** y empresas de visitas guiadas para la reactivación de la venta de este servicio, tras la interrupción por la pandemia. También colaboramos, como en ediciones anteriores con la **Shoppening Night**, que se celebró el 30 de junio.

Además, durante la **2ª edición del congreso internacional de Artesanía**, que tuvo lugar en el Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana, ofrecimos a los asistentes la posibilidad de realizar un tour de compras *Made in València*, en el cual pudieron visitar tiendas del programa que cuentan con el certificado de artesanía.

Igualmente, se realizó un **taller de ideas** con los miembros del programa Shopping que quisieron participar, para abrir a todos la opción de participar en las propuestas del Plan de Actuaciones de 2023.

### València Medical Destination

Además de renovar la presidencia del programa y organizar una reunión de su Asamblea, en 2022 participamos en el **grupo de trabajo de iniciativas territoriales de Spaincares** y en la **Jornada Invattur** sobre turismo de salud. Igualmente, distribuimos un díptico promocional del programa en los hoteles de la ciudad y organizamos la acción del **Día Mundial de la Salud**.

Como resultado de una colaboración, varios de los miembros del programa aparecieron en un reportaje del Suplemento Salud de **ABC** sobre tratamientos médico en vacaciones.

También participamos en las dinámicas de grupo planteadas en el estudio de CREATURISME. Y, durante los últimos meses del año, se produjo un **nuevo audiovisual del programa** que servirá como presentación del en encuentros de promoción.

### València Film Office

En 2022 València captó todos los focos con la celebración de los **Premios Goya** y la continuación del **centenario de Berlanga**, que se extendió hasta el mes de junio, por ser la fecha del nacimiento del mítico cineasta. Además de apoyar ambas iniciativas y darles difusión a través de [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com) y nuestros soportes y newsletters a medios nacionales e internacionales, la Film Office realizó un intenso trabajo promocional.

Estuvimos presentes en las principales citas del sector cinematográfico, como **Fitur Screen** en enero, el **Festival de Málaga** en marzo, **Conecta Fiction** en junio, el **Festival de Cine de San Sebastián** en septiembre y **Shooting Locations Marketplace** en octubre. Asimismo, realizamos presentaciones de València como destino de rodajes en ESIC y durante el **II Encuentro Shooting in Spain-Focus USA** que se celebró en Sevilla con más de 30 productoras norteamericanas.

También participamos en la **Asamblea de la Spain Film Commission** en el marco del Festival de San Sebastián; y colaboramos en unas **jornadas de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario**. Además, atendimos varias **visitas de inspección** como la de **Netflix** y otras para dos grandes producciones que tendrán lugar en 2023. También invitamos a 11 guionistas de **ALMA** y **FAGA** para inspirar que sus historias transcurran en València.

Por lo que respecta a los **rodajes en la ciudad**, en 2022 atendimos **313 consultas** de las que 179 se llevaron a cabo, un 57%. Destacan **La Ruta** (Atresmedia), **La última** (Disney), **Olvido**, **See you on Venus**, **Black Mirror** y una sesión de fotos de Lamborghini, entre otras. En cuanto a estrenos de películas grabadas en la ciudad y provincia de València, en 2022 tuvieron lugar **El juego de las llaves**, **Toscana**, **Llenos de gracia**, **Nosotros no nos mataremos con pistolas**, **En temporada baja**, **Vasil** o el videoclip del representante español en **Eurovisión Junior**.

Además, se produjo material de merchandising con la imagen de Film Office que se repartió entre los equipos de rodaje que grabaron en València, así como entregado en mercados a los que asistió València Film Office.

La Fundación colaboró también en el **VII Encuentro Guionistas** y en **Cinema Jove**, la **Mostra de València**, **La Cabina** o el festival de cine de ficción, **Maniatics** invitando a prensa nacional e internacional y ofreciendo visitas guiadas a sus invitados, y participado en mesas redondas como: *II Jornada El audiovisual como escaparate turístico*; *Jornada Industria: La oportunidad del Hub Audiovisual*; Comunitat Valenciana, mercat audiovisual y una charla sobre Cine y Turismo. València Film Office también estuvo presente en programas como *No es un día cualquiera* (RNE), los Informativos de TVE, La Sexta y Àpunt.

Por último, en 2022 colaboramos con el Comité Internacional de Festivales de Films Turísticos, en la **celebración de la gala anual a los mejores vídeos promocionales del mundo** que tuvo lugar el 24 de noviembre en el auditorio del Àgora CaixaForum.

## Naturaleza

Como en ejercicios anteriores, el producto naturaleza se incluye transversalmente en todas las acciones inversas, press trips, fam trips y visitas de inspección, con visitas a los espacios naturales de la ciudad y provincia. En 2022 también realizamos la tercera reunión del grupo de trabajo para cerrar el calendario de la creación del producto, que tendrá lugar durante el mes de abril de 2023.

## Unique VLC

Para promocionar la ciudad como destino Premium se desarrollaron diferentes acciones a lo largo de 2022. Organizamos la **visita de inspección de Spain Collection** y lanzamos una campaña online en nuestros principales mercados emisores.

También atendimos a un grupo de **bloggers de lifestyle y viajes** del mercado nacional para promocionar las experiencias Unique que ofrece la ciudad; y asistimos a los **premios diamante de Luxury Spain** y participamos en el catálogo digital de la **Feria ATM de Dubái**.

Además, tuvimos la oportunidad de **promocionar la marca Unique València** durante la participación de las jornadas directas en **Brasil y Argentina** organizado por Turespaña.

Adicionalmente, acudimos a las **jornadas directas de Luxury Spain** en los países escandinavos, concretamente participamos en reuniones directas, workshops y acciones de *networking* en **Estocolmo y Copenhague**.

## València idiomático y de estudios

En lo que respecta a estudios, entre otras acciones, se **creó y lanzó la web del producto** y se realizaron acciones de colaboración con FEDELE, con la Semana del Español en Madrid y con

Studytravel. Asimismo, gestionamos un **fam trip de operadores de estudios** posterior a la semana del español de FEDELE y colaboramos en la Jornada de Bienvenida a Estudiantes con una visita a la Albufera. También realizamos diversas charlas de formación a grupos de estudiantes.

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

### **Digitalización, atención al visitante y ventas**

La estrategia de digitalización de la Fundación hizo que en 2022 se **reforzara la atención presencial en oficinas de turismo con sistemas 24/7**. Así, se mejoraron los **quioscos inteligentes y máquinas vending**, lo que permitió que se convirtieran en un canal de venta y recogida al nivel de las propias oficinas de turismo. Ampliamos el horario en que el cliente puede encontrar respuestas sin incrementar los costes de modo insostenible, de hecho, presentamos un proyecto para dotar a la ciudad de otros 5 quioscos inteligentes distribuidos por las principales zonas turísticas.

Así, con el paso de los meses y la vuelta paulatina a la actividad turística, en 2022 se **reactivaron la gran mayoría de los servicios turísticos** y su venta en oficinas y online, con la necesaria revisión de textos y contenidos para actualizar y dar una mayor visibilidad en cada momento a los productos más demandados en cada temporada, como por ejemplo las actividades náuticas de cara al verano. Esto tuvo como resultado una mejoría en las ventas.

Además, continuamos **mejorando la plataforma SISVENTUR**, con avances en el sistema de accesos para proveedores “Expert Access”. Y se creó la funcionalidad de guardar carritos en web para que el *call center* pueda informar vendiendo mejor. Con esta funcionalidad se pueden incrementar los cierres de venta a clientes atendidos online.

Todo ello hizo que en 2022 los **ingresos de la Fundación** derivados de las ventas al visitante ascendieran a **3.516.198,52 euros**.

<b>INGRESOS ACTIVIDAD MERCANTIL</b>		<b>3.516.198,52</b>
<b>Ventas</b>		<b>3.438.480,35</b>
Ventas VTC Intermediarios		116.944,16
Ventas VTC Máquinas Vending		536.159,15
Ventas Tourist-info		667.990,21
Ventas On-line		1.864.945,32
Ventas Caja Central		2.749,66
Portal Ofertas Restaurantes		249.691,85
<b>Otros ingresos de Actividad</b>		<b>77.718,17</b>
Comisiones por Reservas-Tax Free		20.800,35
Publicidad / Gastos envío		56.917,82

Por lo que respecta a la atención presencial, en 2022 un total de **515.450 turistas fueron atendidos en la red de oficinas turísticas** de Visit València, de los cuales 171.246 fueron internacionales, 332.423 nacionales y 11.781 locales.

La **atención online** se aproxima ya a los niveles previos a la pandemia, con **3,8 millones de usuarios atendidos** que realizaron **3.459.203 sesiones totales** en [www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com) (+2.906,2% que en 2021) y un total de **9.633.915 páginas vistas a lo largo del año** (+2.792,8% que en 2021). Estas cifras se apoyan en una buena estrategia de inbound marketing y una actualización y creación constante de nuevos contenidos y estrategia SEO pensadas en el visitante de València para obtener un buen posicionamiento de nuestro sitio web.

## USUARIOS

	Pafs	Sesiones	Crecimiento	
2,2 mill.				3,8 mill.
				2022
	España	1.754.116	+3934.8%	
	Italia	317.711	+2105.7%	
	Francia	265.313	+4171.7%	
	Alemania	264.815	+3609.9%	
	Países Bajos	212.601	+3366.5%	
	Bélgica	118.605	+4877.1%	
	Reino Unido	102.997	+2052.5%	
	Estados Unidos	84.542	+426.3%	

2020 y 2021 fueron años de parón y grandes dificultades de venta para el principal producto turístico de la Fundación. No obstante, en 2022 se realizaron mejoras y grandes avances en este producto. Por un lado, se pasó de una gestión propia a integrar la tarjeta con el adjudicatario de la licitación de venta de transporte, Logista. Esto modificó la forma de gestionar esta tarjeta turística, que ya disponía de un entorno de gestión TVpunt, que se conectaba con el sistema de la ATMV SigApunt, y que incorporaba así al intermediario Logista. Además, se avanzó en la digitalización de la tarjeta con la incorporación de 10 puntos inteligentes nuevos, gracias a los cuales la oferta de una tapa y caña gratuita incluidas pasaron de tiques físicos a estar plenamente digitalizados. Por otro lado, avanzamos en sostenibilidad con nuevas cajas de venta de la tarjeta en cartón.

También en la **Tarjeta de 7 días** sin transporte se realizaron cambios. Con la gratuidad de los museos la tarjeta perdió su principal atractivo, por lo que se pausó su comercialización para reconceptualizar la tarjeta y hacer su lanzamiento en verano.

Todos estos cambios y avances en digitalización ayudaron a que la València Tourist Card experimentase una evolución positiva de ventas en 2022, que se situó en niveles de venta semanales incluso por encima de 2019.

### Fomento del consumo local

Además de las diferentes campañas para activar el consumo y comercio, como los **Menús de Cine, Cuina Oberta** o la reactivación de la **visita guiada Made in València**, en 2022 trabajamos el relanzamiento de la **Targeta València ON**. Esta tarjeta turística para valencianos la lanzamos en los peores momentos de la pandemia para ayudar a la activación del sector.

En 2022 **renovamos su página web, su APP**, se revisaron los **puntos de utilización** y se **realizó una campaña de lanzamiento** para darle visibilidad y que los valencianos y valencianas se animasen a usarla. Así, pusimos en marcha una campaña digital, mupies y acciones de street marketing con un stand que recorrió distintos puntos de la ciudad (junto al Mercado de El Cabanyal, en la plaza de Patraix, en la calle Reus...) animando a descargar y utilizar la tarjeta en los establecimientos adheridos.

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

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

Tras la campaña *Modo València ON*, que lanzamos en 2020 y actualizamos en 2021 para poner el foco en la reactivación, se hacía necesaria una nueva campaña para 2022, el año de València, en el que la ciudad era Capital Mundial del Diseño, del Turismo Inteligente, sede de los Goya y tantos otros hitos. Así, activamos *València es ahora*, una nueva campaña que daba visibilidad a la excepcionalidad del año 2022. Mostrando en un vídeo y diferentes creatividades en todos los idiomas una ciudad inteligente, dinámica, moderna, acogedora, diversa y sostenible. Un destino lleno de emprendimiento, creatividad y artesanía. Un lugar en el que apetece estar en este preciso momento, “al que todo te lleva, porque es donde todo pasa”.

Asimismo, Visit València está en proceso de crear una **narrativa de marca** que permita construir las próximas campañas publicitarias de 2023 y años posteriores, y que además sirva de soporte teórico para el *rebranding* de la marca turística de València que se acometerá también en 2023.

### Soportes y herramientas

En 2022 Visit València ha **revisado y rediseñado todos los materiales** impresos bajo la premisa de la sostenibilidad. Se han analizado los materiales de promoción e información para mejorar y mantener aquellos que por su especificidad o público (materiales B2B principalmente) han de conservarse, y digitalizado aquellos folletos de atención o agenda. No obstante, el camino hacia la digitalización lleva su tiempo y una estrategia 100% digital no se contempla todavía en este momento, para no abrir posibles brechas digitales entre nuestros turistas, que son muy diversos. Así, se editaron la **Guía turística**, el **folleto de Museos y Monumentos**, un **folleto genérico de ciudad** y otro para **promoción en mercados** y una **Guía para cruceristas**. Además, se actualizaron las guías digitales *Por qué València tiene que ser tu próxima escapada; València en tres días; València en familia; València con amigos y València en pareja*; y se lanzó una nueva **Guía digital de playas**.

Asimismo, lanzamos un nuevo folleto de las **10 razones para visitar València en 2022** y se editaron también el **Balance Turístico**, la **Memoria de Actividades** y el **Folleto Estadístico**

**de 2021**, todos ellos en formato digital, y disponibles para su consulta en la pestaña “Fundación” de la web de Visit València.

Mención especial merece la elaboración del **Podcast** creado por la Fundación, ‘**València, una ciudad para pasear**’, que se lanzó en 2021 y algunos de sus 24 episodios se grabaron y emitieron en 2022. Constituyen paseos sonoros por los barrios de la ciudad con personalidades de València. El dibujante Paco Roca, la cantante Sole Jiménez o el pirotécnico Ricardo Caballer son algunas de las voces que acompañaron estos itinerarios sonoros descubriendo al oyente los secretos mejor guardados de la ciudad. Alcanzaron 5.000 escuchas.

### **Presencia en redes sociales**

En 2022 Visit València desarrolló una intensa labor en redes sociales, alcanzando un **alcance total cercano a los 40 millones** y un número de **seguidores en los diferentes perfiles de 421.321**. Esta cifra se ha incrementado en 54.760 seguidores respecto a 2021 y 114.908 respecto a 2019.

La estrategia se centró en contenidos más alineados con las tendencias del momento, generando así más *stories* en Instagram y más *reels*, lo que reportó una mayor visibilidad y un aumento considerable de seguidores en este perfil, ayudando a superar los **100.000**. Por su parte, LinkedIn también mantuvo una buena tendencia en 2022, cerrando el año con 6.110 seguidores.

## **Plan 4: Refuerzo promoción y comercialización**

### **Acciones multimercado y de comunicación**

Para mantener la visibilidad del destino en nuestros principales mercados emisores, Visit València continuó trabajando con las agencias de comunicación y marketing con las que mantenía contrato en 2021. Esto permitió desarrollar **campañas promocionales** y mantener un **envío constante de información sobre la ciudad a los medios de comunicación y agentes de Países Bajos, Italia, Alemania, Francia, Reino Unido Bélgica y EE. UU.** Por lo que respecta

a Rusia, debido a la guerra con Ucrania, se interrumpió el contrato vigente con la agencia en el momento de la invasión.

Este trabajo realizado con las agencias de comunicación en los principales mercados emisores puede resumirse en un total de **123 comunicados de prensa** enviados que generaron **1.168 artículos y reportajes** en medios de comunicación, alcanzando una **audiencia estimada en 3.958.654.388** y un **retorno de la inversión (ROI) de 19.172.691 euros**.

Asimismo, además de estas campañas lanzadas con las agencias en diferentes mercados, en colaboración con Turespaña, se ejecutaron tres **campañas de marketing cooperativo con Tripadvisor, Expedia y Condé Nast**. El objetivo de estas grandes acciones era generar nueva demanda de viajes hacia València y mejorar el posicionamiento del destino en algunos de los principales mercados emisores (Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y EE. UU.). Así, se desarrollaron páginas de destino personalizadas y contenidos relevantes de vídeo e impresos para los millones de viajeros internacionales que visitan **Tripadvisor, Expedia** y las cabeceras de **Condé Nast** cada mes, dando a conocer y animando a los usuarios a reservar experiencias y hoteles en València.

En total, en 2022 se realizaron más de **400 acciones promocionales** en mercados. Entre otras, Visit València **participó en 18 ferias y 33 workshops, atendido 36 visitas de inspección, 28 viajes de familiarización y 90 viajes de prensa**. También se realizaron **32 presentaciones de destino** y se lanzaron **39 campañas de marketing online**. Estas acciones, algunas detalladas en el epígrafe de promoción de productos y otras en este de promoción y comercialización en mercados, lograron generar **2.289 contactos** con prescriptores, además de los **345 periodistas atendidos**.

## España

Como no podía ser de otra manera, València estuvo presente en **FITUR**, la feria anual más importante del sector turístico, con el lema **València es ahora**. La agenda de actividades de Visit València comenzó con una mesa redonda en la Plaza central del stand de la Comunitat Valenciana, dedicada a “Destinos de turismo inteligente”. Además, se presentó el programa cultural y deportivo de la ciudad para 2022 y se atendieron numerosas citas con operadores, prensa y agentes.

En 2022 la Fundación también atendió un viaje de prensa del **suplemento Viajar** del periódico **ABC** y el de la periodista especializada en viajes Sonia Graupera y lanzó el vídeo promocional en redes sociales del periodista e influencer de viajes **Paco Nadal**, grabado antes de la pandemia. Asimismo, participamos en los **workshops organizados por CEAV en Madrid, Málaga, Alicante, Castellón y València.**

## Italia

En este mercado la actividad promocional también fue continua, con numerosas acciones como el *Roadshow Spagna 2022*, que llevó la imagen de València a **Roma, Catania, Bolonia y Milán** o la presentación de la ciudad con motivo de la clausura de la **exposición de Joaquín Sorolla en Milán**, a la que acudieron los principales intermediarios y prensa milaneses en el Palazzo Reale, colaborando también con un premio para apoyar la campaña de publicidad que se generó en torno a este evento.

También presentamos la oferta de València a las agencias italianas organizadoras de eventos en las **jornadas directas que organizó el Spain Convention Bureau en Roma y Milán**, asistimos a la principal feria profesional turística italiana, **TTG Travel Experience**, así como al **workshop** organizado por el **aeropuerto de Venecia** en la ciudad de Treviso, importante núcleo emisor de turistas para Valencia.

Asimismo, recibimos visitas de inspección como la del turoperador SportTours o un fam trip de relevantes agencias italianas del norte de Italia especializadas en turismo de negocios. Y atendimos a numerosos medios como *La Gazzetta di Parma, The One Yatch & Design, The Boat Show TV, PressMare, Repubblica, Harper's Bazaar, Donna Moderna, Poliedro, Atribune, la productora napolitana Viggichannel TV* y a bloggers e influencers como *Quantomanca.com, Eli Loves Travelling, Due valigie in viaggio, Wanderlustviola.it, Zaira Magliozzi, Una donna al contrario, Una Valigia di Fiori, Ottavia fashion and style, Travel Gudu, I Viaggi di Speedy, Alla Fine di un Viaggio, Lifegate.it, Orazio Spoto o Valigia a due piazze e mezzo.*

Por último, desarrollamos acciones de colaboración o co-marketing con relevantes

colaboradores como **Lonely Planet, Touring**, el grupo **Valica** (con sus medios *Turisti per caso, Paesi on line*, *Artribune* y *Paesi del Gusto*) o **Sojern Italia**.

Terminamos el año con una potente **acción publicitaria en autobuses y tranvías de Milán y Bolonia**, dos de las ciudades europeas con las que mejores conexiones aéreas directas cuenta la ciudad de València.

### Países Bajos

Para mantener el buen ritmo emisor de turismo desde Países Bajos, que en 2022 se posicionó como el principal mercado internacional en pernoctaciones, lanzamos una **campaña de marketing online con Holidayguru.nl** para dar visibilidad a la ciudad en diferentes medios del país. Asimismo, atendimos los viajes de prensa de *Navegant Magazine, Meridian* y *lookatthatvideo*.

A mediados de agosto tuvo lugar la Vuelta Ciclista en Países Bajos, con 3 etapas en el país y Visit València colaboró con Turespaña en una nueva iniciativa que fomentaba la sostenibilidad: “La Caravana Verde”. Igualmente, apoyamos un viaje de prensa del medio holandés económico **Persoonlijk** que fomentaba también el turismo sostenible y el viaje en tren. Además, realizamos campañas con medios especializados en gastronomía como *Flavorfav* y estilo de vida, moda y diseño, como *Nouveau Magazine*.

### Reino Unido

Por lo que respecta a este mercado, además de la **participación en World Travel Market**, lanzamos una **campaña de marketing online con National Geographic Traveler** y acudimos a **TTG Luxury Awards 2022** para promocionar València entre el *trade* de viajes de lujo e incrementar contactos en ese segmento específico de este país. Asimismo, organizamos la campaña **Traverse UK** para mejorar la imagen de marca de València entre el público final en Reino Unido, a través de la emisión de contenidos relevantes en diferentes redes sociales con la colaboración de generadores de contenido con muchos seguidores.

Además, la Fundación atendió numerosos viajes de prensa, como los de *The Independent, Travel Weekly, About Time Magazine, The Sun, Scottish Sunday Times, Comission Sunday Times, Sat. Telegraph, The Spaces, el de ABTA Destination*, y colaboró con **SUITCASE**

**Magazine y TLM Magazine.** También organizamos el fam trip de **Prestrige Promotion**, para dar a conocer algunos de los activos turísticos de la ciudad a esta agencia británica especializada en viajes a medida.

### Alemania

En 2022 Visit València llevó a cabo diversas acciones para reactivar el mercado alemán. Así, participamos en un **roadshow por Düsseldorf y Frankfurt** en el que presentamos todas las novedades de la ciudad a prensa, agentes de viajes y touroperadores. Asimismo, organizamos un **fam trip** para dar a conocer **la oferta musical y cultural** de València entre **touroperadores alemanes especializados**.

Atendimos también los **viajes de prensa** de las periodistas Alexandra Frank y Bettina Hagen para publicar reportajes en medios alemanes y suizos sobre la Capital Mundial del Diseño, las Fallas y València como destino para familias; también el de la **plataforma Flying Media**, de la **revista IDEAT**, del blog **Edeltrips**, de la **Guía Marco Polo** y de la **televisión pública WDR**. Por último, **viajamos a Mainz** para promocionar València en el marco de las celebraciones del 75 aniversario de Renania-Palatinado.

### Francia

Dentro de la promoción en el país vecino, colaboramos en la actualización de la **Guide du Routard** y la **Guía Verde Michelin València**, apoyamos la organización del workshop de **Meet and Com** en València y organizamos un fam trip para las agencias mejores clientes del touroperador **Parfums du Monde**.

Como acciones directas, en territorio francés, apoyamos el concierto de la orquesta de València en París; participamos en el certamen gastronómico **Taste of Paris**; en un **workshop en Lyon** para promocionar València; y realizamos una **presentación de destino en Cannes**, núcleo emisor de alto poder adquisitivo, aprovechando la inclusión de la oferta de València en el **touroperador FTI**, pero también los nuevos vuelos directos desde Niza y los que ya teníamos con Marsella. Además, organizamos una **presentación en Niza** con motivo del **Día Mundial de la Tapa**.

Como todos los años, Visit València asistió a **IFTM Top Resa**, la principal feria profesional del sector, y estuvimos presentes en una **jornada directa** organizada por el **Spain Convention Bureau**.

Por otro lado, atendimos los viajes de prensa de *Le Point*, *Hôtel & Lodge*, *Tendance Nomad*, *Tourismes TV*, *Yonder* o la influencer *Ludivine Langlois*. Por último, desarrollamos acciones de co-marketing con partners relevantes, como **LeBonbon**, el turoperador **FTI**, el portal **Voyage Privé** y las prestigiosas revistas **IDEAT** y **The Good Life**.

### América

En el principal mercado emisor intercontinental de València, en 2022 acudimos a unas **Jornadas directas de Comercialización en Miami** para hacer promoción del destino, ampliar red de contactos y detectar nuevas oportunidades de promoción.

Además, organizamos y atendimos la visita de la directora de nuestra agencia de comunicación y marketing en este mercado, **Newlink USA** y los viajes de prensa de *Fodor's Travel*, *MensJournal* y el periodista **Gerry Dawes**. También participamos en las **jornadas directas organizadas por Turespaña en Brasil y Argentina**, como ya se ha mencionado en el programa Unique València, para ampliar la red de contactos en estos mercados y en otros países del cono sur.

### Plan 5: Mejora Conectividad

#### FLY València

La Fundación acudió a **Routes Europe 2022** en Bergen, donde se retomaron los encuentros presenciales con el sector aéreo. Ahí mantuvimos reuniones con numerosas aerolíneas y aeropuertos con el objetivo de afianzar las conexiones existentes y explorar posibles nuevas aperturas.

Cabe señalar que en la temporada primavera-verano 2022 se abrieron más de **10 nuevas conexiones** en el Aeropuerto de València y **se recuperó la práctica totalidad de las que operaban en 2019**. Así, en esta etapa FLY València se focalizó en incrementar las conexiones directas a Escandinavia y analizar las oportunidades de València de cara a albergar rutas transoceánicas. Todo ello, sin olvidar los destinos nacionales, como Granada, que tan importantes fueron para el sector turístico durante la pandemia.

Además de las reuniones de trabajo, en el marco del Routes Europe participamos en el foro ***El futuro sostenible de los aeropuertos***, donde se pusieron en valor los principales hitos de la ciudad en materia de sostenibilidad. También se destacaron los planes del Aeropuerto de València -como puerta de entrada al destino- para avanzar en sostenibilidad y descarbonización, valorando el trabajo conjunto que realiza Visit València con AENA.

### **VLC Cruises**

La vuelta de los cruceros a la ciudad también trajo una intensa actividad promocional. En el marco de ***Seatrade Cruise Global 2022***, participamos en los eventos organizados paralelamente por **CLIA y la OET de Miami** para estrechar relaciones con las navieras y detectar nuevas oportunidades de negocio en la actual coyuntura.

Atendimos las **visitas de inspección de Holland America Group y Silversea Cruises**, y los **fam trips de Costa Cruceros y Scenic Luxury Cruises & Tours**; y organizamos también un acto de bienvenida al crucero Costa Toscana.

Asimismo, lanzamos una **Guía de Excursiones para Cruceros**. Se trata de una nueva publicación centrada en ofrecer información de interés sobre el amplio abanico de posibilidades que las navieras pueden encontrar en València, tanto en ciudad como en otros lugares cercanos de la provincia, para su oferta de excursiones a los pasajeros.

### 1.3.- ESTRATEGIA III: Un destino inteligente y sostenible

#### Plan 6: Un destino más inteligente

Como **Capital Europea del Turismo Inteligente 2022**, València desarrolló a través de la Fundación una batería de acciones centradas en la sostenibilidad, la inteligencia y la accesibilidad del turismo, que se fueron escalonando a lo largo del año. Para dar visibilidad a la capitalidad lanzamos **proyectos de marca** con el logo de la capitalidad en soportes propios, grandes formatos y oficinas de turismo.

Tras el **evento de lanzamiento**, que se celebró el 1 de febrero en la Ciutat de les Arts i les Ciències con la **inauguración de la escultura del hashtag itinerante de la Smart Capital** y una jornada con ponencias y mesas redondas emitida en *streaming*, se realizaron diversas acciones.

En Fallas se lanzó una campaña de promoción de la capitalidad en las oficinas turísticas, con un concurso fotográfico para que las comisiones animasen a hacer turismo inteligente y reparto de pañuelos falleros. Posteriormente, en abril se celebró el **Día Internacional de la Salud**. Una acción coordinada con el programa Medical Destination, en el que se tomó la tensión a los visitantes en la Oficina del Ayuntamiento. Se repartió zumo de naranja en vasos ecológicos y se colocó una pancarta en el balcón del Ayuntamiento destinada a la concienciación.

Asimismo, celebramos el **Día Mundial del Medio Ambiente** con una interesante jornada formativa en l'Albufera. Organizamos excursiones para 100 personas a la reserva del Tancat de la Pipa para dar a conocer y concienciar sobre la necesidad de conservación de estos parajes naturales.

Como no podía ser de otro modo, en el **Día Mundial del Turismo** organizamos acciones enmarcadas en los cuatro ejes que la Comisión Europea valoró para otorgar a València esta capitalidad: accesibilidad, digitalización, sostenibilidad y patrimonio. Se planificaron rutas turísticas por la ciudad, centradas en la Capitalidad Mundial del Diseño y para concienciar sobre la importancia de la accesibilidad en la actividad turística y la necesidad de eliminar barreras para que cualquier persona pueda disfrutar de una experiencia turística plena; se implantaron

tecnologías inmersivas e inteligencia artificial; se repartieron degustaciones de horchata; se lanzaron acciones orientadas al reciclaje; y visitas virtuales con tecnología 5G.

El plato fuerte del programa Smart Capital fueron las **jornadas formativas** enmarcadas dentro del **Foro Urban Tourism Trends** de Visit València y centradas en los temas de la capitalidad. En abril se celebró la primera de ellas: ***La sostenibilidad ambiental turística en empresas y destinos***, en el Jardín Botánico. Participaron el director general de la Oficina de Turismo y Congresos de Burdeos, Olivier Occelli y la responsable de Turismo Sostenible, Julie Benisty; el fundador y director de My destination, Sébastien Repéto; la gerente de Pago de Tharsys, Ana Suria; el coordinador de gestión de proyectos de la Cámara de comercio, industria y navegación de València, Rafa Mossi; y el responsable de Global Destination Sustainability Movement, Guy Bigwoodsénior.

También se organizó en julio la jornada sobre sostenibilidad titulada ***La accesibilidad universal en empresas y destinos turísticos. Un reto europeo***, en el Hotel Ilunion Aqua. En ella se escucharon las ponencias de Sabine Switalla, auditora de accesibilidad para destinos en Inclusive Greece (Atenas) y Marjorie Diaz, responsable de desarrollo del proyecto L'Alternative Urbaine (Burdeos) y una mesa redonda con Raúl Moreno, responsable de proyectos estratégicos en Navilens (Murcia); Mercè Luz Arqué, jefa del departamento de cultura y ocio en la ONCE; Edurne Francisco Contreras, responsable de Formación y técnico de turismo accesible en PREDIF; y Raquel Gil Pérez, ingeniero y técnico en accesibilidad, colaboradora de COCEMFE CV.

Por último, en octubre se celebró la jornada ***Experiencias de turismo urbano cultural y creativo*** en el IVAM, La directora de la Red de Museos y Estrategias Digitales (REMEDI), Ana Martí Teston; la directora del Creative Tourism Network, Caroline Couret; el director de operaciones y relaciones externas de Berklee València, Manuel Costa Ruiz; el director de EMEA (World Tourism Association for Culture and Heritage); y el director de la agencia Districte, Vicent Molins.

### III Congreso Mundial de Destinos Turísticos Inteligentes

Como colofón a la capitalidad, València se convirtió en foro mundial para debatir el modelo de turismo del futuro, al albergar el III Congreso de Destinos Turísticos Inteligentes en noviembre. En él participaron cerca de **80 expertos nacionales e internacionales** (Brasil, Colombia, Francia, Finlandia, Jordania, Países Bajos, Perú, Portugal, Reino Unido y Suecia) debatiendo sobre los **aspectos claves para convertir un destino en inteligente**. Se abordaron estrategias, tecnologías emergentes aplicadas al turismo, el valor de la accesibilidad en los destinos, la economía circular en el ciclo de vida del turismo y cómo usar los datos para mejorar la gestión de los destinos. También se profundizó sobre el hecho de que la sostenibilidad constituya un valor de marca en la estrategia de marketing de los destinos.

Además, para demostrar por qué València es capital y tiene implantado un modelo turístico inteligente, se **crearon stands experienciales** para ejemplificar cómo la ciudad avanza en digitalización y atención turística (Next Concept TIC). Un **coffee corner** para inspirarse y preparar la visita en un entorno relajado. Una **Next Tourist Info**, oficinas turísticas que València tiene previsto implantar con los Fondos Next Generation. Serán espacios de nueva generación sin barreras que separen al informador del turista, con gestor de colas para acceder y atención personalizada a través del CRM de cliente. **TIC @ home**, recreación de la atención remota y personalizada por videoconferencia. Pantalla táctil con servicio de información 24/7 a través de Infotools. Un espacio **Metaverso**, zona inmersiva en la que se ofrecen contenidos de valor e inspiracionales; y **València LAB**, un espacio en el que se compartieron los principales avances en digitalización, inteligencia turística y sostenibilidad que ha desarrollado València.

Más allá de los eventos ligados a la capitalidad, Visit València lanzó en 2022 medidas para hacer un destino más inteligente. En particular, durante el primer semestre se realizó un amplio y ambicioso **análisis de la marca de nuestro destino** turístico. El objetivo es renovar la narrativa de marca. Para ello se abordaron tres estudios dirigidos a turistas que ya habían visitado València; ciudadanos europeos que son potenciales turistas; y profesionales del sector turístico de empresas asociadas a Visit València. El resultado del análisis se presentó en un taller realizado con representantes de las universidades y empresas turísticas. Las conclusiones extraídas se aplicarán en las futuras actuaciones de marketing.

Además, diversas universidades valencianas se han interesado en el trabajo que se viene

realizando en Visit València, especialmente, en materia de inteligencia. De ahí que se hayan impartido en 2022 varias sesiones divulgativas y haya previstas otras tantas para en distintos foros nacionales.

### Monitorización

En 2022 se ha **adaptado el Sistema de Inteligencia Turística (SIT)** ante cambios efectuados en los proveedores de datos. Asimismo, se prepararon los pliegos para **adquisición de licencias, mejora y renovación de la infraestructura** y de equipos de la Fundación, ejecutar la **tercera fase del SIT**, realizar las **encuestas a turistas y estimación de impacto económico**, construcción de **buyers persona** y adquisición datos de apartamentos turísticos.

Avanzamos también en la mejora de la seguridad, tras **auditoría de seguridad y LOPD** se han implementado numerosas medidas destinadas a mejorar la calidad como bloqueos de USB, filtrado de webs, y dos acciones formativas con un entrenamiento a la plantilla ante un intento de ataque informático.

También se diseñó la primera fase de un **sistema interno para la gestión económico-financiera** de la Fundación y una **intranet que sirva para mejorar la comunicación interna** y facilite el acceso a herramientas y la reordenación de la documentación.

Simultáneamente, Visit València ha **monitorizado la coyuntura turística** del destino. Los sondeos de ocupación han mostrado la evolución de la demanda. Y a los recurrentes sondeos mensuales se han sumado algunos quincenales y de fines de semana.

Adicionalmente, se participó en un proyecto desarrollado por el Patronato de Turismo con el que se pretende **'sensorizar' los flujos turísticos** de la provincia de València, incluida su capital. Para ello esta institución desplegó una red amplia de sensores wifi con los que geolocalizar el movimiento de dicho público. Esta información estará disponible para el público sectorial cuando el proyecto finalice de desplegarse.

## Información de valor al sector y calidad

Además de mantener puntuales **envíos con información sobre ayudas** y la actualización de nuestro **Sistema de Información Turística (SIT)**, en 2022 incorporamos también en el apartado de Fundación de [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com) la **Memoria de Actividades** y el **Balance Turístico 2021**, así como el **Plan de Actuaciones 2023**.

En el apartado de la **Calidad**, desde Visit València seguimos trabajando en SICTED, el sistema integral de calidad turística española en destino procurando a las entidades asesoramiento para la obtención del distintivo “Compromiso de Calidad Turística”. En abril, durante la Urban Tourism Trends dedicada a la inteligencia turística, realizamos un acto de reconocimiento al esfuerzo realizado por las entidades distinguidas en aquel momento. **Así, finalizamos 2022 con 171 servicios y/o establecimientos reconocidos (+10%) distribuidos entre 30 actividades diferentes.**

Por lo que respecta al sistema integrado de gestión interna, tras la realización de auditorías externas la Fundación ha renovado la **Marca Q** (ISO 14785:2015 Oficinas de Información Turística y UNE 187005:2009 Convention bureaux) y el “**Safe tourism certified**” en el servicio de atención presencial al cliente. También se han mantenido los certificados **ISO 9001/14001 Gestión de la calidad y ambiental** y **UNE 170001-2 Accesibilidad universal** en las oficinas de la calle de la Paz, Ayuntamiento, Joaquín Sorolla y Aeropuerto. (certificados en: [Política de calidad, medio ambiente y accesibilidad | Fundació Visit València](#))

Además, en 2022 se trabajó también en otros sistemas relacionados con la implantación de medidas de seguridad de la información y otras pautas para asegurar el cumplimiento normativo (“compliance”).

## Plan 7: Sostenibilidad y accesibilidad

### Estrategia de Turismo Sostenible

La Fundación lanzó en 2022 el nuevo **Plan de Sostenibilidad Turística de València 2022-2024**. Una hoja de ruta que presentó en julio y que busca continuar consolidando la ciudad como destino turístico inteligente, asentándose en bases sólidas como la reducción de la huella de carbono, la lucha contra el cambio climático, la transformación digital y la creación de valor.

Este Plan, que puede consultarse en [Visitvalencia.com](http://Visitvalencia.com), se estructura en cuatro ejes: transición verde y sostenible; mejora de la eficiencia energética; transición digital y competitividad.

Además, se ha creado una **nueva [guía en visitvalencia.com](http://visitvalencia.com)** para ayudar a reducir la huella de carbono e hídrica de los eventos que se celebran en València. Señala el camino a otras empresas y organizaciones del sector en su labor de ser cada vez más sostenibles.

En paralelo, se desarrollaron otras acciones orientadas a hacer más sostenible el turismo:

- Colaboración con la Diputación de València en la preparación de la propuesta del **Plan de Sostenibilidad turística provincial**.
- Participación en talleres de la estrategia urbana sostenible VLC2030. Apoyo y adhesión a la **Mission VLC2030 Ciudad Neutra**.
- Informe de evaluación final del proyecto piloto del **Sistema Digital de Sostenibilidad 2021**.
- **Global Destination Sustainability index:**
  - Presentación del informe 2021 al Convention Bureau.
  - Preparación de la evaluación 2022: 70 indicadores de sostenibilidad.
- **Gestión de indicadores de sostenibilidad** para modelos DTI Segittur e Invattur.
- Organización de la presentación en Valencia de la **Guía de Segittur de elaboración de memorias de sostenibilidad para Pymes**, en colaboración con Cámara de Comercio de València.
- Colaboración con Segittur en la revisión de la **Guía de Economía Circular en Turismo**.

Asimismo, la Fundación colaboró con el Ayuntamiento y con la Universitat Politècnica en la implementación de las actuaciones incluidas en el **PSTD**: estudio de los riesgos climáticos del turismo, un catálogo de buenas prácticas para eventos y rodajes sostenibles, así como la definición de las acciones de descarbonización del turismo: cálculo, reducción y compensación.

Visit València mantuvo también en 2022 la participación en **proyectos internacionales**:

- **InterregMed Inherit**: declaración del Parque Natural de la Albufera como miembro de la red Inheritura.

- Colaboración con Las Naves en el proyecto **H2020 ARCH: resiliencia del patrimonio cultural y natural ante el cambio climático.**
- Colaboración con TCV y Valenciaport en el proyecto **Interreg Herir Data.**
- Presentación en **InnoEcotur:** economía circular en turismo.
- Presentación en **MOvestur** (Segittur): movilidad eléctrica turística.
- Presentación del “policy briefing” de **MedCities UrbanTur:** movilidad sostenible.
- Presentación en la Convención de la Comunidad de Turismo Sostenible **Interreg MED.**
- Sustainable destinations Summit de la Organización mundial del turismo OMT-INSTO.
- **European Cities Marketing:** Sustainable Tourism Knowledge Group.
- Participación en la cumbre del clima de Egipto (UNFCCC COP 27), en colaboración con la OMT y la Sustainable Tourism Community: Tourism Climate Action Plans in the Mediterranean: *A vision for the future.*
- Colaboración con **The Travel Foundation** en el estudio “*Envisioning a net zero future for tourism and how to plan for it.*”
- Participación en el workshop “*Atlantic Council Decarbonizing Cities*”.
- Participación en el **Global Sustainable Tourism Council (GSTC);** destination members meeting y panel sobre “Carbon neutral cities”.
- Incorporación al nuevo proyecto europeo: “**Urban Agenda - Sustainable Tourism Partnership**”.
- Presentación del informe de resultados del **Global Destinations sustainability Index 2021.**
- Colaboración con el departamento de sostenibilidad turística de la OMT en la revisión del documento: *Overview of measurement tools and methodologies.*
- Participación en el **Tourism Innovation Summit**, en panel sobre mejores prácticas de sostenibilidad turística, colaboración con CityDNA
- Presentación de candidatura al **Global Destination Sustainable Movements (GDS):** finalistas.
- Apoyo en la presentación de la candidatura de **European Green Capital 2024.**

Además, lanzó el contrato para calcular la huella de carbono e hídrica del ejercicio 2021 y elaborar los informes de huella de carbono e hídrica del turismo en València del ejercicio 2022,

para obtener una imagen de la evolución de estos indicadores de sostenibilidad turística pre y post pandemia.

### **Destino Accesible**

En 2022 la Fundación firmó un **convenio con PREDIF**, fruto del cual se está elaborando un **Plan de acción de accesibilidad para València**. Entre las acciones de dicho Convenio se presentó una [\*Guía de Buenas Prácticas en Organización de eventos accesibles\*](#), que está disponible en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com), en la pestaña del Convention Bureau. Asimismo, la Fundación formó parte del grupo de trabajo de accesibilidad de **INVATTUR**.

Por otro lado, en relación con este tema se realizaron **mejoras en la accesibilidad web** y se cumplieron todos los **indicadores de Smart City de Segittur**. Además, se trabajó en la licitación de la **Guía de recursos accesibles** de València para [Visitvalencia.com](http://Visitvalencia.com), que se lanzará en 2023.

Asimismo, se ha colaborado en distintas **iniciativas relacionadas con la accesibilidad**, como visitas guiadas y tours. El Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo, junto con el equipo de World Design Capital, y dentro del programa de Smart Capital, organizamos un juego en el Centro de Educación Especial Fundació Mira'm para los alumnos de UEE Escuelas San José. La actividad estaba orientada a trabajar la inteligencia emocional. También realizamos visitas turísticas en el Bus Turistic para las familias de diferentes centros de diversidad cognitiva.

En junio se organizó, como ya se ha mencionado, una **jornada dentro del foro Urban Tourism Trends centrada en La accesibilidad universal en empresas y destinos turísticos**. *Un reto europeo*, así como actividades para concienciar sobre la dificultad de acceder al turismo que tienen las personas con discapacidad visual, dentro de las acciones del Día Mundial del Turismo.

Por último, Visit València colaboró en el **Congreso del Día Mundial de la Parálisis Cerebral**, celebrado en València en octubre con visitas inclusivas para un grupo de 70 personas, asistentes al congreso; participó en el **Foro de Turismo para todas las Personas** en Mallorca, en la mesa de Destinos y Gestión; y participó en la **Feria ACTIVA'T**, Feria de la Diversidad Funcional para visibilizar a este colectivo, buscar su plena inclusión social y dar a conocer los servicios,

programas y productos que en materia de discapacidad realizan diferentes empresas, entidades y organismos públicos y privados.

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

##### **Plan 8: Marco institucional. Compromiso y colaboración**

Dentro de este apartado, la Fundación comenzó una nueva línea de colaboración con la oficina **Invest in València**, una iniciativa promovida entre el Ayuntamiento y la Cámara de Comercio de València para aportar contenidos de ciudad, reuniones orientativas de buenas prácticas y apoyo en sus viajes de familiarización.

Asimismo, colaboró en la **Comisión Municipal de Coordinación Turística** que tuvo lugar en mayo; estuvo presente en las mesas de discusión del **Plan Director Turismo 23-27** de San Sebastián: sostenibilidad, oferta alojativa, producto turístico y gestión del destino; y colaboró en la organización de la **sesión de València Capital Europea Destino Inteligente** dentro del ciclo de jornadas del Ayuntamiento Foro Urbano VLC 2030.

Visit València también asistió a la comisión plenaria de la Red DTI nacional, ya que en junio València pasaba a formar parte de la Comisión Ejecutiva. Asimismo, asistió a la sesión constitutiva del **Observatorio de Ocio y Turismo municipal**; y colaboró en la elaboración del informe sobre la Ordenanza de Protección Contaminación Acústica, Casa Mediterráneo y Plan de Internacionalización del Ayuntamiento.

Del mismo modo, la Fundación apoyó al Servicio de Turismo en la organización de la sesión plenaria del **Consell Municipal de Turisme que tuvo lugar en septiembre**.

Igualmente, se desarrolló el caso València como modelo de gobernanza y destino inteligente en dos **estudios para Segittur** y otro para la **Organización Mundial del Turismo**. Además, la Fundación trabajó junto con el Ayuntamiento en el desarrollo de un estudio que Exceltur llevó a cabo sobre apartamentos turísticos en los principales destinos urbanos de España y que fue presentado en Madrid en noviembre.

A lo largo del ejercicio 2022, la Fundación también atendió solicitudes del Servicio de Turismo organizando diferentes visitas guiadas a grupos institucionales que visitaron València, como los asistentes al Congreso Internacional de Física (junio), una comitiva del Ayuntamiento de Mainz (septiembre), el grupo de embajadores de la UE (octubre), o un grupo del Fondo Monetario Internacional (noviembre), entre otros.

Por último, desde la dirección de la Fundación, se **reforzó la imagen del turismo y del modelo de gobernanza de Visit València**, en un año en el que València fue **Capital Europea del Turismo Inteligente**, participando en **diferentes foros y jornadas**. Así, estuvo presente en una mesa online organizada desde Brasil con los gestores turísticos de la ciudad coreana de Incheon; con los de Santo Domingo de Ecuador; en un webinar con el Ayuntamiento de Dublín; en el Flight Festival Tech de Timisoara; en la Universidad Complutense; y, con motivo del Día Mundial del Turismo, en la Universitat de València; y en el Congreso Internacional sobre Destinos Turísticos Inteligentes organizado por Visit València, Segittur y la OMT.

### **Pertenencia a organizaciones**

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

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

## Plan 9: Gestión eficiente, transparente y colaborativa

### Órganos de Gobierno

Por parte de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, se designó a D. Juan Carlos Sanjuán Hernández, en sustitución de D. Miguel Angel Fernández Torán.

Así, la **composición de la Comisión Ejecutiva** de la Fundación a final de 2022 fue:

- PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, presidente del Patronato.
- DIRECTOR GERENTE: D. Antonio Bernabé García, quien, en ausencia del presidente del Patronato, ejercerá la presidencia conforme a los estatutos y con delegación del voto del presidente.
- VOCALES:
  - D. Juan Carlos Sanjuán Hernández, designado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia.
  - D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de Valencia.
  - D. Miguel Jiménez Martínez, designado por la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana.
  - D. Herick Campos Arteseros, designado por Turisme Comunitat Valenciana.
  - D. Xavier Pascual i Soler, designado por el Patronat Provincial de Turisme de València.
  - D. Alejandro Heras Lorente, elegido por el Consejo General de los Protectores.
  - D. Carlos De Selva Llobet, elegido por el Consejo General de Protectores.
  - D<sup>a</sup>. María Ángeles Fayos Bonell, elegida por el Consejo General de Protectores.
  - D<sup>a</sup>. María José Martínez Vicente, elegida por el Consejo General de los Protectores.
  - D<sup>a</sup>. Isabel Reig Catalá, elegida por el Consejo General de los Protectores.
- SECRETARIO: D. José Antonio Martínez Beltrán, secretario del Patronato.

La **composición del Patronato** de la Fundación a final del ejercicio 2022 quedó así:

-PRESIDENTE: Ayuntamiento de Valencia, representado por D. Emiliano García Domene, delegado de Turisme i Internacionalització.

-VICEPRESIDENTE: Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia, representada por D. José Vicente Morata Estragués.

-VOCALES:

- Feria de Valencia, representada por D. Luis Martí Bordera.
  - Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana, representada por D<sup>a</sup>. Eva Blasco García.
  - D. Carlos Galiana Llorens, designado a propuesta del Ayuntamiento de Valencia.
  - D. Manuel Espinar Robles, designado a propuesta de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia.
  - Turisme Comunitat Valenciana, representado por D. Francesc Colomer Sánchez.
  - Patronat Provincial de Turisme de València, representado por D. Jordi Mayor Vallet.
  - D. Eduardo Nogués Meléndez, elegido por el Consejo General de Protectores.
  - D. José Antonio Ferri Moscardó, elegido por el Consejo General de Protectores.
  - D. Javier Gutiérrez Marqués, elegido por el Consejo General de Protectores.
  - D. Alejandro Del Toro Ibáñez, elegido por el Consejo General de Protectores.
  - D. Javier Vallés Sales, elegido por el Consejo General de Protectores.
  - D<sup>a</sup>. Isabel M Gil Forteza, elegida por el Consejo General de Protectores.
  - D. Rafael Torres García, elegido por el Consejo General de Protectores.
- SECRETARIO NO PATRONO: D. José Antonio Martínez Beltrán.
- DIRECTOR-GERENTE NO PATRONO: D. Antonio Bernabé García

## Nuevas empresas asociadas

En 2022 se sumaron a la Fundación las siguientes entidades:

### València Convention Bureau:

- GENTE DE BIEN S.L.
- ECO3 MULTIMEDIA, S.A. (CLUB ALCALATÍ).
- CONSULTIA BUSINESS TRAVEL
- VIAJES TULUM S.L.
- CALMA HOTELS GESTION S.L. (VILLA INDIANO).

### Cultura y Ocio:

- OSCAR DE MANUEL, producción musical.
- CBM VISITAS CULTURALES (CATALINA BENITO MULET).
- VALENCIA & GO (CAROLINA CEGLINSKI).
- JCY ENTRETENIMIENTOS, S.L (MOMENT ESCAPE).
- JCY ENTRETENIMIENTOS, S.L (TEATRO LA PLAZETA).
- HARMONIAFAMILY S.L. (PELICAN BIKE).
- MAGYAR VALENCIA S.L (PUB BIG BEN).
- 2002 CARDENAL BENLLOCH S.L. (HOTEL SILKEN PUERTA DE VALENCIA).
- PAPA VINVE S.L. (RADIO CITY).
- SOLUCIONES MUSICALES VALENCIANAS S.L (LA CASA DE LA MAR)

### VLC Gastronomía:

- PIMPERNELLE, S.L. (RESTAURANTE RIFF).
- DEL BARRIO AL PUERTO, S.L. (BAR CREMAET).
- GASTRONOMÍA RÍO NERVIÓN, S.L. (BAR MISTELA).

### VLC Sport

- TOUR SPORT PROMOCIONES DEPORTIVAS, S.L.
- CLUB ESCUELA DE SALTO DE VALENCIA, S.L.
- CAUCEBIKES.
- SPORT CITY (FUTBOLCITY FIVE SA).
- VALENCIA MAR PORT, S.L (VALÈNCIA MAR).
- ASE ARQUITECTOS, CONSULTORES Y SEGURIDAD (ASE ARQUITECTOS).

- BONPLAN BUSINESS DEVELOPMENS SL (HOTEL ARENA ZONE HOTEL & CAFÉ).
- R&O EVENTOS DEPORTIVOS SL (R&O EVENTS).
- SPORT CULTURE CITY TRAVEL SL (MÍSTER VALÈNCIA).
- ENCOM GAMES – DREAMHACK (ENCOM GAMES).
- CLUB DEPORTIVO SAN JOSÉ.

### València Medical Destination:

- INSTITUTO MUSCULOESQUELETICO EUROPEO, S.L. (IMSKE).

### Idiomático y de estudios:

- ACADEMIA LA PAGODA.
- ADVISERS FOR INTERNATIONAL PROGRAMS ISN SPAIN, S.L. (AIP LANGUAGE INSTITUTE).
- CENTRE DE IDIOMES DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA SLU
- UNIVERSIDAD CEU- CARDENAL HERRERA (FUNDACIÓN UNIVERSITARIAS SAN PABLO CEU).
- COSTA DE VALENCIA S.L. (COSTA DE VALENCIA, ESCUELA DE ESPAÑOL).
- IDEAL EDUCATION GROUP S.L. (DON QUIJOTE VALENCIA).
- IDEAL EDUCATION GROUP S.L. (ENFOREX VALENCIA).
- FUNDACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA, ESCUELA DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS DEL MEDITERRÁNEO (EDEM ESCUELA DE EMPRESARIOS).
- ESCUELA DE ESTUDIOS SUPERIORES ESIC (ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL).
- ESPAÑOLÉ INTERNATIONAL HOUSE VALÈNCIA (TODO IDIOMAS SL).
- ASOCIACIÓN MEDITERRÁNEA PARA LA PROMOCION Y EL FOMENTO DEL ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (FEDELE-COMUNIDAD VALENCIANA).
- FLORIDA CENTRE DE FORMACIO COOP V.
- HISPANIA, ESCUELA DE ESPAÑOL.
- HISPANIA EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN S.L.
- INTEREUROPA ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS S.L. (INTEREUROPA).
- DC EMPRESARIAL, S.L. (DC EMPRESARIAL FORMACION EN EL EMPLEO).
- VALENCIA CULINARY CENTER (MEDITERRANEO CULINARY CENTER).
- SIRESA HOUSE 2 CAMPUS, S.L.U. (RESA PATACONA).
- VILA HERNAN S.L. (TARONJA SCHOOL).
- UNIVERSIDAD EUROPEA DE VALENCIA S.L.U. (UNIVERSIDAD EUROPEA DE VALENCIA).
- UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALÈNCIA (UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA).
- UNIVERSIDAD DE VALÈNCIA (UNIVERSIDAD DE VALENCIA).
- NEERAJ MANUJA (VALÈNCIA LANGUAGE EXCHANGE).

- BERKLEE COLLEGE OF MUSIC - DELEGACIÓN ESPAÑA.
- AVANQUA OCEANOGRÁFIC AGORA SL.
- CENTRO FORMACIÓN ÁLVARO S.L. (CF ÁLVARO).
- YOURENTAFLAT S.L. (LIVE4LIFE).
- MyCO LIVING VALENCIA (MYCOLIVING).
- ESCUELA INTERNACIONAL DE PROTOCOLO S.L. (ESCUELA INTERNACIONAL DE PROTOCOLO DE VALENCIA).

Por su parte, han causado baja de la Fundación las empresas:

- ORIGEN COSMETICS (CHOZAS CARRASCAL).
- CASA AMORES.
- RESTAURANTE ALEJANDRO DEL TORO.
- CA DUART.
- QUALITY INTERPRETERS.

### Convenios de colaboración

En 2022 la Fundación mantuvo diversos acuerdos de colaboración con diferentes instituciones para impulsar la actividad turística de la ciudad desde diferentes ámbitos. En el marco del **Programa de Colaboraciones** establecido por los Estatutos de la Fundación para sus protectores, mantuvo convenios con: el **Centro Comercial Bonaire, El Corte Inglés, Teletaxi, Oceanogràfic, el Valencia Club de Fútbol, Fundación Trinidad Alfonso y Viajes Transvia Tours**, como colaboradores, potenciando la actividad turística y económica de la ciudad.

Se suscribió la prórroga del convenio con **Ciutat de les Arts i les Ciències** para la colaboración recíproca en la promoción de la ciudad de València y del recinto en particular. También se firmó un nuevo convenio con **Turisme Comunitat Valenciana** para el fomento de la imagen de la ciudad de València como referente en el turismo de los diferentes productos, entre los que destacan el cultural, el urbano, el gastronómico, el deportivo, el familiar y de negocios. Y otro con la **Diputación de València**, con la finalidad de favorecer el posicionamiento de València y su provincia como destino de turismo.

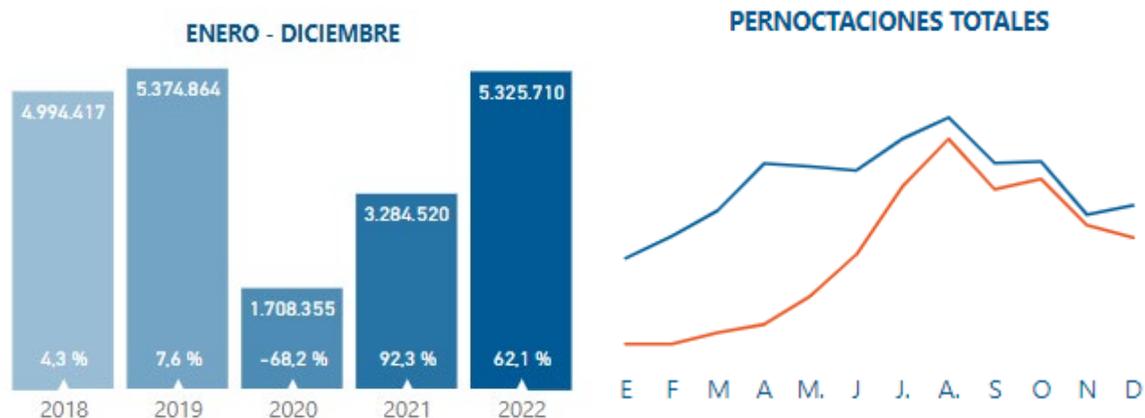
Se formalizaron diversos convenios de colaboración con: **PREDIF**, Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física, para trabajar en la Accesibilidad Turística del municipio; con la **Mostra de Valencia e Iniciativas Audiovisuales** para dar a conocer la ciudad de València como destino turístico de interés cinematográfico; con la **Asociación de**

**Productoras de Cine Publicitario** para desarrollar las *X Jornadas de Producción de Cine Publicitario*; con **Kammel Osterreichishes Filmservice E.U /CIFF** en representación de **International Committee of Tourism Film Festivals** para Organizar en Valencia los World Tourism Film Awards; y con la **Federación de Fallas de Sección Especial** para facilitar la acción conjunta de ambas instituciones y la mayor proyección de Visit València en las actividades de promoción y difusión de la ciudad de València, en relación con la semana Fallera.

## 2. - COYUNTURA 2022

### 2.1.- Evolución de la demanda

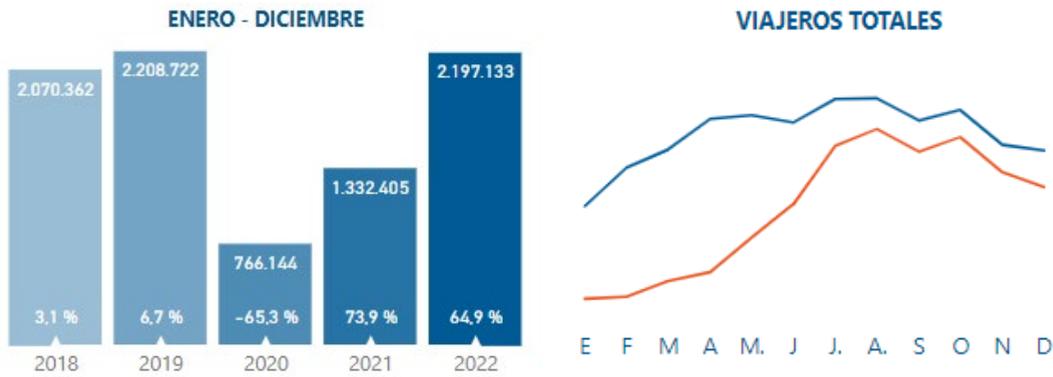
En 2022 la recuperación del turismo a nivel mundial fue cogiendo impulso paulatinamente gracias a la disminución de las restricciones sanitarias y el aumento de la confianza en la mayoría de los países. En **València también se cumplió esta tendencia de recuperación.** Según las cifras del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en la ciudad se **incrementó la demanda del turismo hasta niveles cercanos a los previos a la pandemia.**



Por lo que respecta a **pernoctaciones**, en 2022 se registraron **5.325.710**, un 62,1% más que el año anterior, y una cifra muy similar a la de 2019. Las **pernoctaciones internacionales** alcanzaron los **3.248.333 (+94,9%)** y las **nacionales 2.077.377 (+28,4%)**.

Tras España, que fue clave en 2020 y 2021 y en 2022 mantuvo un buen crecimiento, los principales mercados emisores internacionales en 2022 fueron: **Países Bajos** con 485.192 pernoctaciones; **Italia** con 467.271; **Reino Unido** con 262.863; **Alemania** con 254.801; **Francia** con 251.854; y **EE. UU.** con 202.226.

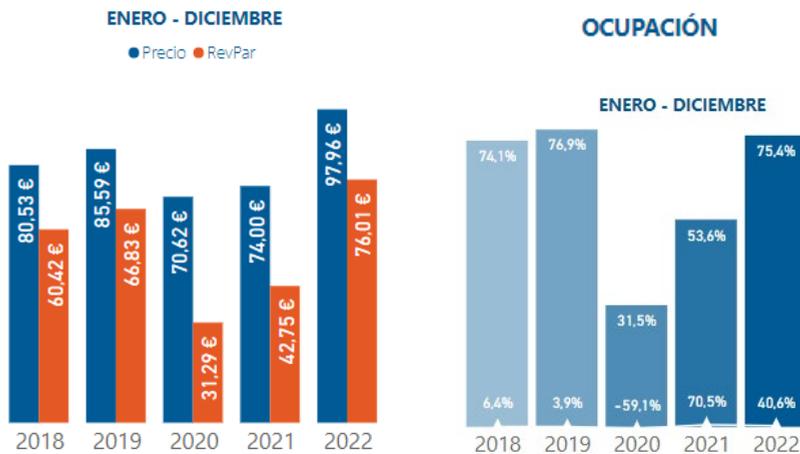
Por lo que respecta a **viajeros**, la cifra total fue **2.197.133 (+64,9%)**, con 1.139.816 turistas internacionales (+103,1%) y 1.057.317 nacionales (+37%). Esta variable también roza los datos de 2019.



## 2.2.- Ocupación, estancia media y RevPar

En lo relativo a **rentabilidad hotelera** se confirmó la tendencia iniciada en el verano de 2021 y las principales variables continuaron mejorando, superando incluso las cifras anteriores a la pandemia. El **precio medio** en 2022 se situó en **97,96 euros (+32,42%)** y el **RevPar** en **76,01 euros (+77,8%)**.

Por su parte, la **ocupación** alcanzó el **75,4%**, con un incremento del 40,6% respecto a 2021 y la **estancia media** se situó en **2,4 noches** en 2022 (-1,7%), siendo de 2,8 noches en la demanda internacional y de 2,0 en la nacional.

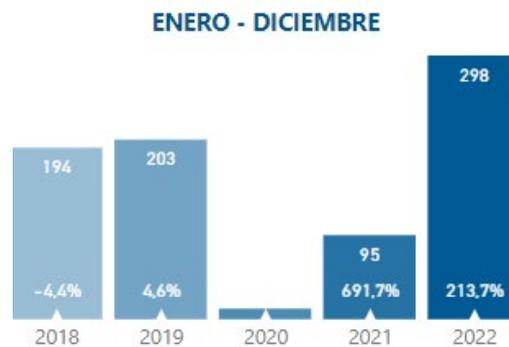


## 2.3.- Pasajeros aeropuerto y cruceros.

Por último, las cifras en el **aeropuerto de València** también confirman la recuperación. Según AENA, se registraron **4.062.332 llegadas** (+98,3%), de las cuales 2.792.134 fueron internacionales (+111,2%) y 1.270.198 nacionales (+74,8%).



En **cruceros** se superaron definitivamente los registros previos a la pandemia, con un total de **298 escalas** y **623.169 pasajeros** (+376,2%), cifras superiores ya a las de 2019, que fueron 179 escalas, tras el parón en cruceros de los dos años anteriores a 2022.



## FORMULACIÓN DE CUENTAS ANUALES

En cumplimiento de la normativa de Fundaciones vigente, el Director Gerente de FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA formula las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2022 que se componen de las adjuntas hojas número 1 a la 100.

Valencia, 28 de febrero de 2023

Director Gerente

D. Antonio Bernabé García



**FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA INVENTARIO**  
**DE BIENES Y DERECHOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022**

	<b>Coste</b>	<b>Amortización / Valor Razonable</b>	<b>Valor Neto</b>
Inmovilizado Intangible	1.533.001,36	-1.006.784,20	526.217,16
Anticipos para Inmovilizado Intangible	187.649,30		187.649,30
Inmovilizado Material	3.548.868,54	-1.293.727,37	2.255.141,17
Existencias	117.909,20		117.909,20
Efectivo en caja y bancos	795.074,86		795.074,86
<b>Total Bienes</b>	<b>6.182.503,26</b>	<b>-2.300.511,57</b>	<b>3.881.991,69</b>
Depósitos y fianzas constituidos	50.504,50		50.504,50
Deudores	1.810.278,52		1.810.278,52
Otros	43.313,97		43.313,97
<b>Total Derechos</b>	<b>1.904.096,99</b>	<b>0,00</b>	<b>1.904.096,99</b>
<b>Inventario Total</b>	<b>8.086.600,25</b>	<b>-2.300.511,57</b>	<b>5.786.088,68</b>

**Inventario Inmovilizado Intangible 2022**

<b>Descripción</b>	<b>Fecha de adquisición</b>	<b>Valor adquisición</b>	<b>Amortización Acumulada</b>	<b>Valor Neto Contable</b>
PROG. CONTABILIDAD + LLAVE	11/10/2001	592,59	592,59	0,00
SIGIT BB.DD. INFONOVA	21/06/2005	383.419,16	383.419,16	0,00
MODULO FACTURACION GESTIIMIL	06/07/2005	1.043,64	1.043,64	0,00
MARCA VLC TVCB	25/08/2005	11.941,04	9.561,69	2.379,35
MARCA VALENCIA A TU ALCANCE	25/08/2005	5.701,73	3.534,24	2.167,49
AMPLIACION LICENCIAS/MODULOS G	03/03/2006	4.093,79	4.093,79	0,00
MARCA VLC VALENCIA INT.	19/05/2006	9.941,89	9.210,94	730,95
DESARROLLOS GESIIMIL	29/02/2008	7.800,96	7.800,96	0,00
SIGIT (SOPRA 2008)	01/01/2009	46.019,93	46.019,93	0,00
MARCA VLC BIKE	01/05/2009	5.181,36	5.181,36	0,00
MARCA VLC MEETINGS	01/05/2009	5.313,45	5.313,45	0,00
MARCA VLC CITY BREAKS	11/05/2009	1.386,18	1.386,18	0,00
MARCA VLC ESPACIO NATURAL	11/05/2009	1.386,18	1.386,18	0,00
MARCA "INCREIBLE PERO CIERTA"	11/05/2009	4.089,98	4.089,98	0,00
SIGIT (SOPRA 2009)	30/06/2009	63.108,78	63.108,78	0,00
VPN SEDES REMOTAS OIT-CENTRAL	30/09/2009	4.828,70	4.828,70	0,00
MARCA VLC EXCELLENCE	01/10/2009	2.583,31	2.583,31	0,00
MARCA TURISMO VALENCIA 6,9,14.	01/10/2009	19.145,63	19.145,63	0,00
MARCA VLC VALENCIA	01/10/2009	2.891,89	2.891,89	0,00
MARCA OCIO Y NEGOCIO	01/10/2009	833,15	833,15	0,00
SIGIT SOPRA (2010)	30/04/2010	19.733,75	19.733,75	0,00

## ANEXO I

MARCA VLC RESTAURANT WEEK	13/08/2010	2.683,45	2.683,45	0,00
MARCA FLORA, ARQUI, MARA, BO..	23/09/2010	5.848,56	5.848,56	0,00
MARCA DESTINO VALENCIA	23/09/2010	4.046,70	4.046,70	0,00
MARCA UVELECES	01/10/2010	5.598,80	5.598,80	0,00
MARCA VLC SHOPPING MARZO	23/03/2011	3.084,46	3.084,46	0,00
MARCA PHOTONICS	18/05/2011	613,07	613,07	0,00
MARCA VLC SHOPPING OCTUBRE	17/10/2011	1.132,80	1.132,80	0,00
SIGIT SOPRA 2011	30/12/2011	24.340,29	24.340,29	0,00
PROYECTO VTC PALMA TOOLS 2011	31/12/2011	50.307,00	50.307,00	0,00
PLATAFORMA RESTAURANTES	04/01/2012	37.800,00	37.800,00	0,00
MARCA VALENCIA FILM OFFICE	20/04/2012	1.015,17	1.015,17	0,00
MARCA VALENCIA CARD	25/07/2012	3.999,17	3.999,17	0,00
MARCA VALENCIA CRUISE CARD	20/12/2012	3.531,50	3.531,50	0,00
MEJORAS GESIIMIL	28/01/2013	9.680,00	9.680,00	0,00
MARCA VLC & FRIEND	07/03/2013	2.465,43	2.421,50	43,93
MARCA VLC DISCOUNT CARD	27/03/2013	1.035,21	1.011,09	24,12
MARCA FLY VALENCIA	18/03/2015	1.714,84	1.336,13	378,71
MARCA VLC SPORTS	07/04/2015	1.320,16	1.021,44	298,72
MARCA ESPAÑOLA VLC	29/05/2015	5.426,92	4.121,47	1.305,45
MARCA COMUNITARIA VLC VALENCIA	30/06/2015	27.842,10	20.900,64	6.941,46
MARCA SALUD	30/06/2015	1.714,84	1.287,27	427,57
MARCA VALENCIA A TU ALCANCE Y	08/09/2015	9.510,82	8.936,65	574,17
MARCA AGENDA VLC 2015	19/11/2015	1.152,10	820,04	332,06
MARCA VLC VALENCIA 882244	18/12/2015	13.154,68	9.258,75	3.895,93
MARCA VLC VALENCIA 926711	21/12/2015	1.129,62	794,12	335,50
MARCA VALENCIA CULINARY MEETIN	15/02/2017	1.571,07	923,29	647,78
MARCA VISIT VALENCIA	30/11/2017	1.885,75	1.131,48	754,27
MARCA URBAN TOURISM TRENDS	30/11/2017	1.570,14	942,06	628,08
MARCA VLC VALENCIA EN USA	27/12/2017	2.240,92	1.344,54	896,38
REPORTAJE FOTOGRAFICO NAVIDAD	31/01/2018	19.602,00	19.602,00	0,00
VIDEO 360° FALLAS	12/04/2018	8.712,00	8.712,00	0,00
AUDIOVISUAL PAELLA	25/09/2018	15.069,95	15.069,95	0,00
SIT SISTEMA INFORMACION TURIST	19/12/2018	101.821,50	41.091,25	60.730,25
MARCA TURISMO VALENCIA 9, 16,	17/01/2019	1.210,00	478,70	731,30
API EXPERTICKET Y STS. COLOSUS	31/01/2019	18.022,95	7.061,07	10.961,88
ELABORACION PLAN DIGITALIZACIO	31/07/2019	15.609,30	5.341,27	10.268,03
MARCA VISIT VALENCIA	25/09/2019	6.564,50	2.145,60	4.418,90
SIT SISTEMA INFOR TUR.FASE 2	07/10/2019	11.313,50	3.660,61	7.652,89
MARCA DESTINO VALENCIA	24/02/2020	2.868,82	818,31	2.050,51
MARCA VISIT VALENCIA 2020	01/04/2020	4.840,00	1.331,66	3.508,34
SIT SISTEMA DE INFOR.FASE 2(2)	21/10/2020	52.707,60	11.578,39	41.129,21
SIT FASE 2 IMPLEMENTACION	10/12/2020	72.472,95	14.930,23	57.542,72
INTEGRACION SIST VENTAS EXPERT	10/12/2020	150.678,88	31.041,50	119.637,38
WEB VISITVALENCIA DRUPAL 18-19	08/04/2021	77.254,64	13.397,85	63.856,79
WEB VISITVALENCIA DRUPAL 2020	08/04/2021	97.211,20	16.858,82	80.352,38
WEB VISITVALENCIA DRUPAL 2021	08/04/2021	43.733,66	7.584,50	36.149,16
MARCA VALENCIA GAY GAMES	14/03/2022	4.855,25	389,75	4.465,50

1.533.001,36      1.006.784,20      526.217,16

Inventario Inmovilizado Material 2022

Descripción	Fecha de adquisición	Valor adquisición	Amortización Acumulada	Valor Neto Contable
MESA Y CONJUNTO	27/02/2001	917,48	917,48	0,00
MESA, ALA Y CAJONERA	16/10/2002	880,13	880,13	0,00
CAJA FUERTE CORTES VCIANAS.	20/12/2002	1.382,13	1.382,13	0,00
MOBILIARIO DESPACHO-HALL-BIBLI	07/03/2003	70.653,41	70.024,29	629,12
MOBILIARIO SALA DE JUNTAS	28/03/2003	2.090,32	2.065,77	24,55
INSTALACION CAJA FUERTE (AMPLI	01/04/2003	334,08	334,08	0,00
ENCIMERA CRISTAL 2ª PLANTA- AM	01/04/2003	371,20	371,20	0,00
CERRAJERIA (AMPLIACION)	01/04/2003	452,66	99,00	353,66
INSTALACION CUADROS (AMPLIACIO	01/04/2003	501,12	494,00	7,12
FONTANERO (AMPLIACION)	01/04/2003	618,28	296,00	322,28
MUEBLES BAÑO (AMPLIACION)	01/04/2003	742,40	731,00	11,40
PREINSTALACION DE ALARMAS	01/04/2003	1.529,49	1.205,00	324,49
LAMPARA DPCHO. DIRECCION Y ELE	01/04/2003	2.016,08	1.995,00	21,08
FONTANERO (AMPLIACION)	01/04/2003	2.055,47	1.015,13	1.040,34
CERRAJERO (AMPLIACION)	01/04/2003	2.101,92	415,00	1.686,92
AMUEBLAMIENTO INTERIOR MOSTRAD	01/04/2003	2.465,39	2.430,00	35,39
SEGURIDAD Y SALUD	01/04/2003	3.395,05	3.395,05	0,00
INSTALACION FONTANERIA Y SANEA	01/04/2003	4.154,69	2.054,00	2.100,69
AISLAMIENTOS ACUSTICOS	01/04/2003	4.780,12	948,00	3.832,12
ALBAÑILERIA (AMPLIACION)	01/04/2003	5.947,32	1.165,00	4.782,32
PROTECCION CONTRA INCENDIOS	01/04/2003	6.767,42	1.343,00	5.424,42
PARTIDA DIRECCION FACULTATIVA	01/04/2003	8.551,59	1.699,00	6.852,59
VARIOS	01/04/2003	9.087,36	8.975,36	112,00
ELECTRICIDAD (16-12-02) (AMPLI	01/04/2003	10.042,99	7.941,00	2.101,99
PROYECTOS ARQUITECTOS (SAN JUA	01/04/2003	19.534,98	3.858,83	15.676,15
PROYECTO ARQUITECTOS (FCO.DIAZ	01/04/2003	19.534,98	3.858,83	15.676,15
VIDRIERA Y PROTECCION SOLAR	01/04/2003	21.643,63	4.267,00	17.376,63
CARPINTERIA METALICA	01/04/2003	25.618,28	5.057,00	20.561,28
CARPINTERIA METALICA Y CERRAJE	01/04/2003	25.877,41	5.116,00	20.761,41
ALBAÑILERIA	01/04/2003	32.832,66	6.479,00	26.353,66
INSTALACION ELECTRICA E ILUMIN	01/04/2003	52.905,76	42.320,00	10.585,76
SOLADOS, ALICATADOS Y REVESTIM	01/04/2003	73.026,39	14.420,00	58.606,39
INSTALACION DE CLIMATIZACION	01/04/2003	100.809,98	49.779,00	51.030,98
EDIFICIO CORTES VALENCIANAS	01/04/2003	978.824,49	193.351,26	785.473,23
LIBROS BIBLIOTECA	02/04/2003	320,44	316,41	4,03
ACCESORIOS DESPACHO DIRECCION	24/04/2003	996,48	996,48	0,00
PLACAS SEÑALIZACION INTERIOR	30/04/2003	2.221,40	2.221,40	0,00
PLANTAS ORNAMENTALES CORTES VC	12/05/2003	2.232,11	2.232,11	0,00
ACCESORIOS BAÑO VIP CROMADOS	31/05/2003	626,61	607,00	19,61
1 EQUIPO MESA, SILLA Y BUCK	10/06/2003	1.025,42	998,00	27,42
ARMARIOS ARCHIVADORES	27/11/2003	1.596,69	1.524,42	72,27

## ANEXO I

DESTRUCTORAS DE PAPEL TAROS (2	02/01/2004	1.074,16	1.020,34	53,82
INST. ELECTRICA ENTRESUELO	08/01/2004	4.701,37	3.368,76	1.332,61
MESA, ALA, Y SILLA (2 U.)	14/01/2004	1.999,47	1.895,88	103,59
CARRETILLA ALMACEN	22/01/2004	489,87	442,07	47,80
INSTALACION ENROLLABLES	23/01/2004	5.591,34	4.235,91	1.355,43
MOBILIARIO 9 ENTRESUELO 2 FAX	26/01/2004	562,60	534,47	28,13
ARMARIOS DESCANSILLO ESCALERAS	10/02/2004	664,38	627,55	36,83
MESAS DESPACHO ADMINISTRACION	10/02/2004	1.892,92	1.788,01	104,91
INST ELECTRICA DPCHO ENTRADA P	11/02/2004	4.853,52	3.666,91	1.186,61
HABILITACION DPCHO. CRISTAL	23/02/2004	23.042,77	17.379,02	5.663,75
MOBILIARIO AREA PROMOCION (2 U	27/02/2004	1.801,16	1.697,11	104,05
MOBILIARIO 10 ENTLO 2 CENTRALI	01/03/2004	10.493,53	9.968,92	524,61
ARMARIOS-SILLAS DPCHO. ADMON.	02/03/2004	1.952,36	1.838,51	113,85
CARRITO TV Y FAX	03/03/2004	864,99	814,42	50,57
MOBILIARIO BIBLIOTECA (2 U.)	03/03/2004	1.683,82	1.585,35	98,47
AMPLIACION CAJAS ORDENADOR	10/03/2004	943,65	710,13	233,52
SILLAS CAJONERA BIBLIOTECA	10/03/2004	1.731,48	1.628,51	102,97
MOBILIARIO 1 ENTRESUELO 2	24/03/2004	17.872,55	17.872,55	0,00
MOBILIARIO 2 ENTRESUELO 2	01/04/2004	409,25	409,25	0,00
MOBILIARIO 3 ENTRESUELO 2	01/04/2004	602,91	565,35	37,56
MOBILIARIO 4 ENTRESUELO 2	15/04/2004	3.627,23	3.445,84	181,39
MOBILIARIO 5 ENTRESUELO 2	15/04/2004	10.947,86	10.243,37	704,49
VIDEOPROYECTOR MITSUBISHI SE1U	29/04/2004	1.067,20	996,49	70,71
MOBILIARIO 6 ENTRESUELO 2	03/05/2004	330,95	308,89	22,06
MOBILIARIO 7 ENTRESUELO 2	06/05/2004	44,89	44,89	0,00
MOBILIARIO 8 ENTRESUELO 2	18/05/2004	839,06	781,23	57,83
CAMARAS FOTOS (2U) Y VIDEO	22/09/2004	2.227,20	2.035,21	191,99
DESTRUCTORA FELLOWES PS220	13/01/2005	632,36	568,12	64,24
ARMARIOS COMUNIC-PROMOC (3U)	03/05/2005	1.041,03	919,50	121,53
MESA MODEM II	31/05/2005	172,55	172,55	0,00
DIVISION DESPACHOS SUBDIRECCIO	10/11/2005	14.102,55	14.102,55	0,00
CLIMATIZACION OFICINA CENTRAL	05/01/2006	31.717,77	31.717,77	0,00
PTA. SEGURIDAD ENTLO. 2.	22/04/2006	5.575,59	5.575,59	0,00
PLACAS ACERO INOX VLC	04/05/2006	2.242,05	2.242,05	0,00
MOBILIARIO OIT PLAYA	03/07/2006	8.358,22	8.358,22	0,00
VITRINAS OIT AEROPUERTO	03/01/2007	832,09	832,09	0,00
ARMARIOS GRISES OFICINA CENTRA	03/01/2007	2.690,22	2.690,22	0,00
MOBILIARIO AEROPUERTO	05/03/2007	1.377,98	1.377,98	0,00
EQUIP. INFORM. OFICINA PLAYA	31/05/2007	650,63	650,63	0,00
SILLON SUBDIRECCIÓN	21/06/2007	680,62	680,62	0,00
PERSIANA ENTRADA CENTRAL	25/09/2007	11.291,34	11.291,34	0,00
MUEBLES BAJOS ENTRESUELO	21/01/2008	2.473,73	2.473,73	0,00
HABILITACION ENTRESUELO	21/01/2008	2.847,26	2.847,26	0,00
CAMBIO VENTANALES	01/02/2008	49.689,55	49.689,55	0,00
TV PLASMA AEROPUERTO	15/02/2008	3.525,35	3.525,35	0,00
HABILITACION OIT AYUNTAMIENTO	21/02/2008	27.986,97	25.717,81	2.269,16
MOBILIARIO ENTRESUELO	26/02/2008	18.940,45	18.940,45	0,00
LICENCIAS+EQUIPO VTA. PLAYA	29/02/2008	626,37	626,37	0,00
PUERTA ELECTRICA OIT AYTO.	14/04/2008	14.787,41	14.787,41	0,00

## ANEXO I

MESAS ENTLO.	21/05/2008	1.198,67	1.198,67	0,00
ESTANTERIAS ENTLO.	21/05/2008	1.766,69	1.766,69	0,00
PLASMA 50"+ALTAVOCES+HDMI+PIE	27/06/2008	4.704,95	4.704,95	0,00
A.A. CUARTO INFORMATICO	25/09/2008	5.719,03	5.719,03	0,00
CAMARAS FOTOGRAFICAS DIGITALES	12/11/2008	923,45	923,45	0,00
MOBILIARIO CORTES VALENCIANAS	01/01/2009	4.459,46	4.459,46	0,00
DESPACHO ADMON. Y 3 PZAS. GARA	09/12/2009	307.172,80	39.932,49	267.240,31
HABILITACION OIT JOAQUIN SOROL	05/01/2011	120.583,09	120.583,09	0,00
ALARMA 2011 PROSEGUR	01/02/2011	3.655,05	2.419,47	1.235,58
HABILITACION OIT AEROPUERTO	04/04/2011	29.941,25	29.941,25	0,00
MOBILIARIO OIT AEROPUERTO	01/07/2011	5.800,60	5.800,60	0,00
MOBILIARIO CORTES ADMON 11	04/07/2011	13.971,72	13.971,72	0,00
ACTIVACION LEASING 2011	01/01/2012	24.599,02	2.705,89	21.893,13
ACTIVACION LEASING 2012	01/01/2012	350.992,26	38.609,12	312.383,14
TABLETS NEXUS 5U	29/05/2012	1.387,11	1.387,11	0,00
HABILITACION OIT AEROPUERTO	10/07/2012	47.005,84	47.005,84	0,00
CICLOMOTOR JET4 125	11/07/2012	1.699,00	1.699,00	0,00
MONITOR 21'	30/09/2013	180,29	180,29	0,00
I PAD 15.1/07/14 15.2 15.3	18/09/2014	1.466,52	1.466,52	0,00
2 PC: PC6 Y PC7	13/03/2015	2.954,82	2.954,82	0,00
2PC: PC129 Y PC135	29/05/2015	2.282,06	2.282,06	0,00
23 PC-1 PORTATIL-IIMAC-SERVIDO	19/12/2015	53.184,26	53.184,26	0,00
MOB CORTES SILLAS,MESAS Y TABU	31/03/2016	5.243,53	3.541,51	1.702,02
AMPLIACION MOBILIARIO AYTO	25/05/2016	5.905,45	3.899,89	2.005,56
MAQUINA VENDIND INTELIGENTE	16/06/2016	14.875,00	14.875,00	0,00
iMAC02	30/09/2016	1.276,55	1.276,55	0,00
SILLAS 2016	27/10/2016	2.552,45	1.577,53	974,92
1PC: PC699	31/10/2016	987,44	987,44	0,00
1 PORTATIL: PC162	30/11/2016	724,79	724,79	0,00
1PC: PC11	28/02/2017	910,92	910,92	0,00
PORTATIL AYUNTAMIENTO DELL VOS	28/02/2017	1.191,12	1.191,12	0,00
1 PORTATIL Y 2PC: PC93-562-705	28/02/2017	2.411,70	2.411,70	0,00
MEJORAS MOBILIARIO AYTO	28/02/2017	2.786,27	1.627,50	1.158,77
1PC: PC130	30/06/2017	867,33	867,33	0,00
EQUIPOS INFORMATICOS AGOSTO 20	31/08/2017	5.476,22	5.476,22	0,00
2 MESAS, 4 SILLAS SERVICIOS GE	30/10/2017	2.247,28	1.162,44	1.084,84
DIVISION DPCHO. DIR -SALA JUNT	28/12/2017	18.973,44	18.973,44	0,00
PC ESTUDIOS HP400 M	07/06/2018	1.217,79	1.217,79	0,00
MOSTRADOR, MESAS SILLAS (AYTO	18/06/2018	18.162,32	13.559,51	4.602,81
VIDEO WALL, GESTOR COLAS, TACT	22/06/2018	44.393,69	44.393,69	0,00
PLUSVALIA EDIFICIO CORTES VALE	31/07/2018	27.500,00	1.447,65	26.052,35
PORTATIL PC826	06/11/2018	1.585,71	1.585,71	0,00
PORTATIL PC825	06/11/2018	1.585,71	1.585,71	0,00
EQUIPO PC PARA TECNICO Y MONIT	20/11/2018	1.239,89	1.239,89	0,00
PANTALLA TACTIL JOAQUIN SOROLL	28/11/2018	4.142,65	4.142,65	0,00
MOBILIARIO CORTES 2018	28/12/2018	1.750,36	875,20	875,16
3 MUEBLES Y BIOMBO PLANTA BAJA	29/01/2019	1.738,53	681,59	1.056,94
ARMARIOS RRHH MK Y ALMACEN	11/04/2019	1.134,28	422,64	711,64
PORTATIL HP ELITEBOOK 840 4G S	11/04/2019	1.194,18	1.112,41	81,77

## ANEXO I

VARIOS MATERIAL INFORMAT. 2019	30/07/2019	11.108,73	9.510,89	1.597,84
PLUSVALIA 2019	26/12/2019	1.980,23	71,97	1.908,26
TABLETS MARKETING 2020	11/02/2020	1.207,58	871,88	335,70
ARMARIOS FILM OFFICE 2020	31/05/2020	1.125,30	291,16	834,14
TV LG ELECTRONICS 75 SALA JUNT	28/07/2020	1.277,99	776,05	501,94
EQUIPOS INFORMATICOS CORTES 20	25/08/2020	11.340,48	6.669,50	4.670,98
ORDENADORES 4T2020	11/11/2020	3.276,68	1.752,49	1.524,19
PORTATILES Y BASES CORTES 2021	03/02/2021	13.852,08	6.612,95	7.239,13
PORTATILES 1T 2021 CORTES VALE	31/05/2021	13.961,91	5.546,52	8.415,39
PORTATILES 2ºSEMESTRE 2021	13/12/2021	12.547,17	3.300,07	9.247,10
MAT INFORMATICO 3TRIMES 2021	31/12/2021	7.106,20	1.771,20	5.335,00
PORTATILES 2ºSEM (2)	17/02/2022	1.557,88	339,32	1.218,56
PORTATILES 1ºSEM 2022	13/04/2022	7.917,03	1.426,15	6.490,88
EQUIPO VTAS PLAYA 2022	22/06/2022	1.793,22	237,05	1.556,17
EQUIPO VTAS. AYTO 2022	04/08/2022	1.793,22	184,24	1.608,98
PORTATILES 4ºTRIM 2022	09/11/2022	11.869,77	431,87	11.437,90
SOLAR CORTES VALENCIANAS	01/04/2003	481.410,14	0	481.410,14
		<b>3.548.868,54</b>	<b>1.293.727,37</b>	<b>2.255.141,17</b>

### Inventario existencias 2022

Descripción	Importe
Bloc Notas Logo Turismo València (Uso Interno) 17	352,82
Bloc Notas Logo Visit València (Uso Interno) 2022	830,00
Bolígrafos Negros Visit València 2022	305,36
Bolsa Cuatricromía - Papel	220,59
Bolsa Plástico	193,48
Bolsa Plastificada Edificios Pequeña	285,04
Botella Closca Visit València 2022 - Vip	14.792,31
Brand Man - Folleto Mercado Alemán 2022 (No Oit)	1.475,94
Brand Man - Folleto Mercado Español 2022 (No Oit)	2.283,27
Brand Man - Folleto Mercado Francés 2022 (No Oit)	1.424,43
Brand Man - Folleto Mercado Inglés 2022 (No Oit)	2.527,05
Brand Man - Folleto Mercado Italiano 2022 (No Oit)	1.416,78
Brand Man. - Limpia pantallas cuadrado 01/2019	699,84
Brand Man. - Chapas Imán 2019	255,29
Brand Man. - Landyards 01/2021	459,61
Díptico Top Ten València 2023 Español	280,00
Díptico Top Ten València 2023 Inglés	280,00
Flyer 10 Reasons To Visit València 2023	119,07

## ANEXO I

Flyer Visitas Guiadas Temáticas 2022 - Español	97,20
Flyer Visitas Guiadas Temáticas 2022 - Inglés	96,12
Folleto Genérico Alemán 01/2020	602,14
Folleto Genérico Chino 01/2020 (Edic. 2018)	1.212,12
Folleto Genérico Francés 01/2020	404,25
Folleto Genérico Italiano 01/2020	647,79
Folleto Genérico Japonés 01/2018	336,84
Folleto Genérico Polaco 01/2019 (Edic. 2018)	267,12
Folleto Genérico Ruso 01/2020 (Edic. 2018)	475,53
Folleto Monumentos Y Museos Alemán 2022 (350 Ud./Cj)	770,80
Folleto Monumentos Y Museos Español 2022 (350 Ud./Cj)	1.024,40
Folleto Monumentos Y Museos Francés 2022 (350 Ud./Cj)	602,00
Folleto Monumentos Y Museos Inglés 2022 (350 Ud./Cj)	959,60
Folleto Monumentos Y Museos Italiano 2022 (350 Ud./Cj)	534,00
Folleto Monumentos Y Museos Valenciano 01/2020	333,27
Gay Games - Aplaudidor 2022 (Solo Gay Games)	836,28
Gay Games - Chapas 2022 (Solo Gay Games)	960,00
Gay Games - Globo Gigante 2022 (Solo Gay Games)	502,15
Gay Games - Landyard 2022 (Solo Gay Games)	330,00
Gay Games - Llaveros 2022	560,24
Guía Cruceros 2022	473,67
Guía Turística Alemán 2022 (90 Uds/Caja)	184,32
Guía Turística Español 2022 (90 Uds/Caja)	2.360,32
Guía Turística Francés 2022 (90 Uds/Caja)	924,16
Guía Turística Inglés 2022 (90/Uds/Caja)	2.995,20
Guía Turística Italiano 2022 (90 Uds/Caja)	727,04
Inst - Cuadríptico Plan Sost. Turística 2022	401,80
Libreta Vlc Blanca Infinitamente Mediterránea	789,87
Mascarillas Comunicativas T. L	201,42
Mascarillas Valencia Modo On - Negra - T - L	888,30
Paraguas Naranja Mercado (Acompañamiento)	445,00
Planos Plegados 01/2022	7.061,67
Planos Talonarios 01/2022 (Packs De 200 Uds.)	2.124,00
Precinto Turismo València 2018	128,04
Precinto Visit València 2022	972,00
Smart City - Bolígrafos 02/2022	426,30
Smart City - Bolsa Rejilla 01/2022	122,64
Smart City - Botella Closca	396,00
Smart City - Landyards 01/2022	10,50
Smart City - Libretas 01/2022	704,12
Vfo - Bolígrafo Negro 2022	64,77
Vfo - Bolsas Tela 2022	251,12

**ANEXO I**

Vfo - Botella Cristal "Estamos Rodando" 2022	933,49
Vfo - Cajas Palomitas 2016	187,11
Vfo - Camiseta Año Berlanga T. Xxl	108,92
Vfo - Camiseta Vlc Film Office Talla - L	473,48
Vfo - Camiseta Vlc Film Office Talla - M	856,52
Vfo - Camiseta Vlc Film Office Talla - S	399,00
Vfo - Camiseta Vlc Film Office Talla - Xl	329,84
Vfo - Camiseta Vlc Film Office Talla - Xs	186,72
Vfo - Camiseta Vlc Film Office Talla - Xxl	105,03
Vfo - Chaleco Reflectante Amarillo 2022	1.618,96
Vfo - Chapa Imán Dr. Who 2019	165,60
Vfo - Chapa Imán Tomorrowland 2019	216,00
Vfo - Dípticos València De Cine 01/2022 Ing	15,36
Vfo - Dípticos València De Cine 02/2022 Cs	10,08
Vfo - Gorra Vfo - Logo Berlanga 2021	506,61
Vfo - Guía Localizaciones Vfo 2016	57,63
Vfo - Landyard Año Berlanga 2021	29,50
Vfo - Libreta Rodando 2022	323,84
Vfo - Mochila Rodando Vfo 2022	129,80
Vfo - Papelera De Reciclaje Rodajes	120,99
Vfo - Plano Películas Cac 01/2019	100,80
Vfo - Plano Valencia De Cine 01/2019	15,77
Vfo - Pulsera Rodando 2021	54,08
Vfo - Tarjeta 2021	54,32
Vlc Cultura - Bidón Ruta Grial 01/2021	325,95
Vlc Cultura - Bolígrafo Ruta Grial 01/2021	110,76
Vlc Cultura - Bolsa Tela Ruta Grial	179,01
Vlc Cultura - Libreta Ruta Grial 01/2021	888,72
Vlc Delicious - Bolsa Tela (Solo Gastro) 2021	2.914,12
Vlc Delicious - Delantales (Solo Wpd) 2022	2.239,65
Vlc Delicious - Láminas (Solo Gastro)	468,90
Vlc Health - Díptico Medical Destination 01/2020	121,00
Vlc Shopping - Bolsa Shopping 2018	1.019,10
Vlc Shopping - Pulsera Tela 2018	677,58
Vlc Sport - Llaverro Pelota Futbol 01/2019	736,00
Vlc Sport - Pulsera Sports 2019	1.431,00
Vtcard - Bono Catedral - Vtc 7 Días	71,88
Vtcard - Cajas Máquinas Vending 2022	1.451,45
Vtcard - Cupón Ivam Vtcard 7 Días	132,50
Vtcard - Flyer 2022	275,12
Vtcard - Funda Portatarjeta 2022	3.007,04
Wdc - Kit Nolla Wdc	2.262,87

**Total folletos** **87.717,09**

<b>Descripción</b>	<b>Importe</b>
Abanico València (La Postalera)	344,00
Bolsa de plástico	47,43
Bolsa Edificios Pequeña	0,49
Gorra València	75,48
Guía Gastronómica	193,00
Guía Turística Alemán	350,72
Guía Turística Castellano	611,84
Guía Turística Francés	581,12
Guía Turística Inglés	460,80
Guía Turística Italiano	591,36
Guía Turística Valenciano	127,68
Guide to municipal museums and monuments	30,30
Imán Valencia -La Postalera-	154,80
Imán Valencia Mediterránea - La Postalera - (Lonja Oce Peineta)	169,28
Imán VLC València -Visit Valencia -	33,60
Landyard València	53,95
Libreta València	14,17
Libro ¿te vienes a las Fallas?	252,50
Libro 50 cosas de Valencia que no sabías	72,72
Libro de la Albufera de Valencia	141,65
Libro guía de Museos y Monumentos de Valencia	30,30
Libro la Albufera. De lago real a parque natural	40,38
Libro Poblados Marítimos. Historia, lugares y escenas	121,20
Libro todo Valencia Alemán	121,20
Libro todo Valencia Español	127,26
Libro todo Valencia Francés	103,02
Libro todo Valencia Holandés	84,84
Libro todo Valencia Inglés	72,72
Libro todo Valencia Italiano	309,06
Libro todo Valencia Ruso	266,64
Libro Torres de Serranos y de Quart. La ciudad amurallada de Valencia	80,80
Libro Turístico Valencia Alemán	149,48
Libro Turístico Valencia Chino	149,48
Libro Turístico Valencia Español	161,60
Libro Turístico Valencia Francés	72,72
Libro Turístico Valencia Inglés	60,60
Libro Turístico Valencia Italiano	210,08
Libro Turístico Valencia Ruso	157,56
Libro Valencia Ciudad de Barrios 1. Ciutat Vella	52,50
Libro Valencia Ciudad de Barrios 10. Poblats Marítims	61,25
Libro Valencia Ciudad de Barrios 2. Benicalap, el Pla del Real i Benimaclet	78,75
Libro Valencia Ciudad de Barrios 3. Patraix	61,25
Libro Valencia Ciudad de Barrios 4. L'eixample i Quatre Carreres	70,00
Libro Valencia Ciudad de Barrios 5. Trànsits	70,00
Libro Valencia Ciudad de Barrios 6. L'Olivereta i Extramurs	70,00

## ANEXO I

Libro Valencia Ciudad de Barrios 7. Pobles del Nord	70,00
Libro Valencia Ciudad de Barrios 8. Pobles del Sud	78,75
Libro Valencia Ciudad de Barrios 9. Pobles de l'Oest	78,75
Libro Valencia historia de la ciudad. Paseos y Recorridos.	4,04
Libro València història de la ciutat. Passejades i recorreguts.	161,60
Libro Valencia's Lagoon (La albufera)	198,31
Libros de Tapas y Platos de la C. Valenciana Español	169,68
Libros de Tapas y Platos de la C. Valenciana Francés	224,22
Libros de Tapas y Platos de la C. Valenciana Italiano	54,54
Llavero València	41,76
Mascarilla Valencia Modo ON	1.505,40
Postal Maratón - VLC ciudad del Running	164,40
Postal Valencia - La Postalera	585,80
Postal València - Sergio Amar	144,42
Pulsera VLC Valencia	2.693,30
Sello València	288,86
Totebag - Sergio Amar	81,06
Valencia Tourist Card 24h	916,50
Valencia Tourist Card 48h	1.164,36
Valencia Tourist Card 7 días	12,27
Valencia Tourist Card 72h	1.818,15
Valencia Tourist Card en depósito	12.404,08
Valencia, fiestas de la Ciudad	242,28
<b>Total artículos de venta</b>	<b>30.192,11</b>

**CERTIFICADO DE FORMULACIÓN DE CUENTAS ANUALES Y ELEVACIÓN AL PATRONATO PARA SU APROBACIÓN**

D. Antonio Bernabé García, Director-Gerente de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana, con CIF G-46893467 sita en la Av. Cortes Valencianas, 41 de València.

**CERTIFICO**

Que las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2022, remitidas al Servicio Financiero del Ayuntamiento de València el pasado 28 de febrero, son las formuladas para su aprobación por el Patronato de la Fundación que se celebrará próximamente.

Para que conste y surta los efectos oportunos, en València en la fecha indicada en la firma digital.

D. Antonio Bernabé García  
Director Gerente