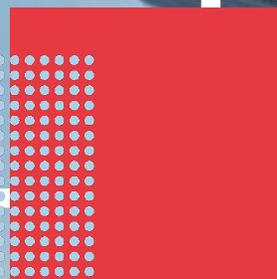
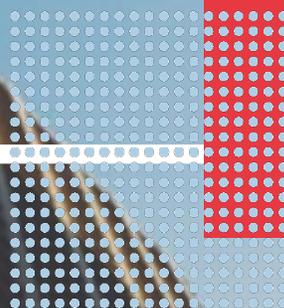


# INFORME DE PROGRESO 2020

Fundación Visit València  
de la Comunitat  
Valenciana



# Tabla de Contenidos

01 | Carta de Renovación del Compromiso

02 | Perfil de la Entidad

03 | Metodología

04 | Análisis

- Comunidad/Sociedad Civil
- Administración
- Socios/Accionistas
- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Medioambiente



# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

A nuestros grupos de interés,

Desde la Fundació Visit València apoyamos los 10 Principios de Pacto Mundial en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, y la lucha contra la corrupción, y expresamos nuestra intención de apoyar e implementar estos Principios en el marco de nuestra esfera de influencia.

También nos comprometemos a involucrarnos con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas de la siguiente forma:

- Apostar por un modelo de gobernanza colaborativa para la gestión sostenible del turismo en la ciudad de València
- Implementar los diez principios del Pacto Mundial de la ONU
- Alentar a las empresas y otras organizaciones a sumarse y participar en el Pacto Mundial de Naciones Unidas
- Apoyar a las empresas y otras partes interesadas que implementen iniciativas de sostenibilidad que benefician a la ciudad y a una comunidad mayor.

Estos esfuerzos, el compromiso con los 10 principios y los 17 ODS, se materializan, entre otros, con el cálculo y verificación – por parte de AENOR- de la huella de Carbono de la actividad turística de la ciudad de València, un proyecto impulsado por Visit València en colaboración con Global Omnium. València se convierte así en la primera ciudad del Mundo en medir y verificar la huella como declaración incuestionable del compromiso en la reducción y la compensación.

La Estrategia de Destino Sostenible– impulsada por Visit València y que se consensuará en el marco del Consejo Municipal de Turismo- contribuirá a que València avance en materia de sostenibilidad, desde la participación y corresponsabilidad de todos los actores turísticos.

Esta estrategia pretende establecer una hoja de ruta sostenible que nos permita alcanzar una actividad neutra en carbono en el horizonte del año 2025. En este sentido, se trata de reducir y neutralizar el impacto de la actividad, lo que repercutirá no solo en el turismo, sino en la totalidad de la ciudad en la capacidad de disponer de unos servicios públicos ejemplo de sostenibilidad y neutros en carbono.

En este sentido, la Red Española Pacto Mundial incluyó la verificación de y certificación de la huella de carbono de la actividad turística de València en el “Dossier Especial ODS: Buenas Prácticas y Compromisos Públicos”, publicado con motivo de la Semana de los ODS en 2020.

## INFORME DE PROGRESO 2020

La iniciativa, impulsada por Visit València y Global Omnium, se enmarca en el 11º de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsados por Naciones Unidas. Concretamente, engloba iniciativas en el marco de “Ciudades y Comunidades Sostenibles”.

Esta es una de las iniciativas impulsadas por Visit València, entre otros, compromiso pionero por parte de un destino turístico, en un contexto como el actual- marcado por la COVID-19-, València sostenible, segura y saludable.

Visit València, a través de distintos proyectos, contribuye a la dinamización de la actividad turística, a través de un modelo de gobernanza colaborativo en el cual, el sector empresarial valenciano, participa en la toma de decisiones y en la gestión de las políticas turísticas. Asimismo, apuesta por poner en valor la autenticidad del destino, las tradiciones y las costumbres, desde el máximo compromiso y respeto al territorio, al patrimonio cultural y natural y la actividad del sector local. Todo ello, garantizando la identidad de los barrios y la convivencia entre residentes.

València apuesta por la gastronomía de proximidad y temporada, por el comercio tradicional y emblemático, por generar sinergias con el entorno deportivo, por consolidar la conectividad aérea, por ser un destino accesible y atractivo para cualquier turista... València cuenta con un sector turístico cada vez más profesionaliza, cuyo pilar de gestión reside en la excelencia. Y juntos, entorno público y privado, no enfrentamos a los grandes retos del turismo con proyectos ambiciosos: la digitalización, la inteligencia turística, el cambio climático, la sostenibilidad...

La crisis de la Covid-19 ha puesto en relieve, más si cabe, la necesidad del turismo en las ciudades, no solo como motor económico, sino como elemento de desarrollo social y medioambiente. El turismo contribuye a la autoestima de los destinos y tiende puentes entre cultura. En definitiva, el turismo nos mejor a todos y todas como sociedad.

Estamos convencidos que la recuperación de la actividad turística tras este duro golpe irá de la mano de la mano de los 17 ODS, y que la actividad turística en la ciudad de València será sostenible. Por ello, nuestro compromiso con Pacto Mundial de Naciones Unidas sigue hoy más vigente que nunca.

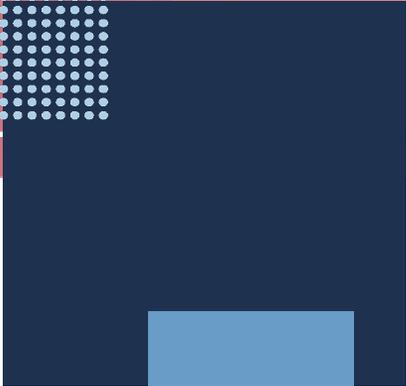
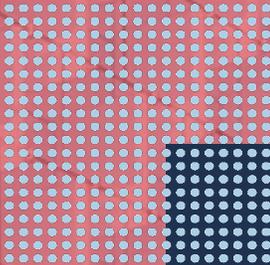
Emiliano Garcia Domene,

Presidente de Visit València.



---

# PERFIL DE LA ENTIDAD



## DATOS GENERALES

### Nombre Completo (Razón Social)

Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana

### Tipo de empresa

Entidad pública

### Dirección

Avenida Cortes Valencianas 41 Valencia, Valencia-València 46015 Spain

### Localidad

Valencia

### Provincia

Valencia

### Comunidad Autónoma

Comunidad Valenciana

### Dirección Web

[www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com)

### Número total de empleados

62

Facturación / Ingresos en € (Cantidades sujetas al tipo de cambio \$/€)

### 2019

Ingresos fundacionales: 4.913.319,74

Aportaciones institucionales

Ajuntament de València: 4.130.00,00

## INFORME DE PROGRESO 2020

Subvención Ayuntamiento de València IFS: 3.758,65

Instituciones Fundadoras (COCIN): 5.000,00

Agència Valenciana de Turisme: 350.000, 00

Castwater: 71.019,26

Protectores: 353.541,83

Ingresos actividad mercantil: 4.085.333,98

Otros ingresos:137.324,96

### 2020

Ingresos fundacionales: 5.447.989, 32

Aportaciones institucionales

Ajuntament de València: 4.878.676, 00

Instituciones Fundadoras (COCIN): 5.000,00

Turisme Comunitat Valenciana: 350.000, 00

Castwater: 6.224,30

Subvención en 2020 IFSostenible: 8.089,02

Diputación de València: 200.000,00

Protectores: 0

Ingresos actividad mercantil: 1.003.384,75

Otros ingresos:12.425,26

## MODELO DE NEGOCIO Y ENTORNO EMPRESARIAL

Sector

Otros

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

La Fundación Visit València tiene por objeto:

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

## INFORME DE PROGRESO 2020

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.

### Países en los que está presente la entidad o tiene producción

España

### Descripción del entorno empresarial, su organización y estructura, detallando el organigrama

#### ÓRGANOS DE GOBIERNO

(Asamblea del Consejo General de Protectores 14/11/2019)

PATRONATO PRESIDENTE: D. Emiliano García Domene, delegado de Turisme i Internacionalització, en representación del Ayuntamiento de València

VICEPRESIDENTE: D. José Vicente Morata Estragués, en representación de la Cámara de Comercio Industria y Navegación de València.

#### VOCALES

D. Luis Martí Bordera, en representación de la Feria de Valencia.

D<sup>a</sup>. Eva Blasco García en representación de la Confederación Empresarial Valenciana.

D. Carlos Galiana Llorens designado por el Ayuntamiento de Valencia.

D. Miguel Ángel Fernández Torán, designado por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.

D. Enrique Soto Ripoll, designado por la Feria de Valencia.

D. Manuel Espinar Robles, designado por la Confederación Empresarial Valenciana. D. Eduardo Nogués Meléndez, (Colaborador Visit València) designado por el Consejo General de Protectores.

D. Alejandro Del Toro Ibáñez, (València Gastronomía) designado por el Consejo General de Protectores

D<sup>a</sup>. Isabel M Gil Forteza, (València Sport) designado por el Consejo General de Protectores.

D. Rafael Torres García, (València Shopping/València Medical Destination) designado por el Consejo General de Protectores.

D. José Antonio Ferri Moscardó, (València Convention Bureau) València Guías

D. Javier Gutiérrez Marqués, (Valencia Convention Bureau) Casino Cirsa València

D. Javier Vallés Sales, (Cultura) Florazar

**COMISIÓN EJECUTIVA** de la Fundación Visit València queda conformada por:

#### **PRESIDENTE:**

D. Emiliano García Domene, Presidente del Patronato

#### **DIRECTOR-GERENTE:**

D. Antonio Bernabé García

## INFORME DE PROGRESO 2020

**VOCALÉS:** D<sup>a</sup>. Eva Blasco García, designada por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de València  
D. Luis Martí Bordera, designado por la Feria de València D<sup>a</sup>. Eva Blasco García, designada por la Confederación Empresarial Valenciana  
D. Alejandro Heras Lorente, (Colaborador de Visit València) elegido por el Consejo General de los Protectores  
D<sup>a</sup>. María José Martínez Vicente, (València Gastronomía) elegida por el Consejo General de los Protectores  
D<sup>a</sup>. Isabel Reig Catalá, (València Shopping, València Medical Destinatation, València Sport) elegido por el Consejo General de los Protectores  
D. Carlos De Selva Llobet, (València Convention Bureau) Hotel Primus Valencia  
D<sup>a</sup>. María Ángeles Fayos Bonell, (Cultura) Olympia Metropolitana

### MODELO DE GOBERNANZA COLABORATIVA PROGRAMAS DE PRODUCTO (2019)

#### 1. VALÈNCIA CONVENTION BUREAU

**PRESIDENTE:** Ximo Solá, UHPV

##### **COMITÉ EJECUTIVO**

Antonio Bernabé, Fundación Visit València  
Sylvia Andrés, Palacio de Congresos  
Luis Martí, Feria València  
Enrique Vidal, Ciutat de les Arts i les Ciències  
Antonio Aracil, ADEIT - Universitat de València  
Jose Aguilar, U. Politècnica de València  
Javier Sanchez del Egado, Hotel Meliá València  
Julio Krebs Muñoz, NH Hotel Las Artes  
Patricia Sanjuán Fernández, Valencia Turevents  
Javier Gutiérrez Marqués, Casino Cirsa Valencia  
Ana Merelo Montañana, Valencia Guías

#### 2. SHOPPING PRESIDENTA:

Isabel Reig, Original CV

##### **COMITÉ EJECUTIVO**

Antonio Bernabé, Fundación Visit València  
Rafael Torres, Rafael Torres Joyero  
Elena Vilata  
Poppyns Eva Luna  
Avanqua Mar Bellver  
El Corte Inglés Julia Martínez  
Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de València Amparo Barroso  
CECOVAL Laura Gallego

## INFORME DE PROGRESO 2020

VLC Excellence Francisco Mora  
Grecotex

### **3. CULTURA PRESIDENTE:**

José Luis Pérez, Centre del Carme Cultura Contemporània

#### **COMITÉ EJECUTIVO**

Antonio Bernabé, Fundación Visit València

Juan José de Torro Romo

DTA SL

Vicente Juanis Mirasol Hospes Palau de la Mar

Denitsa Ignatova 222Viajes Globus Francisco

J. Tomás Someso Viajes Transvia,

Antonio Aranda Romero Palau de Les Arts

#### **4. GASTRONOMÍA**

**PRESIDENTE:** Alejandro del Toro, Restaurante Alejandro del Toro

#### **COMITÉ EJECUTIVO**

Antonio Bernabé, Fundación Visit València

Nuria Sanz, Federación de Hostelería de València

Ana Merelo, Asociación València Premium

Francisco San Miguel, Palace Fesol

José Miguel Bielsa, Restaurante Tridente (Hotel Neptuno)

Alejandro Rosa, Gastrónoma

Alejandro Ramón, Regidoria d'Agricultura, Alimentació Sostenible i Horta

Elena Pico, Conselleria de Agricultura

Clara Martinez, Grado de Gastronomía de la Universidad de València

Steve Anderson, Mercado de Colón

Cristina Oliete, Mercado Central

#### **5. FILM OFFICE GRUPO DE TRABAJO**

Fundació Visit València Audiovisuales y Cinematografía del Instituto Valenciano de Cultura

Academia Valenciana del Audiovisual APPA (Asociación de Profesionales de la Producción Audiovisual)

PAV (Asociación de Productores del Audiovisual Valenciano)

AESAV (Asociación de Empresas de Servicios del Audiovisual Valenciano)

AVAPI (Asociación Valenciana de Productores Independientes)

ATRAU (Asociación de Trabajadores del Audiovisual de la Comunidad Valenciana)

AVANT (Asociación Valenciana de Empresas de Producción Audiovisual y Productores Independientes) AVEPA (Asociación

Valenciana de Productores de Animación) ANIMAT (Asociación Valenciana de Estudios de Animación)

#### **6. NATURALEZA GRUPO DE TRABAJO**

## INFORME DE PROGRESO 2020

Fundación Visit València Servicio Devesa- Albufera,  
Ayuntamiento de València  
Seo Birdlife Bioparc Oceanogràfic  
Universidad Politécnica de València  
Acció Ecologista Agro  
Turiart Descubre l'Horta  
Visit Albufera  
València Adventure

### 7. SPORT PRESIDENTE: José Pablo Vázquez Pérez, Viajes Transvía

#### COMITÉ EJECUTIVO

Antonio Bernabé, Fundación Visit València  
Alex Heras Lorente, Fundación Trinidad Alfonso  
Guillermo Goira Claramunt, El Bosque Golf  
Javier Vich Peña, Levante UD  
Emilio Pinedo Rubio, Hotel AD HOC Parque  
D. Manolo del Rio Gisbert, Startbike València

### 8. CRUCEROS GRUPO DE TRABAJO

Fundació Visit València  
Autoridad Portuaria  
Diputación de València  
Turisme Comunitat Valenciana  
Asociación Naviera Valenciana  
Cámara de Comercio  
Confederación Empresarial Valenciana

### 9. MÉDICO/WELLNESS

**PRESIDENTE** Ricardo Seguí, de Vithas

#### COMITÉ EJECUTIVO

María García, de Clínica Vil  
Camilo Agudelo, de Clínica Artesano  
Abir Iskadar, de Luxury Medical Care  
María Conesa, Wine Spa Origen Cosmetics  
Carmen Calatayud, Clínica Crea

### MESAS DE TRABAJO

#### 1. FALLAS

Fundació Visit Valencia  
Gremio de Artistas Falleros

## INFORME DE PROGRESO 2020

CEV  
Concejalía de Turismo  
Concejalía de Cultura Festiva  
Turisme Comunitat Valenciana  
Junta Central Fallera  
Federación de Fallas de Especial Fallas de 1ª Interagrupación de Fallas

### 2. LGTBI

Fundació Visit Valencia  
Asociación de Empresarios de Salas de Fiesta, Baile, Discotecas y Pubs (AEDIVA)  
Asociación de Empresas y Profesionales para Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales de la Comunitat Valenciana (AVEGAL)  
LAMBDA València, colectiu de lesbianes, gais, transexual i bisexuals  
Grupo EGF Colorum  
Viajes La Mar de Cerca Órganos de participación impulsados por el Plan Estratégico Turismo València 2020 CONSEJO MUNICIPAL DE TURISMO COMISIÓN DE COORDINACIÓN TURÍSTICA

### Principales riesgos vinculados a la actividad de la entidad

Limitaciones/Restricciones a la movilidad entre territorios (autonómica, internacional y nacional)

### Principales factores y tendencias futuras que pueden afectar a la entidad

Las principales tendencias de la gestión turística son: La sostenibilidad, la digitalización, el BIG Data/inteligencia turística, la democratización del turismo, el incremento de la conectividad de los destinos no capitales, la conciliación de los intereses residentes-turistas, el auge de los destinos urbanos, la gobernanza colaborativa, el impulso de la colaboración público privada la gestión de flujos. Asimismo, tras la crisis sanitaria generada por la Covid-19, el turismo nacional e internacional se verá afectado por las consecuencias de dicha Pandemia.

### Principales objetivos y estrategias de la entidad

La Fundación Visit València, en el Plan Estratégico Turismo València 2020, marca 3 objetivos:

1. Crecer con un posicionamiento productos/mercados diferenciados, con más rentabilidad, riqueza y empleo para la ciudad.
2. Maximizar los beneficios del turismo en València, en clave de sostenibilidad medioambiental y puesta en valor de su extenso patrimonio, histórico, cultural y natural.
3. Implementar un modelo de gestión del destino, desde una visión integral, más colaborativa y con mayor protagonismo empresarial.

El Plan, además, marca cuatro líneas estratégicas de actuación:

Estrategia I. Crear Valor para el Visitante

Estrategia II. Actualizar la marca València. Promoción más segmentada y tecnológica.

Estrategia III. Un destino inteligente y sostenible.

## INFORME DE PROGRESO 2020

### Estrategia IV. Gobernanza transparente, eficiente y colaborativa

Quién o quiénes a nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial y si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo

Presidente de Visit València y concejal de Turismo del Ayuntamiento de València, Emiliano García

Director- gerente de Visit València, Antonio Bernabé

Órganos de Gobierno de la Fundació Visit València: Patronato y Comisión Ejecutiva, Comités Ejecutivos de Programas de Productos

## SELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Grupos de interés más significativos: (Los grupos de interés configuran su Informe de Progreso)

- Comunidad/Sociedad Civil
- Administración
- Socios/accionistas
- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Medioambiente

### Criterios seguidos para seleccionar los grupos de interés

Dado el carácter público de Visit València, y su dependencia directa de la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de València, los grupos de interés se entienden desde un concepto de máximos. Por ello, serán grupo de interés de la Fundación Visit València todos actores vinculados con la realidad turística de la ciudad.

### Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso a los grupos de interés

Canales propios, tanto de Visit València como del Ayuntamiento de València. Esto supone: página web, redes sociales, Newsletters/Visit València Informa, Asambleas de Asociados, encuentros vinculados a los Programas de Producto.

## ALCANCE Y MATERIALIDAD

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

- València
- Comunitat Valenciana

## INFORME DE PROGRESO 2020

- España Principales mercados estratégicos del destino València
- Principales Mercados potenciales del destino València

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

Año calendario 2019

Año calendario 2020

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

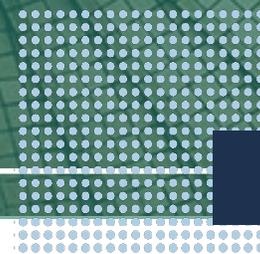
bienal

## REPORTE EN ODS

¿Desea reportar con ODS?

No

# METODOLOGÍA



El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

## INFORME DE PROGRESO 2020

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar las temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés seleccionados.
3. Describir de forma detallada el trabajo de la entidad en la materia a través de:

**Políticas:** documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de las temáticas.

**Acciones/Proyectos:** las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

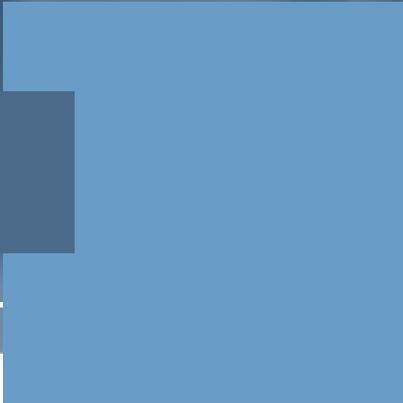
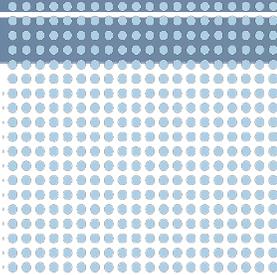
**Herramientas de seguimiento:** evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

**Indicadores de seguimiento:** datos cuantitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.

---

# ANÁLISIS



DERECHOS HUMANOS



13

Temáticas contempladas

NORMAS LABORALES



7

Temáticas contempladas

MEDIOAMBIENTE



8

Temáticas contempladas

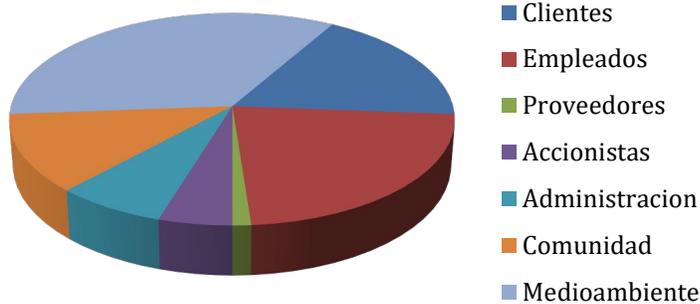
ANTICORRUPCIÓN



4

Temáticas contempladas

### Elementos aplicados por grupos de interés



---

# GRUPO DE INTERÉS

## Cientes - Visitantes



# Relación duradera con los clientes

---

### Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

En estos últimos años el uso creciente de las nuevas tecnologías en el ámbito de la información, el uso mayoritario de las redes sociales ha potenciado el desarrollo también en el sector turístico. Es por esto, que se han puesto en marcha nuevos canales de difusión que permiten crear y compartir una información más personalizada y dirigida al sector o público al que nos dirigimos. El objetivo de Visit València es adaptar el mensaje, personalizarlo para cada perfil de turista, en cada momento del Customer Journey.

A pesar de haber tenido un comienzo de año 2020 muy activo en la promoción de mercados, con FITUR como pistoletazo de salida, tras la irrupción del Covid-19 y la imposibilidad de acudir presencialmente a citas profesionales, la Fundación mantuvo un contacto permanentemente activo con los operadores y medios de comunicación de los principales mercados emisores. Se materializaron 153 acciones de promoción y comercialización, alcanzando a 1.491 profesionales del sector. El número de reportajes y noticias publicados sobre València fue de 1.227, con un alcance diario cercano a los cinco millones de audiencia y valor publicitario estimado de 14,5 millones de euros. Desde agosto, la Fundación trabajó con la agencia de comunicación Interface, con la que realizó un webinar con los actores del sector en España para presentar la situación y novedades del destino, en el que se conectaron más de 120 agentes del trade.

Debido a la situación sanitaria en la que se han tenido que tomar muchas medidas a la hora de llevar a cabo reuniones sociales, las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable en la actividad de la Fundación, que sumó a su labor de información e inspiración para el turista, la de entretenimiento y acompañamiento en muchos momentos del año, tanto para los futuros visitantes como para los residentes en València. El contexto epidemiológico, brindó una nueva posibilidad de ejercer a la sociedad en general. Los actos públicos y presenciales se suprimieron durante unos meses, así como las relaciones entre personas de carácter presencial. Es por esto, por lo que se tuvo que buscar una alternativa. Gracias a la intensa labor de comunicación a través de los perfiles de Visit València en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn hizo que se alcanzaran los 327.605 seguidores, lo que significa más de 20.500 nuevos respecto al ejercicio anterior. En total, se generaron más de 3.500 publicaciones de contenido que obtuvieron un alcance que rozó los 40 millones.

Así, a pesar de las complicadas circunstancias (cuales, contar lo del Covid-19), se consiguió mantener la visibilidad del destino. Pero, además, el giro las comunicaciones hacia un enfoque más cercano y local, y las distintas campañas y acciones realizadas en redes sociales, dirigidas a potenciar el valor de lo propio, incrementó notablemente el sentimiento de pertenencia, las buenas valoraciones de València y sus iconos en las redes sociales; mejorando las cifras, la interacción y el engagement de las publicaciones.

Mientras que, en 2019, la Fundación contaba con 307.105 seguidores en sus redes sociales, en 2020 se consiguieron 20.500 seguidores más hasta alcanzar la cifra de 327.605.

### Campaña «Valencia en Modo ON»

En mayo 2020, Visit València impulsa la campaña “València Modo ON”, con el objetivo de acelerar la reactivación del turismo en la ciudad en los siguientes meses, siempre con las máximas garantías y priorizando la seguridad como valor añadido. La iniciativa se enmarca en un Plan de Estímulo al Turismo, adaptado al levantamiento gradual de las restricciones, cuyo foco era estimular el consumo entre los propios residentes de la ciudad, la demanda de cercanía y atraer al visitante nacional con la paulatina activación de servicios, espacios y establecimientos turísticos.

## INFORME DE PROGRESO 2020

València Modo ON se inicia después de la crisis sanitaria del Covid19 y consistió en una campaña de comunicación líquida, muy flexible, lo que le permitió amoldarse a las distintas fases de la desescalada. En ella se destaca, además de los rasgos identitarios de la ciudad, la seguridad y la confianza en el destino para poder disfrutar con todas las garantías”.

Además, la Fundació Visit València adapta con esta imagen de 'Modo València On' la web [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com) y crea nuevos contenidos y planes a medida para esta fase de la desescalada. Así, se encuentra desde rutas de running alternativas, alejadas de los circuitos habituales; restaurantes que ofrecen servicio a domicilio o para llevar; curiosidades de València para contar a los niños en los paseos diarios; nuevos espacios peatonales; o rutas a pie por diferentes barrios.

Asimismo, se reforzó la información sobre cuestiones sanitarias, limitaciones, aforos y actividades que se permitían realizar, manteniendo esta información siempre actualizada y convirtiéndose en un punto de referencia- tanto para visitantes como residentes- donde informarse sobre la actualidad de medidas Covid-19 en cada momento.

A efectos de dar la máxima difusión a la información de interés y apoyo a las empresas del sector turístico, se habilitó un espacio en [www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com) con toda la información actualizada relativa a ayudas económicas, fiscales y laborales- así como webinars y formaciones- que, desde el Gobierno de España, la Generalitat Valenciana y el Ayuntamiento de València, así como desde otras entidades competentes. Complementando esta web, se habilitó el email [asociados@visitvalencia.com](mailto:asociados@visitvalencia.com), también para resolver dudas vinculadas a ayudas.

## Accesibilidad de los productos y servicios

Producción de bienes o servicios de calidad que mejoran vidas, especialmente para los pobres u otros grupos vulnerables, es una contribución importante al desarrollo sostenible, incluidos los derechos humanos.

---

### Política RSE - Política

La fundación Visit València, tiene entre sus objetivos, convertir València en un destino accesible y respetuoso para cualquier tipo de turista con independencia de sus características. Se pretende un destino turístico que trabaje como un todo integrado que asegure a cualquier visitante la libertad de viajar sin problemas al destino, escoger la actividad de ocio que desee y gozar de plena autonomía a la hora de llevarla a cabo.

### Acciones del programa

- Diagnóstico de accesibilidad del destino y plan de mejora de infraestructuras, instalaciones y servicios, tanto públicos como privados.
- Colaboración y supervisión de la Certificación UNE 170001-1:2007 de accesibilidad universal de la ciudad.
- Creación de un grupo de trabajo de Accesibilidad Turística de València
- Participación en proyectos locales, nacionales e internacionales dirigidos a desarrollar mejoras en sostenibilidad turística.

## INFORME DE PROGRESO 2020

- Adaptación y certificación UNE 170001-1:2007 de accesibilidad universal en las oficinas de atención al visitante.
- Promoción de la oferta turística accesible mediante soportes especializados y acciones de marketing a colectivos específicos.

### Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto

En 2019, un 6,41% del total de turistas atendidos (14.403) tenía alguna diversidad funcional: 1,06% déficit de movilidad, 0,81% déficit visual, 0,48% déficit auditivo y 97,66% senior.

En 2020, 5.769 visitantes contaban con alguna diversidad funcional, lo que supuso el 9,66% de total de los turistas atendidos.

### Diseño de productos y servicios accesibles - Acción / Proyecto

Continuando con la tendencia de los últimos años de hacer el destino un lugar cada vez más accesible, se incorporaron en las oficinas turísticas nuevos materiales adaptados para atender a visitantes con necesidades especiales, como son tarjetas con códigos QR y planos hápticos. Para complementar la oferta de planos en braille, facilitando el acceso a las rutas turísticas a personas con dificultades de visión, se puso a su disposición tarjetas de madera con códigos QR que permiten, mediante teléfonos móviles, acceder a las rutas turísticas diseñadas por Visit València.

Asimismo, se pusieron a disposición de los turistas con disfunciones visuales nuevos planos hápticos, planos táctiles que permiten al usuario percibir los contenidos mediante el relieve del soporte. Además, Visit València participó en el Congreso Anual Tur4all, presentando a destinos nacionales e internacionales las buenas prácticas puestas en marcha en la ciudad para permitir un acceso universal a los recursos turísticos.

### Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

En lo que respecta a sostenibilidad, la Fundación Visit València colaboró en 2019 en diversas acciones de difusión de la oferta turística accesible, con PREDIF, Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física.

A principios de año, la plaza del Ayuntamiento fue el escenario elegido para la fiesta Tur4all, un congreso que se celebra con el motivo central de dar a conocer la plataforma colaborativa creada por PREDIF con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo de España. Su objetivo, proporcionar información precisa y actualizada sobre la accesibilidad de hoteles, restaurantes, museos y monumentos, espacios naturales, playas, transporte adaptado, destinos y experiencias, entre otros. Aquellos establecimientos que tienen las mejores condiciones de accesibilidad obtienen el distintivo TUR4all. Este Congreso reunió a distintos colectivos para hacer una prueba piloto de la app.

Completando esta línea de trabajo, Visit València colaboró con la organización del I Congreso Internacional de Destinos Accesibles de Cruceros, para promover la normalización de la accesibilidad en este tipo de turismo, poniendo el foco en las experiencias en destinos para las personas con discapacidad, movilidad reducida, familias, personas mayores y con necesidades de accesibilidad en general. Los expertos participantes en la reunión pudieron así conocer de primera mano todas las posibilidades que ofrece la ciudad. Con el mismo objetivo, la Fundación participó en la Feria Activa't que se organizó coincidiendo con el Congreso del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad –CERMI.

Durante tres días, se acercó nuestra oferta de turismo inclusivo a los asistentes de otros destinos españoles y los visitantes locales. En el plano internacional, se organizó un fam trip con una revista británica dirigida a personas con diversidad funcional. Y, por último, se publicaron nuevas ediciones de planos, tarjetas QR y la aplicación Maps Voice en

las oficinas de información.

---

## Fomento de la calidad en la entidad

---

### Formación - Acción / Proyecto

En 2019, dentro del Programa de Mejora permanente de la calidad, la Fundación mantuvo su labor de captación y formación para dar continuidad e impulsar el SICTED en València, el sistema integral de calidad turística español en destino para impulsar la excelencia de la oferta turística local en toda su dimensión. Así, en este ejercicio renovaron u obtuvieron el distintivo 126 entidades. La distinción SICTED la otorga Turespaña y en València la impulsa Turisme Comunitat Valenciana y la Fundació Visit València, con el apoyo de la Cámara de Comercio.

Asimismo, se mantuvo el apoyo en acciones formativas y programadas, así como en el asesoramiento a empresas de cara a distinciones y renovaciones 2020. De hecho, dentro del SICTED, dadas las circunstancias excepcionales, se han tenido que establecer unos protocolos de seguridad, tanto para empleados como terceros ya que, debido a la pandemia, todo el trabajo presencial posible se trasladó al medio online, por lo que al volver a la presencialidad se han tenido que tomar medidas necesarias como, desinfecciones diarias, protocolos de limpieza, aforos etc...

Continuando en el marco de las circunstancias excepcionales generadas por la COVID19, se vio la necesidad de dar apoyo a las empresas en materia formativa y consultoría integral de calidad, así como en la posibilidad de beneficiarse de ayudas económicas a través del proyecto SICTED, la Fundación mantuvo un contacto permanente con las empresas ya distinguidas, y dio la opción de incorporar nuevas adhesiones. De ahí que se generasen alrededor de 40 adicionales a las 135 que ya estaban en marcha.

### Medidas establecidas para fomentar la salud y seguridad de los clientes - Acción / Proyecto

En 2020, el impacto de la pandemia en el turismo tuvo reflejo, como no podía ser de otra manera, en los flujos de visitantes a las oficinas turísticas y [www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com), así como en toda la actividad mercantil de la Fundación.

Las Oficinas de Información Turística permanecieron cerradas al público desde mediados de marzo hasta junio y fueron abriendo escalonadamente tras adaptar sus instalaciones a la nueva normativa, para cumplir con todos los protocolos de distanciamiento e higiene y poder ofrecer todas las garantías y seguridad tanto al visitante como a sus trabajadores.

La red de oficinas obtuvo el sello Safe Tourism Certified, y pudo atender en los meses en los que estuvieron abiertas a 59.700 visitantes (un 18% de procedencia local, un 26% nacional y un 55% internacional). Por su parte, la página web de la Fundación registró 2.509.613 visitas de 1.782.264 usuarios únicos.

### Auditorías - Herramienta de Seguimiento

Indicadores de calidad

- Empresas participantes en SICTED:

2019: 126 (+4%)

## INFORME DE PROGRESO 2020

2020: 164 (+30%)

- Reclamaciones vinculadas a la gestión:

2019: 0

2020: 1

- No conformidades:

2019: 6

2020: 3

- Número de Asociados:

2019: 341 (+8%)

2020: Con motivo de la excepcional situación de la COVID-19 se suprimió el pago de cuotas anuales de asociado y se amplió la participación de empresas no asociadas a Visit València en las iniciativas de reactivación del consumo (como Cuina Oberta, Tarjeta València Modo On)

---

## Sensibilización a clientes en sostenibilidad

Sensibilización a nuestros intermediarios y visitantes de los valores sociales y medioambientales de la ciudad como destino turístico, siguiendo un posicionamiento como ciudad sostenible, segura y saludable para sus viajes.

---

### Política RSE - Política

La fundació Visit Valencia se posiciona como un destino sostenible y saludable. Los objetivos ya establecidos en la Estrategia Turismo València hacia 2020, definida en 2017, así lo recogían. Sin embargo, y a raíz de la crisis del Covid-19 que sufrimos, la sostenibilidad y convertir la ciudad de València en un Destino Neutro en Carbono se volvió una de las metas más primordiales de la empresa.

Es por ello que se desarrolla la Estrategia Sostenibilidad Turística VLC 2030, un ambicioso plan que nos debe conducir hacia un turismo seguro y sostenible, pos-COVID-19, dentro del tercer pilar relativo a la “Mejora de la competitividad del destino turístico”, constituyendo por tanto un instrumento esencial para la reactivación del sector tras el COVID-19. La ciudad desea consolidar el modelo de turismo inteligente y sostenible en el que lleva años trabajando. València es una ciudad inteligente e intercultural, comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con un proyecto de innovación social y urbana, Missions València 2030.

La Fundación Visit València inicia el camino para posicionarse como un destino turístico sostenible, seguro y saludable. El turismo es un sector estratégico para la ciudad de València, cuyos impactos económicos, sociales y ambientales cada vez son más relevantes para el conjunto. Por tanto, en el marco del compromiso de València con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la actividad turística debe asumir su responsabilidad para contribuir a sus metas. Para lograrlo, la Fundación diseñó una hoja de ruta que conforma una estrategia de todos los actores implicados.

En 2020 se presenta el proyecto de la Estrategia Sostenibilidad Turística VLC 2030, iniciando la fase de diagnóstico. La estrategia pretende alcanzar las metas marcadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU en las áreas social y económica, en el área de patrimonio, recursos, medio ambiente y clima y en el área de gobernanza por la sostenibilidad.

## INFORME DE PROGRESO 2020

De esta manera, la actividad turística desarrollada en la ciudad de València, se adapta a las necesidades medioambientales marcadas por la ONU, el European Green Deal y por la nueva Ley de Transición Ecológica de España, que tendrán importantes implicaciones para el sector turístico. Para medir el desempeño en cada uno de los ODS, se trazó un gran cuadro de indicadores de los sistemas nacionales e internacionales: desde criterios de la OMT, el Sistema Europeo de Indicadores de Sostenibilidad Turística (ETIS), la norma UNE 178502 de Destinos turísticos inteligentes, los indicadores de sostenibilidad Invattur de DTIs y los criterios de destinos turísticos del Global Sustainable Tourism Council GSTC.

### **Difusión de las acciones de RSE - Acción / Proyecto**

La Fundación comunica a todos sus clientes y usuarios, mediante sus soportes y acciones de comunicación, recopila y difunde las buenas prácticas para mejorar la sostenibilidad social y ambiental de las actividades que desarrollan los turistas durante su estancia. Con el objetivo de posicionar en la mente de los consumidores a la ciudad como un destino sostenible, se está desarrollando la línea de comunicación que transmite los valores de la estrategia tanto a operadores intermediarios, a medios nacionales e internacionales como al usuario directo que utiliza redes sociales o las páginas web para informarse, seleccionar sus viajes o planificar su estancia.

Se han lanzado notas de prensa a través de la red de agencias, divulgado vídeos en español e inglés expresando el interés de todos los operadores públicos y privados de la ciudad por primar criterios de sostenibilidad, y se difunden a diario en las redes sociales las buenas prácticas de todas las organizaciones turísticas que aportan contenidos. Asimismo, se viene trabajando en la mejora de la accesibilidad de todos los soportes y servicios de información, tanto en formato digital como físico, para que la información sobre la oferta turística de la ciudad llegue adecuadamente a todos los potenciales visitantes, o esté disponible en nuestra red de oficinas de atención, que ofrecen servicios de asesoramiento personal e individualizado.

Por último, se está utilizando la red institucional nacional e internacional para difundir los planes y acciones de sostenibilidad, de forma que alcance a todos los responsables y amplifique los resultados de comunicación. Así, cualquier cliente recibe nuestra información en alguna fase del proceso de decisión o disfrute del viaje a València. Como referencia, la Organización Mundial del Turismo incluyó en su boletín el caso de València.

### **Número de comunicaciones - Indicador de Seguimiento**

La estrategia de comunicación de la Fundación incluye difusión de contenidos de sostenibilidad turística y monitoriza publicaciones e impactos. Asimismo, se refuerza el posicionamiento de destino sostenible, con un protagonismo principal del relato de València como destino turístico.

**Documentos adjuntos:** [Presentacio estat estrategia 3juny.pdf](#)

### **Estrategia Sostenibilidad Turística VLC 2030. Nuevo paradigma del turismo:**

La EEEC identifica seis sectores prioritarios de actividad en los que incorporar este reto para una España circular: sector de la construcción, agroalimentario, pesquero y forestal, industrial, bienes de consumo, textil y confección y turismo

Objetivos:

- Contribuir al cumplimiento de València de los ODS.
- Sectores público y privado competitivos
- Destino turístico neutro en carbono.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Hoja de ruta

1. Queremos que nuestro sistema turístico sea sostenible
2. Guía: cumplir los ODS
3. Alcanzar metas relacionadas con el turismo y ser neutro en carbono
4. Cómo: medir indicadores contrastados
5. Construimos nuestro cuadro de control y aplicamos herramienta de cálculo de HC
6. Obtenemos imagen de nuestro destino: en qué podemos mejorar
7. Todos participamos en propuestas, debatimos, consensuamos líneas de acción y llevamos a cabo nuestra parte.

### Objetivos marcados para la temática

Aumentar la notoriedad de la ciudad como destino turístico sostenible.

---

## Resolución de incidencias y satisfacción del cliente

---

### Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto

En 2019, se centraron gran parte de los esfuerzos de la Fundación en ofrecer al turista una información eficaz y de calidad juntamente con la atención necesaria, tanto en el momento de selección del viaje como en destino. Durante este ejercicio las Oficinas de Turismo se realizaron 224.804 atenciones personalizadas. De ellas el 7% fueron con visitantes locales, el 17% nacionales y el 76% internacionales.

Por un lado, y desde los puntos de información presenciales, todas las oficinas contaron con Free Wifi, que en 2019 tuvo 7.150 usuarios, y en la Tourist Info Paz se ofreció el servicio de Tax Free con Global Blue y Planet. Además, la Fundación dispuso entre julio y octubre de un punto móvil de información turística, que atendió a 10.642 visitantes, de los que 3.142 compraron algún servicio turístico.

Por su parte, y desde la información dispuesta digitalizada, la web [www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com) registró en 2019 4.436.452 visitas web, un 73% más que en 2018 y la mayoría de los cuales procedentes de los mercados prioritarios; y 10.771.117 páginas vistas. Y, gracias al servicio de chat, se atendió online a 5.780 clientes en seis idiomas. De hecho, tras el lanzamiento de una nueva web, en 2018, lo más significativo fueron las mejoras que la Fundación realizó en su oferta al usuario.

En este ejercicio se desarrollaron herramientas que permiten hacer un marketing más digital, personalizado e inteligente. Se desarrolló un sistema de venta integrado con la Ciutat de les Arts i les Ciències, que es pionero, logrando que en las Oficinas de Turismo las ventas de entradas se produzcan accediendo directamente al sistema de CAC, con ello se pueden gestionar mejor las necesidades de los turistas.

Por otro lado, la València Film Office en 2019 atendió 381 consultas de rodaje, con una conversión del 61%, mientras que, en 2020, atendió 305 consultas, de las cuales, 154 (50%) se materializaron en rodajes.

### Encuestas de satisfacción - Herramienta de Seguimiento

En 2019, se realizaron 14.360 encuestas de satisfacción, con una valoración de los visitantes de la atención recibida del personal de Oficinas Turísticas de 4,3 sobre 5. En 2020 fueron 3.159 encuestas las realizadas con un valor de la atención del personal de un 4,6 sobre 5.

# Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes

---

## Políticas Internas de Gestión - Política

### AUDITORIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

En 2019, se incorpora la figura (DPO) Delegado de protección de datos: El Delegado de Protección de Datos (DPD) desempeña un papel fundamental en la promoción de una cultura de protección de datos dentro de la organización y contribuye a la aplicación de elementos esenciales del RGPD, así como, los principios relativos al tratamiento de datos, los derechos de los interesados, la protección de los datos desde el diseño y por defecto, el registro de las actividades de tratamiento, la seguridad del tratamiento y la notificación y comunicación de las violaciones de la seguridad de los datos.

Registro de actividades del tratamiento para aquellas entidades, ya sean responsables o encargados del tratamiento que:

- Empleen a más de 250 personas
- Que el tratamiento que realicen pueda entrañar un riesgo para los derechos y libertades de los interesados, sin ser ocasional, o que el tratamiento incluya categorías especiales de datos personales indicadas en el artículo 9 del RGPD, o que el tratamiento incluya datos personales relativos a condenas e infracciones penales a que se refiere el artículo 10 del RGPD.

Registro de incidencias:

Es obligatorio activar un Registro de Incidencias, con el fin de apuntar cualquier evento que afecte a la seguridad de los ficheros de datos personales donde conste lo que ha pasado, quién lo ha hecho, quien ha informado del tema, quien lo ha resuelto y cómo se ha resuelto.

Notificación de brechas de seguridad:

El responsable, corresponsables y encargados del tratamiento deberán disponer de un protocolo de actuación para identificar, documentar y resolver cualquier violación de la seguridad producida bajo su responsabilidad, teniendo en cuenta que, si la incidencia constituye un riesgo para los derechos y las libertades de los interesados, deberá notificarla a la autoridad de control en un máximo de 72 horas desde que se haya tenido constancia, e inclusive a los interesados si dicho riesgo es alto.

Fundación Visit Valencia será responsable de establecer un protocolo sobre medidas de organización y archivo de los documentos con datos de carácter personal para ficheros automatizados y en papel y un protocolo de borrado y destrucción para ficheros automatizados y en papel. Los empleados deben tener firmado un documento de confidencialidad.

Fundación Visit Valencia debe adoptar las medidas necesarias para que los empleados conozcan las normas que afectan al desarrollo de sus funciones y las consecuencias de su incumplimiento.

### MEDIDAS PREVENTIVAS ADOPTADAS EN MATERIA DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (LOPDGDD)

## INFORME DE PROGRESO 2020

Ley 34/2002 De la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI).

Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones Realizado diagnóstico/auditoria (oct 2018, antecedentes jun. 2016)

### TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

Objeto y alcance: Definir el sistema establecido en la fundación VISIT VALÈNCIA para asegurar el cumplimiento de las obligaciones en materia de protección de datos.

#### DESARROLLO:

##### Términos

Datos personales: Información relativa a una persona física por la cual pueda determinarse su identidad. Clasificados como (nivel de seguridad):

- Especiales/sensibles (nivel Alto): relativos al origen étnico/racial, opiniones políticas, convicciones religiosas/filosóficas, afiliación sindical, datos genéticos o biométricos que permitan la identificación unívoca de una persona, datos relativos a la salud o a la vida y orientación sexuales
- Penales (nivel Medio): relativos a la comisión de infracciones administrativas o penales, o los que puedan ofrecer una definición de características de personalidad. -Identificativos (nivel Básico): que no correspondan a categorías penales o especiales como: nombre, dirección, email, teléfono, edad, sexo, firma, imagen, aficiones, patrimonio, datos bancarios, información académica, profesional, social, comercial, financiera, etc.

Medidas organizativas y técnicas: Este registro debe mantenerse actualizado por el Responsable por lo que se revisa como mínimo una vez al año (auditorias legal, calidad) pudiéndose ser solicitado por la Autoridad de control.

Medidas y política de seguridad establecidas: A través de la cuenta **lopd@visitvalencia.com** vinculada al DPD (Delegado de protección de datos designado) quien se encarga de:

- Registrar las solicitudes comprobando que se ajustan a normativa y no afecta negativamente los derechos y libertades de terceros.
- Responder sin demora injustificada al interesado (plazo máximo de 1 mes). En caso de prorroga comunicará los motivos del retraso y de no atenderlos debe razonar los motivos informando del derecho a presentar una reclamación

Medidas de seguridad de acceso a la información y procesamiento de datos:

- El personal únicamente accederá a los recursos a los que tiene autorización, necesarios para el desarrollo y cumplimiento de nuestras funciones.
- Los nombres de usuario y contraseña de autenticación para el acceso a los equipos tienen la consideración de datos personales intransferibles.
- Se deben salvaguardar las claves de acceso de toda divulgación o comunicación a otras personas.
- Cambiar las contraseñas de acceso a los equipos semestralmente
- Los soportes documentales e informáticos deberán estar dispuestos de tal forma que no sean accesibles a personas no autorizadas.
- Si una persona abandona su puesto de trabajo temporalmente, deberá ocultar los documentos y bloquear el

## INFORME DE PROGRESO 2020

ordenador.

- Recoger de forma inmediata los trabajos impresos que contengan información de carácter personal y asegurarse de no dejar documentos impresos en la bandeja de salida.
- Eliminación de documentos Cualquier documento físico o soporte digital que quiera ser eliminado y que incluya datos personales, debe ser destruido con la destructora o retirado por una empresa homologada de destrucción de documentos Copia de seguridad y recuperación de datos Almacenar toda la información tratada en el directorio de red indicado por el Responsable de seguridad para poder realizar las copias de seguridad previstas.

Confidencialidad y deber de secreto. Aplicar las medidas de protección de datos establecidos por la organización (avisos del técnico informático) relativos a la seguridad del tratamiento: seudonimización, cifrado de datos, advertencias de intrusión, antivirus, antispam.

Auditoria específica al proyecto “Tarjeta ciudadana” Revisión de la gestión de datos personales en nuevo CRM (Trasladado a Datanet para encontrar solución respecto al tratamiento de autorizaciones)

### EN MATERIA DE PAGO DE FACTURAS

Ley de contratación del sector público LCSP 9/2017, de 8 de nov Modificación del art.118 de la LCSP establecida en el RDL 3/2020 (Redactado procedimiento operativo en base al Manual de contratación de la Fundación, en el que se hace referencia a la instrucción de pagos (apartado 2.2.10 Cierre de actividad, reconocimiento y pago de la deuda)

### EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD PARA TODA LA INFORMACIÓN

Auditoria ciberseguridad\_ oct 2018 Doc. Auditoría de ciberseguridad Auditoria de ciberseguridad, siguiendo el esquema nacional de seguridad (ENS) e ISO 27001

### Formación en seguridad de la información - Acción / Proyecto

En 2019, se incorpora la figura DPO (Delegado Protección Datos), vinculado al departamento de Inteligencia Turística, a través del cual se unifican los procesos a un único fabricante de Firewall, en este caso Sonicwall, el otro dispositivo marca Sophos se está desmantelando para retirarlo.

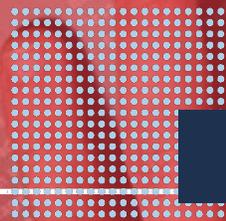
El Sonciwall, instalado en los servicios centrales, fue renovado en 2020, el resto van a renovarse en 2021. Como política se van a mantener las licencias de soporte y actualización. Se han deshabilitado todos los puertos abiertos desde el exterior, siendo necesario acceder a la aplicación corporativa mediante VPN.

Todas las conexiones se hacen ahora mediante protocolo seguro. Durante el año 2020 se han migrado a la nube 2 controladores de dominio, 1 servidor de gesiimil (contabilidad), 2 servidores de SIGIT (sistema de gestión interna). Durante la primera mitad de 2020 se ha generado conexiones seguras a todas las oficinas de turismo desde el SERTIC, haciendo que todos los aplicativos de la Valencia Tourist Card vayan encriptados por protocolo seguro.

---

# GRUPO DE INTERÉS

## Empleados



### Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios

El acuerdo suscrito entre la Fundació Visit València y el personal que presta servicios en la misma, consensado en 2016, regula las relaciones de trabajo en dos sentidos: por un lado, adaptar las características de la actividad de la Fundación y, por otro, formalizar las mejoras de las condiciones que se han venido estableciendo en normativa interna, pautas de conducta y usos concretos, que enmarcan los derechos y obligaciones.

---

#### Convenio Colectivo - Política

Visit València cuenta con un convenio colectivo en actual proceso de negociación entre los sindicatos y la dirección de la Fundación.

### Formación al empleado/a

---

#### Plan de Formación y Desarrollo - Política

Visit València cuenta con un comité de formación desde el año 2019 que se creó para establecer una actividad formativa que fuera continua y alineada con las necesidades de la Fundación. Este órgano está compuesto por dos miembros de la dirección y dos miembros del comité sindical, de manera que se asegure la representación de los empleados de la empresa en la política formativa.

Las funciones del comité son establecer planes anuales de formación, tras identificar las necesidades de las distintas áreas y las solicitudes de la plantilla, y monitorizar el resultado de las acciones que se aprueben en dichos planes. En 2020 la prioridad formativa fue mejorar las competencias en el uso de herramientas ofimáticas, desarrollar el plan de acción necesario para implementar un nuevo CRM y, por último, ahondar en el conocimiento del marketing online. El funcionamiento de dicho comité estará reglado por el convenio colectivo que se está negociando actualmente.

#### Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación - Indicador de Seguimiento

2019:

Número de cursos: 9

Número de horas de formación: 996

% de empleados que reciben formación: 65%

2020

Número de cursos impartidos: 16 (+78%)

Número de horas de formación: 2165 (117%)

% de empleados que reciben formación: 100% (+54%)

### Evaluación del desempeño

---

## INFORME DE PROGRESO 2020

TALENT: Se trata de un software de gestión del talento elaborado por un Equipo Humano y que se emplea como herramienta de desarrollo y gestión de personas.

Cuenta con un Módulo de objetivos:

- Listado de objetivos: permite crear nuevos objetivos.
- Tipos de unidades de medida: permite al administrador crear etiquetas que permitan definir la unidad en la que se mide el objetivo. Por defecto, se muestran las unidades euros (€), grado de cumplimiento (%) y días.
- Evaluar los objetivos: permite introducir o alimentar el dato alcanzado en la ejecución de cada objetivo y poder conocer así el grado de cumplimiento.

## Igualdad de género

---

### Plan de Igualdad - Política

El análisis de otros planes de Igualdad establecidos como modelo, ha servido a Visit València para extraer un patrón útil para la elaboración del nuestro de acorde a el tamaño de la Fundación.

Principales Objetivos:

1. Creación de la Comisión de Igualdad y elaboración de un reglamento básico.
2. Análisis y Diagnóstico de la situación de partida: Pese a que hay muchas mujeres en total, más que hombres, los que ocupan los puestos directivos y de altos mandos son mayormente hombres.
3. Propuesta de objetivos y acciones, como hipótesis de partida sobre 3 ámbitos:
  - Protocolo prevención acoso sexual
  - Acciones concienciación igualdad y lenguaje no sexista
  - Mejor conciliación de la vida familiar y laboral
4. Periodo aplicación: 2 años

## Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Comité de Seguridad y Salud

4 Miembros empleados de Visit València

---

### Protocolo de Prevención del Acoso Laboral - Política

Protocolo para la prevención del acoso moral o psicológico, sexual y por razón de sexo en el trabajo. Firmado en septiembre de 2019.

Marco regulatorio:

## INFORME DE PROGRESO 2020

- Sección primera del Capítulo Segundo de la Constitución Española recoge el catálogo de derechos fundamentales y libertades públicas.

- Artículo 4 del Estatuto de los Trabajadores regula los derechos laborales básicos, disponiendo en el apartado 2.d y 2.e que los trabajadores tienen derecho:

(i) “a su integridad física y a una adecuada política de seguridad e higiene”.

(ii) “al respeto de su intimidad y a la consideración debida a su dignidad, comprendida la protección frente a ofensas verbales o físicas de naturaleza sexual”.

Por otra parte, la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de Mujeres y Hombres define el acoso sexual y por razón de sexo.

Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.

Sin perjuicio de los conceptos recogidos en este Protocolo de actuación sobre el Acoso Laboral, el Acuerdo de Empresa de la Fundación Visit València, contiene en su artículo 26 su propio Régimen Disciplinario, que persigue el mantenimiento de la disciplina laboral, para la garantía y defensa de los intereses legítimos de los/las trabajadores/as y empresarios/as, con tres epígrafes principales en los que se determinan tanto los principios de ordenación, la graduación de las faltas en leves, graves y muy graves, así como las sanciones a imponer en cada uno de los casos. La Fundación Visit València se compromete formalmente a garantizar y promover un buen clima laboral, quedando prohibida, por tanto, cualquier conducta o acción de naturaleza hostil o intimidatoria frente a un/a trabajador/a en el marco de las relaciones laborales.

1.- Se establecen los mecanismos para prevenir estas situaciones, mediante la defensa de una política de personal comprometida con la promoción de la seguridad y salud de los/las trabajadores/as y el desarrollo de los mecanismos necesarios para la prevención de conductas de acoso laboral.

2.- Se establece un procedimiento que permitirá encauzar los problemas de persecución psicológica que se detecten.

3.- Se arbitran las medidas necesarias para garantizar el cese de este tipo de conductas y que éstas no se vuelvan a repetir.

4.- La Fundación Visit València difundirá el presente protocolo a través de carta o correo electrónico entre todos/as sus trabajadores/as, con el objeto de prevenir, desalentar y evitar los comportamientos de acoso laboral en la plantilla.

**Documentos adjuntos:** [Protocolo de acoso negociado v2.pdf](#)

[Objetivos marcados para la temática](#)

El objetivo principal del Protocolo para la prevención del acoso moral o psicológico, sexual y por razón de sexo en el trabajo es garantizar y promover un buen clima laboral, siendo una entidad libre de conductas hostiles o intimidatorias frente a un/a trabajador/a en el marco de las relaciones laborales.

**Política de Seguridad y Salud en el trabajo - Política**

PLAN DE PREVENCIÓN, ACTUACIÓN Y CONTINGENCIA FRENTE AL CORONAVIRUS

## INFORME DE PROGRESO 2020

El coronavirus SARS-CoV-2 es un virus nuevo, detectado por primera vez en diciembre de 2019 y desconocido anteriormente en la patología humana, que pertenece a la familia Coronaviridae. El reservorio de estos virus es animal y algunos coronavirus tienen la capacidad de transmitirse a las personas. La enfermedad causada por este nuevo virus se ha denominado por consenso internacional COVID-19.

El objeto del presente informe es realizar la evaluación de riesgos frente a la exposición de los trabajadores al CORONAVIRUS (COVID-19) en su puesto de trabajo, según lo establecido en el Procedimiento de actuación de los Servicios de Prevención contra el covid-19 y como Anexo al plan de prevención de la empresa. También es objeto del presente informe, la prescripción de medidas de contención frente al contagio de CORONAVIRUS (COVID-19) con la finalidad de asegurar la actividad de la empresa y de proteger la salud de los trabajadores y de la sociedad en su conjunto. Todo ello con los siguientes objetivos:

- Extremar precauciones para cuidar de la salud de los trabajadores.
- Minimizar el impacto en la plantilla. Prepararse para la ausencia de trabajadores mientras perduren los efectos de este virus.
- Asegurar el mejor funcionamiento de la empresa.
- Cumplir socialmente con la responsabilidad de evitar medios de transmisión de forma personal.

### EVALUACIÓN DEL RIESGO DE EXPOSICIÓN AL COVID-19

Dos rangos de actuación diferenciados:

- Frente a colectivos de trabajadores considerados de riesgo, en el que se incluye a trabajadores que presenten sintomatología (fiebre, tos, sensación de falta de aire) y que hubieran estado 14 días antes en área de transmisión comunitaria o en contacto con caso probable sintomático/confirmado de coronavirus.
- Frente a colectivos de trabajadores considerados sin riesgo, en el que se incluyen a trabajadores no incluidos en el grupo anterior y que estén asintomáticos pudiendo pasar al colectivo “con riesgo” en cualquier momento ante la manifestación de sintomatología antes descrita. Procedimientos de actuación por parte de la empresa:

**1.** Identificar por parte de la empresa a trabajadores especialmente sensibles catalogados como vulnerables por el Ministerio de Sanidad frente a este riesgo y evitar la exposición en servicios.

- Mayores de 60 años
- Hipertensión arterial
- Diabetes
- Enfermedades cardiovasculares
- Enfermedades pulmonares crónicas
- Cáncer
- Inmunodeficiencias
- Embarazadas

**2.** Evaluación del riesgo de exposición y contagio de los diferentes puestos de trabajo y resto de trabajadores no incluidos en los dos grupos anteriores y planificación de acciones preventivas. Las actuaciones por realizar en la empresa irán en función de los distintos escenarios:

- Situación normal, sin casos confirmados y tareas en puestos de trabajo SIN exposición a situaciones de contagio confirmado/probable.
- Situación anormal, trabajador/cliente/subcontrata con probable contagio, pero asintomático y tareas en puestos de trabajo SIN exposición a situaciones de contagio confirmado/probable.
- Situación de emergencia, trabajador/cliente/subcontrata contagiado con sintomatología y tareas laborales CON exposición a situaciones de contagio confirmado/probable:

## INFORME DE PROGRESO 2020

- Se considera una situación de emergencia, cuando se conoce la presencia de una persona CON SÍNTOMAS, esté o no confirmada la infección a COVID-19 que haya estado trabajando en el centro de trabajo o en contacto con personas de la organización.

Las acciones preventivas y de protección a adoptar en esta evaluación se ha realizado de manera diferenciada dirigidas a tres colectivos y tipología de trabajadores:

- Medidas a adoptar frente a “terceros”.
- Medidas preventivas a adoptar en nuestras instalaciones con nuestros trabajadores.
- Medidas preventivas a adoptar en nuestras instalaciones con los colectivos sensibles catalogados como “Grupos vulnerables”.

### Información a trabajadores

- Recomendaciones para la colocación y retirada de los EPI's
- Limpieza y desinfección. Productos de limpieza con efecto virucida.
- Limpieza y desinfección de superficies y espacios.
- Limpieza y desinfección de vehículos.
- Limpieza y desinfección de superficies y espacios de zonas de pública concurrencia.
- Limpieza y desinfección con ozono de superficies y espacios.
- Limpieza y desinfección por vía aérea de superficies.

---

## Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad

---

### Fomento del empleo de personas con discapacidad - Acción / Proyecto

En octubre de 2019 se publica la convocatoria de un concurso-oposición para la selección por turno de discapacidad de un/una recepcionista en la fundación Visit València, consolidando así la correspondiente plaza.

---

## Conciliación familiar y laboral

---

### Teletrabajo - Acción / Proyecto - Protocolo Teletrabajo - Estado de Alarma COVID.

La Fundación Visit València implementa la fórmula del teletrabajo en los servicios centrales el día 13 de marzo de 2020, aplicando técnicas y herramientas informáticas de trabajo colaborativo y a distancia. Protocolo especial para las personas con mayores riesgos objetivos de contagio, debido a otras patologías que puedan haber sufrido, para confinamiento en el hogar, aplicable conforme se evalúa la situación epidemiológica. Refuerzo del área de Inteligencia para el despliegue de equipos y herramientas para habilitar el teletrabajo casi el 100% de la plantilla. Se otorga flexibilidad horaria para facilitar la conciliación del trabajo con las necesidades familiares durante el confinamiento:

- a) Cada trabajador/a ha de realizar las horas previstas, con la comprensible flexibilidad en este estado de alarma haciendo coincidir a final de mes las horas efectivas de trabajo con las teóricas.
- b) No se pueden hacer horas extras ni horas en periodo bonificado, salvo permiso expreso del responsable jerárquico.
- c) Se ofrece la posibilidad de compensación de horas acumuladas.

## INFORME DE PROGRESO 2020

### PROTOCOLO PARA A LA REINCOPORACIÓN PRESENCIAL DEL PERSONAL DE LA FUNDACIÓ VISIT VALENCIA 29 de mayo de 2020.

El Protocolo de Teletrabajo ha ido adaptándose a la realidad epidemiológica, a la desescalada y a la situación de Estado de Alarma. El protocolo de la Fundación Visit València está inspirado en el Protocolo de medidas para la reincorporación presencial del personal al servicio del Ayuntamiento de València y sigue las exigencias y recomendaciones del Ministerio de Sanidad. Incluye medidas preventivas, como material de seguridad, equipamiento, cartelería informativa y redistribución de espacios; calendario de apertura de centros de trabajo, sensibilización sobre las recomendaciones sanitarias y la progresiva reincorporación del trabajo presencial. En esta reincorporación se definen condiciones especiales para:

- Los mayores de 60 años
- Personal con hijos de 12 años o menos, en familias monoparentales o si el conviviente tiene un trabajo de presencialidad obligatoria
- Personal con mayores dependientes
- Mujeres embarazadas
- Personal con supuestos médicos incompatibles con la incorporación al puesto de trabajo presencial en la situación epidemiológica de cada momento;
- Personal con sintomatología COVID-19 o que haya estado en contacto estrecho con personas afectadas por la enfermedad.

Reincorporación progresiva al puesto de trabajo, tanto en Oficinas de Información Turística como en Oficina Central.

#### **Organización del tiempo de trabajo - Acción / Proyecto**

Instalación herramienta Sésame para el control de horas trabajadas. La Fundacio Visit València permite compensar las horas extra trabajadas hasta 4 meses después de su realización. Dicha compensación, en ese plazo, puede realizarse en el mismo año, en cualquier mes, tras la notificación al responsable jerárquico.

Flexibilidad en los permisos retribuidos recuperables establecidos con motivo del estado de alarma.

Respecto a la jornada de trabajo, será 1.677,5 horas anuales efectivas, o las que proporcionalmente correspondan a la duración del contrato. La jornada laboral ordinaria se distribuye en 8 horas diarias entre lunes y jueves y 6 horas en viernes.

Para la jornada estival (cuya fijación se determinará en cada calendario anual) se computarán 6,5 horas para cada día de la semana. Entre el lunes y el jueves, el horario de entrada será desde las 8:00 de la mañana hasta las 9:30, el horario de comida será desde las 14:00 hasta las 16:00 (con un descanso mínimo de media hora y máximo de dos horas) y la salida flexible será entre las 18:00h y las 19:00 horas.

Para los viernes, la hora de entrada será desde las 8:00 hasta las 9:30 y la de salida será desde las 14:00 hasta las 15:30.

Todos los empleados podrán disfrutar de un descanso de 20 minutos diarios durante la jornada de mañana, que será considerado a todos los efectos como tiempo efectivo de trabajo.

#### **Medidas de conciliación (Horario flexible, teletrabajo, etc.) - Acción / Proyecto**

Los trabajadores pueden disfrutar de una segunda tarde libre, en ese caso, deberá realizar las 2 horas semanales entre

## INFORME DE PROGRESO 2020

las 8:00 y las 19:00, añadiendo media hora a cada día de lunes a jueves. La jornada del personal que presta servicios en las Oficinas de Información Turística se fijará anualmente, en función del trabajo prestado en régimen de turnos rotativos de lunes a domingo, teniendo una bonificación del 25% las horas realizadas en sábado y un 40% si tiene lugar el domingo, festivo u otro día entre las 22:00 y las 06:00.

El horario de las Oficinas será el establecido con carácter general en el Manual de Funcionamiento Interno de las Oficinas de Información puntualmente pueda ser modificado por necesidades del servicio, coincidiendo con la temporada estival o con eventos específicos en los que se prevea una mayor afluencia turística.

Cuando, ante una necesidad organizativa de la empresa, un empleado acuerde trabajar un día no previsto previamente en el Manual Interno, las horas realizadas estarán bonificadas con un 25% si se produce en sábado o un 40% si tiene lugar el domingo, festivo u otro día entre las 22:00 y las 06:00.

Se consideran horas extraordinarias aquellas que superen la jornada máxima anual prevista, y son bonificadas con un 25% sobre la hora ordinaria. Las horas extraordinarias serán compensadas con tiempos de descanso, según necesidades dentro de los tres meses siguientes a su realización. De no ser posible el descanso, las horas extras se abonarán en nómina hasta un máximo de 80 horas anuales.

Cuando por razones de organización de la actividad, el trabajo coincide con festivo, sábado o domingo, se bonifica un 25% sobre la hora de trabajo ordinaria cuando sea sábado, y en un 40% cuando sea domingo o festivo. Las horas trabajadas en horario nocturno, entre las 22.00 a las 06.00 horas, son bonificadas en un 40% sobre la hora ordinaria. En todo caso, las horas nocturnas realizadas en festivo serán compensadas con ambas bonificaciones.

Los empleados, previo aviso y justificación, tendrán derecho a los siguientes permisos retribuidos:

1. Quince días naturales, en caso de matrimonio.
2. Un día (el de la boda), por matrimonio de familiares de primer y segundo grado.
3. Un día, por divorcio.
4. Cinco días, por fallecimiento del cónyuge, padres e hijos.
5. Cinco días, por enfermedad grave que requiera hospitalización del cónyuge e hijos, mientras permanezcan hospitalizados.
6. Tres días, por fallecimiento de familiares de primer grado.
7. Tres días, por enfermedad grave que requiera hospitalización de familiares de primer grado, mientras permanezcan hospitalizados.
8. Dos días, por fallecimiento de familiares de segundo grado.
9. Dos días, por enfermedad grave que requiera hospitalización de familiares de segundo grado, mientras permanezcan hospitalizados.
10. Dos días por traslado de domicilio (bianual).
11. Tres días -hábiles- por nacimiento de un hijo o adopción.
12. Las trabajadoras embarazadas tendrán derecho a ausentarse del trabajo para la realización de exámenes prenatales, previo aviso y justificación de la necesidad de su realización dentro de la jornada laboral. Los trabajadores podrán hacer uso de este derecho para acompañar a su esposa a la realización de dichas pruebas.
13. Por el tiempo necesario en caso de asistencia médica y de especialista, y así lo acredite el trabajador ante la empresa mediante volante emitido por el médico responsable debidamente cumplimentado.
14. Por asistencia a consultorio médico, hasta un máximo de 16 horas al año, para el acompañamiento a los servicios de asistencia sanitaria de hijos menores de 16 años, y de mayores que no puedan valerse por sí mismos. A tales efectos, se presentará el volante justificativo de la asistencia médica debidamente cumplimentado.
15. Por el tiempo necesario para concurrir a exámenes y demás pruebas de aptitud.

## INFORME DE PROGRESO 2020

16. Por el tiempo indispensable para el cumplimiento de un deber inexcusable de carácter público y personal, entendiéndose por ello:

- a) Citaciones a Juzgados, Comisarías o cualquier otro Organismo Oficial.
- b) Cumplimiento de deberes ciudadanos derivados de consulta electoral.

Los permisos incluidos en los apartados 1 a 10 se tomarán siempre en días naturales a partir del hecho causante. Respecto de los permisos que se relacionan en los apartados 6 a 10 y que se refieren a grados lo hacen en referencia a consanguinidad y afinidad. En los mismos supuestos, si se precisara hacer un desplazamiento superior a 100 kilómetros el permiso se amplía en dos días más. Las referencias hechas a cónyuges serán extensivas a la situación que deriva de la inscripción en el Registro de Uniones de Hecho de la Comunidad Valenciana.

## Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

En el marco de la estrategia de sostenibilidad turística, la Fundación pretende descarbonizar su actividad mediante la mejora de procesos internos.

---

### Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto

Proyecto Compromes02 de sensibilización, formación y acción en reducción de la huella de carbono de la Fundación.

### Consumo directo de energía de su entidad (GJ) - Indicador de Seguimiento

Cuadro de indicadores para los 3 alcances del cálculo de la huella de carbono.

**Documentos adjuntos:** [Plan Compromes02 V2.pdf](#)

Objetivos marcados para la temática

Reducción de la huella de carbono.

---

## Evaluación de desempeño a empleados/as

Durante 2019 la Fundació Visit València trabajó una "Propuesta de adecuación de la plantilla y de las retribuciones a los objetivos del Plan Estratégico de Turismo 2017-2020". Este trabajo tuvo como consecuencia:

1. La modificación de categorías y subidas salariales.
2. Sistema de retribución variable.
3. Formalización Propuesta adecuación de la plantilla y de las retribuciones a los objetivos del Plan Estratégico de Turismo 2017 - 2020.
4. Actualización de la Relación de Puestos Trabajo y Descripción de Puestos Trabajo.

---

### Política de Remuneraciones - Política

Acuerdo de remuneraciones 2019 para personal de ventas en Servicios Centrales de la Fundación Visit València, por

## INFORME DE PROGRESO 2020

cumplimiento de objetivos de venta. De esta manera, se asigna en concepto de productividad por consecución de objetivos.

Criterios de retribución por competencias al cumplimiento de los objetivos obtenidos en el ejercicio 2019 y 2020: han sido identificados 18 puestos como clave para la aplicación de determinadas líneas estratégicas, cambios en la gestión como reacción a la pandemia en 2020 y nuevas actuaciones a corto plazo. Los trabajadores que ocupaban estos puestos disfrutaron de un complemento por retribución variable en 2019, tras alcanzar objetivos prefijados y ser evaluados por competencias.

En 2020, por cuestiones vinculadas a la pandemia, la asignación de la remuneración variable estuvo vinculada a la evaluación del rendimiento o por competencias. La dirección de Visit València está comprometida con la ampliación de la retribución variable al 100% de la plantilla. Plan de Pensiones para los empleados de Visit València.

En las situaciones de baja por enfermedad y accidente, sea o no laboral, la Fundación complementa el subsidio de Incapacidad Temporal hasta el cien por cien del salario bruto mensual durante los doce meses primeros desde el inicio de la baja correspondiente. En idénticas situaciones, y por el mismo periodo, se complementará la paga extra hasta el cien por cien de la retribución extraordinaria pactada.

### **Redefinición de puestos de trabajo tras la evaluación - Acción / Proyecto**

DPT y nuevo organigrama

### **Evaluación continua - Acción / Proyecto**

Evaluación continua- Información programa Programa Talent

### **Encuestas de evaluación de desempeño - Herramienta de Seguimiento**

Información programa Programa Talent

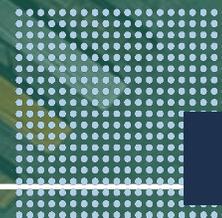
### Objetivos marcados para la temática

Acuerdo de remuneraciones 2019 para personal de ventas en Servicios Centrales de la Fundación Visit València, por cumplimiento de objetivos de venta. Se acuerda como objetivo de ventas, para el ejercicio 2019, un incremento del 6% en ventas respecto de las cifras de 2017 en VLC Shop y en la Valencia Tourist Card

---

# GRUPO DE INTERÉS

## Proovedores



---

## Relación duradera con los proveedores

---

### Evaluación de Proveedores - Herramienta de Seguimiento

EL pasado mes de marzo del año 2020, desde la Dirección de la Fundación Visit Valencia, se decidió realizar pagos a proveedores cada 15 días(habitualmente se realizaban remesas de pago a final de cada mes), para poder ayudar al sector en un momento tan complicado que se presentaba con motivo de la limitación de la actividad por la Covid-19.

De esta manera también se vio beneficiado la ratio en las operaciones del periodo medio de pago, ya que actualmente la Fundación se encuentra por debajo del plazo del periodo legal, estipulado en 30 días.

### Informe de morosidad Visit València

PAGOS REALIZADOS: PERIODO MEDIO DE PAGO (días)				
	1ER TRIMESTRE	2ª TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
2019	26,84	18,03	12,65	16,04
2020	24,03	14,41	9,26	8,97

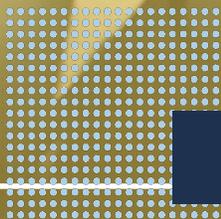
INTERESES DE DEMORA				
	1ER TRIMESTRE	2ª TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4º TRIMESTRE
2019	0	0	0	0
2020	0	0	0	0

---

---

---

# GRUPO DE INTERÉS Asociados



---

# Transparencia en la exposición de la información

La Fundació Visit València cumple todos los requisitos del Ayuntamiento de València en materia de transparencia en la información, coordinado por la Concejalía de Transparencia, Gobierno Abierto y Auditoría Ciudadana.

Se trata del trámite para que cualquier persona pueda ejercer el derecho de acceso a la información pública conforme aquello que establece la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, Ley 2/2015, de 2 de abril, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunidad Valenciana y el Reglamento de Gobierno Abierto: Transparencia.

Se entiende por información pública los contenidos o documentos, cualquiera que sea su formato o apoyo, que estén en poder de alguno de los sujetos que integran las administraciones públicas y que hayan sido elaborados o adquiridos en el ejercicio de sus funciones.

[Memoria de Actividades 2019. PDF](#)

[Memoria de Actividades 2020.PDF](#)

---

## Política de Comunicación y Contacto con Socios o Accionistas - Política

En este sentido, en el Portal de Transparencia la Fundación Visit actualiza la información referente a:

- Información Institucional, organizativa y de planificación.
- Organigrama actualizado.
- Identificación de los máximos responsables de los diferentes órganos: perfil, trayectoria profesional, obsequios, viajes, gastos de representación, resoluciones de compatibilidad, retribuciones anuales de les persones titulares de órganos directivos, indemnizaciones por abandono del cargo, declaraciones anuales de bienes y actividades (son consideradas personas titulares de órganos directivos los directores, gerentes o asimilados). - Publicación de los estatutos de la entidad.
- Cualquier documento de planificación de la entidad que contenga objetivos a conseguir, actividades, medios y tiempos.
- Grado de cumplimiento y resultados.
- Procesos de selección y provisión de lugares de trabajo. - Personas que forman parte de los órganos de representación del personal.
- Información de relevancia jurídica y patrimonial:
  - Normativa de aplicación
  - Vehículos en propiedad o alquiler.
  - Inventario general de bienes y derechos en versión resumida y extensa.
- Información sobre contratación, convenios y subvenciones:
  - Contratos: objeto, duración, importe de licitación y adjudicación, número de licitadores, identidad del adjudicatario, modificaciones de contratos, prórrogas, revisiones de precio, desestimaciones, renunciaciones y resoluciones de contratos.

2. Perfil del contratante.

## INFORME DE PROGRESO 2020

### - Información económica, presupuestaria y estadística:

- Presupuesto de la entidad.
- Información actualizada al menos trimestralmente sobre estado de ejecución.
- La liquidación del presupuesto. Datos de endeudamiento mensual, informes de morosidad e informes sobre planes de ajuste.
- Periodo medio de pago.
- Cuentas anuales.
- Informes de auditoría de cuentas y de fiscalización.
- Enlace a las cuentas publicadas en la Plataforma del Tribunal de Cuentas sobre Rendición de cuentas ([rendiciondecuentas.es](http://rendiciondecuentas.es)).
- Masa salarial del personal laboral del sector público local.
- Contratos menores: objeto, presupuesto, importe de adjudicación, identidad del adjudicatario, decisiones de desistimiento y renuncia. Su publicación se realiza con la periodicidad más breve posible y, en todo caso, trimestralmente.
- Actos de las Mesas de contratación.
- Convenios suscritos (partes signatarias, objeto, termino de duración, modificaciones realizadas, sujetos obligados, obligaciones económicas convenidas).
- Subvenciones y ayudas públicas recibidas (importe, objeto y beneficiarios).
- Campañas institucionales de publicidad.
- Licitaciones en curso.

### - Información medioambiental y urbanística:

- Eficiencia energética I CURA del medio ambiente.

### - Información sobre servicios y procedimientos:

- Catálogo general de los servicios (procedimientos para presentar quejas).
- Sedes de los servicios (equipamientos de la entidad, dirección, horarios de atención al público, enlaces a sus páginas web corporativas, direcciones de correo electrónico o canales de prestación de los servicios).
- Información estadística: grado de cumplimiento y calidad de los servicios públicos.
- Catálogo de los procedimientos administrativos y de su competencia (objeto, formas de iniciación, documentación a aportar, trámites, normativa aplicable, términos de resolución y sentidos del silencio administrativo).

### **Envío de boletines - Acción / Proyecto. APOYO AL SECTOR Y MONITORIZACIÓN"**

Ante el nuevo escenario ocasionado por la pandemia en toda la actividad turística, se hizo necesario reforzar el apoyo al sector por parte de la Fundació Visit València con una labor continua de monitorización e información, tanto en los primeros momentos de la crisis, como a lo largo de las siguientes etapas.

Inicialmente, al objeto de conocer el impacto del Covid-19 en la actividad turística y con anterioridad a la declaración del estado de alarma, se puso en marcha un plan de monitorización a través de sondeos periódicos a alojamientos turísticos, restaurantes, espacios de congresos, empresas MICE y centros de ocio y cultura.

El objetivo era conocer las cancelaciones que se iban produciendo y saber cómo estaban afectando a los diferentes subsectores turísticos y a los diversos mercados. Una vez declarado el Estado de alarma Visit València preparó un cuestionario diferente para evaluar el impacto de la nueva situación en las empresas y en el empleo. Este fue compartido con los miembros de los órganos de Gobierno y se envió a las empresas a finales de marzo.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Posteriormente, iniciada la desescalada, se agregó información en el Sistema de Inteligencia Turística para ayudar a comprender la evolución de la crisis sanitaria y turística. Para ello se publicaron informes de los mercados prioritarios con datos relevantes, información sobre la evolución de las búsquedas de vuelos a València y se monitorizó la evolución de la agenda de eventos de la ciudad, de manera que se pudiera comprender el impacto a medio y largo plazo en el mercado MICE, cultural y deportivo. En las siguientes etapas, la Fundación mantuvo esta labor de monitorización, ofreciendo información fiable y actualizada.

Desde el inicio de la crisis, la Fundación intensificó también esfuerzos para localizar la información de interés y trasladarla de manera sencilla, atender y orientar a las empresas en todo momento:

- Lanzó continuas notificaciones por correo electrónico sobre ayudas económicas relacionadas con COVID19 a nivel estatal, autonómico y municipal.
- Creó una web en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com) actualizada con cada una de las medidas aprobadas y otra relativa a las nuevas medidas de prevención, finalizado el Estado de Alarma.
- Apoyó a las empresas en la adecuación a las nuevas normas de funcionamiento y sellos de seguridad, atendiendo consultas particulares y con la organización del webinar 'Nuevo Marco de referencia para la reapertura de establecimientos y servicios turísticos'.
- Se ha reunido con el sector y otros agentes para elaborar [las Bases del Plan de Estímulo del Turismo](#).
- Asimismo, tras la presentación de las Bases, se habilitó una dirección específica para recibir aportaciones:
- Informe, a través del Consejo Municipal de Turismo, celebrado el 10 de junio, tanto del Plan como de las aportaciones recibidas al mismo. Del mismo modo, Visit València tomó decisiones económicas en beneficio del sector turístico valenciano, como las bonificaciones en el pago de la cuota de la Fundación.

---

## Relación con los socios o accionistas

[Balance Turístico 2019.PDF](#)

[Balance Turístico 2020.PDF](#)

A lo largo de 2019 la Fundación continuó articulando su actividad promocional en torno a un modelo de gestión organizado en programas de productos. De este modo incrementa el atractivo de las experiencias del turista en la ciudad, en colaboración y bajo la supervisión del sector empresarial y demás entidades y administraciones implicadas.

Durante el ejercicio se avanzó en todos los programas de producto, a través de grupos de trabajo en unos casos, y de sus asambleas y comités en otros: València Convention Bureau, VLC Gastronomía, Cultura y Ocio, València Film Office, VLC Cruises, VLC Sports, València Shopping, Unique València, València Medical Destination, Estudios y Naturaleza.

En 2020, según refleja el barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los efectos de la pandemia del Covid-2019 hicieron que el turismo mundial registrase su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%. Los destinos de todo el mundo recibieron mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido a un desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes.

València no fue ajena a este impacto. La ciudad encadenaba ejercicios con crecimientos en todos sus registros turísticos, cuando en marzo de 2020 el nuevo escenario rompió esa tendencia. Para hacer frente a esta situación, una de las prioridades en 2020 fue apoyar a las empresas turísticas valencianas y continuar haciéndolas partícipes del diseño de la estrategia turística. Para ello, se lanzó de forma coordinada con el sector el Plan de Estímulo al

## INFORME DE PROGRESO 2020

Turismo y se convocaron talleres para escuchar y consensuar los proyectos prioritarios a adoptar.

### Programas de Producto

#### València Convention Bureau (VCB)

El producto VCB reunió en febrero y julio de 2019 a su Comité Ejecutivo para hacer balance y revisión de las acciones a desarrollar en el primer y segundo semestre del ejercicio. Además, organizó una reunión con las Organizadoras Profesionales de Congresos (OPC's) del programa. En 2019, el producto VCB fue el más numeroso de la Fundación con 149 empresas adscritas.

En el terreno asociativo, en 2019 el València Convention Bureau presentó 53 candidaturas a congresos, con 60.000 delegados para 2020-2026 y se ganaron 21 congresos con más de 16.000 delegados. Asimismo, cabe destacar la candidatura y las visitas de inspección del festival WEBIT 2020, uno de los mayores eventos europeos; así como la celebración del Workshop internacional MCE South Europe.

En el ejercicio 2020, antes y después del confinamiento, el trabajo no cesó, debido a los amplios márgenes de tiempo con los que trabaja este segmento. La Fundación consiguió confirmar 11 eventos para el periodo 2021-23 con cerca de 9.000 delegados para la ciudad.

Otros hitos importantes fueron el Oro en los premios Best European Destination & People's Choice Destination de Events, y la posición 48 en el ranking ICCA a nivel mundial, con una subida de 44 puestos.

#### València Cultura y Ocio

Tras la reunión del grupo de trabajo en febrero de 2019, en la Asamblea de marzo se eligieron los miembros del Comité del programa y se constituyó formalmente el producto València Cultura y Ocio. José Luis Pérez Pont fue elegido presidente y se validaron las principales líneas de trabajo. Además, en junio se celebró la segunda reunión del Comité, en la que se aprobó la entrada de 43 nuevas adhesiones.

Cultura y Ocio contaba con 103 empresas asociadas y en 2019 se mantuvieron 72 reuniones con algunas de ellas. En marzo la promoción de la oferta cultural de la ciudad fue especialmente intensa, con las Fallas como principal atractivo. Asimismo, juntamente con el València Convention Bureau, impulsó y logró la candidatura de València para acoger los ED Awards, importantes premios europeos de diseño, de los que la ciudad será sede en junio de 2021.

También cabe destacar que desde el producto València Cultura y Ocio se apoyó la candidatura de València Capital del Diseño 2022, con atención en julio de la visita de inspección de esta candidatura, que ayudó a que finalmente València fuera designada capital. Ya en 2020, se firmó un convenio de colaboración con la Asociación de València Capital Mundial del Diseño 2022.

#### VLC Gastronomía

Dentro del producto Gastronomía, en febrero de 2019 tuvo lugar la tercera Asamblea del programa, en la que se presentó un balance desde su creación y el Plan Operativo para 2019, llegando a formar parte del programa 122 empresas.

Por lo que respecta a la agenda gastronómica, en 2019 se celebró la tercera edición del València Culinary Festival, con participación de 10 restaurantes y chefs invitados de Austria, Suecia o Italia. Como novedad, el 3 de marzo tuvo

## INFORME DE PROGRESO 2020

lugar la Noche de la Gastronomía Valenciana en Veles e Vents, una experiencia gastronómica de la mano de los mejores chefs de la ciudad capitaneados por Ricard Camarena.

Además, se celebraron las ediciones XX y XXI de València Cuina Oberta, en las que participaron 53 restaurantes de media, se sirvieron 14.700 menús y generó un impacto económico superior a los 530.000 euros, con un ticket medio de 36 euros por persona. Como novedad, se lanzó València Mar Oberta, un evento impulsado por la Asociación de Empresarios de la Marina, que proponía actividades combinadas de gastronomía y náutica a precios fijos. Tuvo dos ediciones, en mayo y agosto y Visit València apoyó ambas.

También se celebró en junio la III Semana de la Paella, con 19 participantes. La gestión de las reservas, así como la cobertura promocional y de comunicación, fue llevada a cabo por la Fundación.

Asimismo, Visit València impulsó la II edición del World Paella Day, que tuvo lugar el 20 de septiembre con una fiesta gastronómica en la Plaza del Ayuntamiento de València, con réplica en ciudades como Nueva York, Milán, Tokio o Londres, esta última de la mano de Quique Dacosta. Y durante el mes de noviembre se celebró la Feria Gastrónoma, en la que participó José Andrés, quien además recibió el reconocimiento por parte de la ciudad de València como Embajador Internacional de la Paella, con colaboración de la Fundación en esta acción.

Por último, en el apartado de productos Enogastronómicos, se articuló y comercializó, a través de canales propios, 10 actividades exclusivamente gastronómicas con las temáticas: Paella / Tours enológicos / Tapas. Durante los primeros meses de 2020, la agenda de VLC Gastronomía fue inagotable.

Además del lanzamiento de Fest/n conjuntamente con el producto Cultura y Ocio, como ya se ha mencionado; y de la colaboración en Clec Fashion Festival, junto con el producto Shopping, en los primeros meses del año la Fundación promocionó el Esmorzaret con una acción con medios y público final en Madrid Fusión y lanzó la cuarta edición del Valencia Culinary Festival, un evento dedicado a la alta cocina en el que 18 de los mejores restaurantes de la ciudad citaron en la ciudad a algunos de los chefs más destacados del panorama nacional e internacional. Especialmente destacada fue también la Noche de la Gastronomía Valenciana.

Durante el confinamiento y las etapas de desescalada, cabe destacar la creación de contenidos gastronómicos con recetas y propuestas de delivery o take away a los usuarios de la web de Visit València y las redes sociales, así como la gestión del blog gastronómico y contenidos durante la reapertura de terrazas y salas.

Para reactivar el consumo en los restaurantes de la ciudad, se lanzaron dos ediciones de València Cuina Oberta, del 16 al 26 de julio y del 19 al 29 de noviembre, con sendos premios para el Menú Modo València ON para las creaciones más sostenibles. Entre ambas ediciones se comercializaron más de 12.000 menús, con un impacto estimado de más de medio millón de euros.

En septiembre se organizó el World Paella Day, que se celebró en más de 40 países, desde Argentina a China o Australia, pasando por la práctica totalidad de países europeos; con un original video subtulado en 10 idiomas que logró ser tendencia en redes sociales. Además, se lanzó la primera World Paella Day CUP, que se retransmitió desde Mestalla y tuvo gran repercusión en medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales, con un impacto estimado de más de un millón de euros.

Visit València también apoyó la celebración de Mediterránea Gastrónoma, con una 'restaurant week' paralela en la que participaron más de 20 restaurantes asociados.

### VLC Sports

## INFORME DE PROGRESO 2020

En Turismo Deportivo, en este ejercicio se constituyó el Comité Ejecutivo y se eligió como presidente a José Pablo Vázquez, de Viajes Transvía. El producto contaba con 50 empresas adscritas.

Como ya se ha resaltado en este informe, para poner en valor el compromiso de la Fundació Visit València en materia de Derechos Humanos, en 2020 una de las principales acciones en las que trabajó el producto de VLC Sport fue la candidatura para acoger los Gay Games en 2026, cuya presentación lideró la Fundación, junto a otras instituciones. Gracias al trabajo realizado, València pasó el corte y se convirtió en una de las tres ciudades finalistas a acoger este evento.

### València Medical Destination

Tras presentarse al grupo de trabajo el Plan de Acciones de 2019, su presupuesto y cerrarse las cuotas del programa, en julio se constituyó el Comité del mismo y en septiembre se culminó el proceso de constitución con la elección de Ricardo Seguí de VITAS Virgen del Consuelo como presidente.

El programa tiene 12 empresas vinculadas. También este año se realizó la presentación del programa València Medical Destination. Este programa mantiene una estrecha colaboración con el ICEX y su sección de Sanidad, desde donde se están realizando y planificando acciones tanto directas como inversas de turismo sanitario. En 2020, se produjo un tríptico bilingüe español/inglés con los miembros del programa València Medical Destination, que se distribuyó hoteles, oficinas turísticas y durante FITUR.

También se actualizaron los contenidos e imágenes de los miembros del programa en el apartado web València Medical Destination y se tradujo al inglés y francés. Durante los meses de confinamiento, se recibieron diversas peticiones de cotizaciones de tratamientos o intervenciones que fueron derivadas a los miembros del programa más apropiados. El programa también renovó su Comité y eligió nuevo presidente del mismo.

### València Shopping

Por lo que respecta al Shopping, en 2019 se celebraron dos reuniones del comité del programa y eran 55 las empresas asociadas. La Fundación trabajó para dar visibilidad a los comercios valencianos con la empresa Play&Go, que ejecutó la APP Fallas 2019, en la cual aparecían ubicados los comercios adheridos al programa València Shopping.

Además, se editó un plano monográfico de Shopping que se distribuyó tanto en las oficinas de turismo como en los principales hoteles de la ciudad y en las acciones promocionales de la Fundación. Para finalizar, en junio se lanzó el producto Made in València, por medio del cual se ha trabajaron dos líneas: por un lado, la creación de una ruta semanal de compras para visitar tres comercios del programa, visita guiada y bilingüe en español e inglés; y, por otro lado, la creación de experiencias para realizar en los comercios como catas, talleres, demostraciones de producto, etcétera.

En 2020, durante las distintas fases del confinamiento, al igual que los productos de Cultura y Gastronomía, se generaron contenidos para web y redes sociales animando al consumo online en campañas como el Día de la Madre. Y, posteriormente, se adaptaron los contenidos web a la nueva situación, con información sobre las aperturas en las diferentes fases. También se reactivó la Ruta Shopping Made in València, con la necesaria readaptación de horarios y recorridos. Esta visita guiada fue una de las que se ofreció como promoción especial dentro de las acciones del Día Mundial del Turismo.

Por otro lado, la Fundación se reunió virtualmente con las asociaciones que están en este programa para presentar el proyecto de la nueva **Tarjeta València ON**, animándoles a participar. Además, se continuó trabajando en la

## INFORME DE PROGRESO 2020

incorporación de nuevos miembros al programa y, fruto de las necesidades derivadas de la situación, se crearon dos nuevas categorías de asociados dentro del programa, para dar cabida a comercios artesanos y profesionales que ofrecen servicios, como asesoramiento y formación para retail, que fueran de utilidad para los miembros del mismo.

### Unique València

En esta nueva marca se creó a finales de 2019 para englobar experiencias que pueden realizarse en València de forma única. Durante 2020 se mantuvo una actividad constante en los soportes creados para promocionar esta marca, creando contenidos para el blog de la web [uniquevalencia.com](http://uniquevalencia.com) y trabajando sus perfiles en redes sociales, especialmente Instagram y Facebook.

Se continuó actualizando la web, además de habilitar una zona privada los asociados y se realizaron diversos reportajes audiovisuales para el contenido de los soportes de este programa. Idiomático y de aprendizaje Respecto al producto de estudios, se convocó al grupo de trabajo del producto, que se constituirá en 2021, para empezar a definir su estrategia.

### Urban Tourism Trends

Con el objetivo de crear un lugar de encuentro en el que debatir los principales retos del turismo urbano y las claves de los nuevos modelos que están surgiendo o deberían implantarse, la Fundación Visit València lanzó en diciembre de 2017 el Foro Urban Tourism Trends.

Con la participación de algunos de los principales actores turísticos del panorama nacional en materia de gestión, promoción, marketing, comunicación, tecnología o formación, el #UrbanTTValencia es una excelente oportunidad para conocer las últimas tendencias, analizar las mejores prácticas, innovar y mejorar compartiendo experiencias.

Las jornadas se desarrollan con conferencias, debates y mesas redondas en sesiones matutinas, para debatir de forma positiva y constructiva sobre el turismo en la ciudad.

En todas las jornadas se contó con la participación y reflexión de profesionales de los medios de comunicación. Los periodistas juegan un papel fundamental como termómetro de la opinión pública y publicada, y su capacidad de influencia los convierte en partners imprescindibles para el desarrollo de las sociedades y su economía, y en la generación de opinión en torno al turismo.

Jornadas 2019 -2020:

#### **Inteligencia para el sector turístico valenciano. 10 de abril de 2019**

Ponentes:

Miquel Nieto, Industry lead en LUCA - unidad global de negocio de Big Data e Inteligencia Artificial de Telefónica

Laura Rodríguez, vicepresidenta Analytics en Forwardkeys

Álex Linde, ceo y cofundador en Travelest

#### **Turismo deportivo. Retos y oportunidades para el sector local. 25 de septiembre de 2019**

Ponentes:

Debbie Abraham, directora de operaciones de Inspiresport

José Puentes, director de Operaciones y Relaciones Institucionales del Valencia Basket

Eduardo Martínez, director gerente de Ascentium y director del Ironman Vitoria-Gasteiz

## INFORME DE PROGRESO 2020

Joaquín Ríos, socio y director de Tennium  
Sandra Düster, directora comercial del Resort Oliva Nova Golf

### **Mercado alemán. Cómo aprovechar a un cliente de calidad. 20 de noviembre 2019**

Ponentes:

Arturo Ortiz, consejero de Turismo de la Oficina Española de Turismo en Berlín  
Julia Hillen, directora general para España y Portugal de Lufthansa  
Matthias Sorke, gerente del área España, América Latina y África del sur del turoperador Studiosus  
Dorothea Hohn, directora de Global Communications Experts

### **Cómo aprovechar los rodajes en los destinos turísticos. 10 de marzo de 2020**

Ponentes:

Ángeles Vacas, Coordinadora de Madrid Film Office  
Piluca Querol, directora de Andalucía Film Commission  
Adriana piquet, directora general de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario de España (APCP)  
Lorena Lluch, productora de Filmeu, miembro de APPA y presidenta de Avant  
Denis Pedregosa, productor de Babioka Films y Miembro de Profilm

### **Nuevo marco de referencia para la apertura de establecimientos y servicios turísticos. 27 de mayo de 2020**

Ponentes:

Emiliano García, concejal de Turismo del Ayuntamiento de València  
Fernando Fraile, director general del Instituto de Calidad Turística de España  
Herick Manuel Campos, director general de Turismo de la Generalitat Valenciana

# GRUPO DE INTERÉS Administración

### Contratos transparentes con la administración pública

La Fundación Visit València, en materia de contratación pública y habida cuenta de que se trata de una Fundación con aportación mayoritaria del Ayuntamiento de València, forma parte del sector público local con la consideración de poder adjudicador a efectos de la aplicación de la legislación en materia de contratación pública. En este sentido es de aplicación la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP). 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.

---

#### Normativa Vigente - Política

Aplicación Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP).

#### Sistema de Gestión de Integridad y Transparencia - Acción / Proyecto

Plan 11.5 Programa de Transparencia (Estrategia IV. Gobernanza Transparente, Eficiente y colaborativa) Portal de Transparencia de gestión y resultados , de f SIGIT

#### Medidas adoptadas para prevenir la corrupción - Acción / Proyecto

Manual de Contratación:

La Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) hace conveniente la elaboración de un “manual de contratación” interno, explicativo y a efectos organizativos adaptado a las nuevas exigencias y modificaciones previstas en la LCSP, en el que se contemplen todos aquellos aspectos necesarios para llevar a cabo la tramitación de los expedientes de contratación, con pleno respeto a los principios que inspiran la contratación del sector público. Los contratos que celebre VISIT VALÈNCIA se calificarán según su objeto en contratos de obras, concesión de obras, concesión de servicios, suministro, y servicios atendiendo a las definiciones contenidas en los artículos 13 a 17 de la LCSP.

Aquellos contratos que celebre VISIT VALÈNCIA que contengan prestaciones correspondientes por razón de su objeto a otro u otros contratos de distinta clase, tendrán la consideración de contratos mixtos. En este sentido, para la determinación de las normas que regirán la adjudicación de los contratos mixtos que comprendan prestaciones propias de dos o más contratos de obras, suministros o servicios, se atenderá al carácter de la prestación principal. Por su lado, en el caso de los contratos mixtos que comprendan en parte servicios y en parte suministros, o en parte servicios especiales del anexo IV de la Ley, y en parte otros servicios, el objeto principal de los mismos se determinará en función de cuál sea el mayor de los valores estimados de los respectivos servicios o suministros.

Los contratos que celebre VISIT VALÈNCIA tendrán la consideración de contratos privados, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 26. b) de la LCSP, al tratarse de contratos celebrados por entidades del sector público que siendo poder adjudicador no reúne la condición de Administración Pública.

Dichos contratos se regirán:

## INFORME DE PROGRESO 2020

i. En cuanto a su preparación y adjudicación por la LCSP y sus disposiciones de desarrollo, aplicándose supletoriamente las restantes normas de derecho privado.

ii. En cuanto a sus efectos y extinción, por las normas de derecho privado, siéndoles igualmente de aplicación lo dispuesto en los artículos 201 de la LCSP sobre obligaciones en materia medioambiental, social o laboral; 202 sobre condiciones especiales de ejecución; 203 a 205 sobre supuestos de modificación del contrato; 214 a 217 sobre cesión y subcontratación; y 218 a 228 sobre racionalización técnica de la contratación; así como las condiciones de pago establecidas en los apartados 4.º del artículo 198, 4.º del artículo 210 y 1.º del artículo 243 de la LCSP.

Podrá interponerse el recurso especial en materia de contratación contra los actos a los que se refiere el artículo 44 de la LCSP (anuncios de licitación, actos de trámite en el procedimiento de adjudicación, pliegos de condiciones, modificaciones de contratos...) adoptados por VISIT VALÈNCIA, siempre que ellos se refieran a contratos de obras cuyo valor estimado sea superior a tres millones de euros (3.000.000 €), o a contratos de suministro y servicios, cuyo valor estimado sea superior a cien mil euros (100.000 €).

Los actos que no sean susceptibles de ser impugnados mediante recurso especial en materia de contratación se impugnarán en vía administrativa de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

La preparación y adjudicación de los contratos celebrados por VISIT VALÈNCIA estará sometida a los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 61 de LCSP, así como los propios Estatutos, la representación de VISIT VALÈNCIA para la celebración de los contratos incluidos en el ámbito de aplicación de la LCSP, será ejercida por el Director Gerente, quien asumirá la condición de Órgano de Contratación. No obstante, para la celebración de los contratos menores, dicha facultad, autorizada ante notario, podrá ser ejercida por el Subdirector General.

El Órgano de Contratación podrán asistirse de una Mesa de Contratación, constituida por el Subdirector, el Jefe de Área que motive el objeto de contratación y por el titular de la Jefatura del Área Jurídica, que actuará como secretario de la misma, con voz, pero sin voto. Las causas de abstención y recusación de los componentes de la Mesa de Contratación serán aquellos previstos en el artículo 23.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Los componentes de la mesa de Contratación, o cualquier otra persona participante en el procedimiento de contratación actuarán según los principios de: no intervención si existe conflicto de intereses, imparcialidad y objetividad, buena administración, confidencialidad y discreción, además de trato con atención y respeto a todas las entidades y empresas interesadas en el procedimiento.

Visit València publicará la información relativa a su actividad contractual en el perfil del contratante ubicado en la Plataforma de Contratación del Sector Público. Los contratos celebrados por VISIT VALÈNCIA tendrán un objeto determinado, sin que puedan fraccionarse con la finalidad de disminuir su cuantía y eludir así los requisitos de publicidad o los relativos al procedimiento de adjudicación que en cada caso corresponda.

En este sentido, siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes. La duración de los contratos celebrados por VISIT VALÈNCIA deberá establecerse teniendo en cuenta la naturaleza de las prestaciones, las características de su financiación y la necesidad de someter periódicamente a concurrencia la realización de las mismas.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Solo podrán contratar con VISIT VALÈNCIA las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no se hallen comprendidas en alguna de las circunstancias previstas en el artículo 71 de la LCSP (prohibición de contratar), y acrediten su solvencia económica, financiera y técnica o profesional de conformidad con lo previsto en el correspondiente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Para celebrar contratos con VISIT VALÈNCIA, los licitadores deberán acreditar estar en posesión de las condiciones mínimas de solvencia económica y financiera y profesional o técnica que se determinen en el correspondiente Pliego. A este respecto deberá tenerse en cuenta que cuando el contratista sea una empresa de nueva creación, entendiéndose por tal aquella que tenga una antigüedad inferior a cinco años, en ningún caso podrá exigirse para la acreditación de su solvencia técnica, medios vinculados con la experiencia en la ejecución de un número determinado de prestaciones relacionadas con el objeto del contrato.

La inscripción en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público acreditará frente a VISIT VALÈNCIA en todo caso, a tenor de lo en él reflejado y salvo prueba en contrario, las condiciones de solvencia económica y financiera del empresario. De conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la LCSP, VISIT VALÈNCIA podrá exigir la constitución por parte de los licitadores de una garantía provisional que responda del mantenimiento de sus ofertas por el importe que expresamente se indique en el correspondiente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, el cual no podrá ser superior al 3 % del presupuesto base de licitación (IVA excluido).

Igualmente, según lo dispuesto en el artículo 107 de la LCSP, podrá exigirse al licitador que hubiera presentado la mejor oferta la constitución, dentro del plazo de diez días hábiles desde que sea requerido para ello por el Órgano de Contratación, una garantía definitiva por valor del importe que expresamente se indique en el Pliego.

Por lo que respecta a los **contratos menores** se exige la elaboración de un Informe de Necesidad-Propuesta de Contratación, debidamente registrado en el programa de gestión interno (SIGIT), que justificara, tanto que no se está alterando el objeto del contrato para evitar la aplicación de las reglas generales de contratación como que el contratista no ha suscrito más contratos menores que, individual o conjuntamente, superen el importe total de contrato menor.

Asimismo, aquellos contratos que superen los 3.000 deberán contar con al menos tres presupuestos de empresas capacitadas para la realización del objeto del contrato. Las propuestas de los proveedores deben remitirse únicamente a la dirección [presupuesto@visitvalencia.com](mailto:presupuesto@visitvalencia.com), siendo descartada cualquier propuesta dirigida directamente o en copia a otro miembro de la Fundación.

El Subdirector General, en su condición de Órgano de Contratación, deberá autorizar el gasto en SIGIT y firmar el Informe de Necesidad-Propuesta de Contratación. De conformidad con lo establecido en el artículo 145 de la LCSP, la adjudicación se realizará utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio, la cual se evaluará con arreglo a criterios económicos y cualitativos entre los cuales podrán incluirse aspectos medioambientales o sociales, vinculados al objeto del contrato.

El Órgano de Contratación de VISIT VALÈNCIA deberá establecer en los Pliegos los parámetros objetivos en virtud de los cuales se entenderá que las ofertas presentadas no pueden ser cumplidas por ser consideradas anormalmente bajas. El Órgano de Contratación de VISIT VALÈNCIA podrá establecer en los Pliegos de Cláusulas Administrativas Particulares criterios de adjudicación específicos para el desempate en los casos en que, tras la aplicación de los criterios de adjudicación, se produzca un empate entre dos o más ofertas.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Dichos criterios de adjudicación específicos para el desempate deberán estar vinculados al objeto del contrato y se referirán a:

- a) Proposiciones de empresas de inserción.
- b) Ofertas de entidades reconocidas como Organizaciones de Comercio Justo para la adjudicación de los contratos que tengan como objeto productos en los que exista alternativa de Comercio Justo.
- c) Proposiciones presentadas por empresas que incluyan medidas de carácter social y laboral que favorezcan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

En defecto de previsión en los pliegos, deberán aplicarse por orden los siguientes criterios sociales:

- a) Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla de cada una de las empresas,
- b) Menor porcentaje de contratos temporales en la plantilla de cada una de las empresas.
- c) Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada una de las empresas.
- d) El sorteo, en caso de que la aplicación de los anteriores criterios no hubiera dado lugar a desempate.

La adjudicación de los contratos que se liciten por VISIT VALÈNCIA se llevará a cabo, según corresponda, por uno de los siguientes procedimientos:

1. Procedimiento abierto
2. Procedimiento abierto simplificado
3. Procedimiento abierto súper simplificado
4. Procedimiento restringido
5. Procedimiento negociado
6. Diálogo Competitivo
7. Asociación para la innovación

La adjudicación deberá dictarse en todo caso, siempre que alguna de las ofertas presentadas reúna los requisitos exigidos en el Pliego de cláusulas administrativas particulares, no pudiendo en tal caso declararse desierta la licitación.

VISIT VALÈNCIA podrá celebrar acuerdos marco con una o varias empresas con el fin de fijar las condiciones a que habrán de ajustarse los contratos que vaya a adjudicar durante un determinado periodo de tiempo, que no podrá exceder de cuatro años salvo casos excepcionales, debidamente justificados.

La duración del acuerdo marco deberá justificarse en el expediente y tendrá en cuenta, especialmente, las peculiaridades y características del sector de actividad a que se refiere su objeto. La duración de los contratos basados en un acuerdo marco será independiente de la duración del acuerdo marco, y se regirá por lo previsto en el artículo 29 de la LCSP, relativo al plazo de duración de los contratos y de ejecución de la prestación, a los que se refiere el apartado 14 del presente Manual, así como por los pliegos reguladores del acuerdo marco.

En el plazo de los tres meses siguientes a su formalización, VISIT VALÈNCIA deberá remitir a la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana una copia certificada de aquellos contratos cuyo precio de adjudicación exceda de los importes siguientes, acompañada de un extracto del expediente del que se deriven:

- Obras y Acuerdos Marco > 600.000 €
- Suministros >450.000 €
- Servicios >150.000 €

Serán objeto de remisión a la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana:

## INFORME DE PROGRESO 2020

- a) Una copia certificada y el extracto del expediente de los contratos basados en un acuerdo marco y a los contratos específicos celebrados en el marco de un sistema dinámico de adquisición, siempre que el precio de adjudicación del contrato exceda en función de su naturaleza de las cuantías señaladas en el citado párrafo.
- b) Una relación del resto de contratos celebrados incluyendo los contratos menores, excepto aquellos que siendo su importe inferior a cinco mil euros se satisfagan a través del sistema de anticipo de caja fija o sistema similar para realizar pagos menores, donde se consignará la identidad del adjudicatario, el objeto del contrato y su cuantía. Dichas relaciones se ordenarán por adjudicatario. Esta remisión podrá realizarse directamente por vía electrónica a través de la Plataforma de Contratos del Sector Público.
- c) Las modificaciones, prórrogas o variaciones de plazos, las variaciones de precio y el importe final, la nulidad y la extinción normal o anormal de los contratos indicados.

El Órgano de Contratación de VISIT VALÈNCIA deberá designar un responsable del contrato al que corresponderá supervisar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada, dentro del ámbito de facultades que aquellos le atribuyan. El responsable del contrato podrá ser una persona física o jurídica, vinculada a la entidad contratante o ajena a él. El contratista tendrá derecho al abono del precio convenido por la prestación realizada en los términos establecidos en su oferta, siendo estos vinculantes en caso de aceptación.

VISIT VALÈNCIA efectuará el pago del precio de conformidad con lo establecido en el artículo 198 de la LCSP debiendo abonar el precio dentro de los treinta días siguientes a la fecha de aprobación de las certificaciones de obra o de los documentos que acrediten la conformidad con lo dispuesto en el contrato de los bienes entregados o servicios prestados.

### **Auditorías - Herramienta de Seguimiento**

En 2019, la Fundación mantuvo una gobernanza abierta y colaborativa, con la puesta en marcha de nuevos programas de Producto y una estrecha colaboración con todas las áreas del Ayuntamiento implicadas y otras administraciones e instituciones vinculadas al turismo.

En relación al marco institucional, la Fundación continuó colaborando con el Servicio de Turismo y en la dinamización de la Comisión de Coordinación Turística Municipal. En este sentido, colaboró con el Servicio en la preparación de la Comisión que tuvo lugar en marzo.

Del mismo modo, impulsó, junto con la Regidoría de Turisme, la primera convocatoria del Consejo Municipal de Turismo, realizada en abril, en la que quedó constituido y que contó con la asistencia de los principales actores públicos y privados del ámbito turístico. En ella se propuso la creación de la Comisión de Seguimiento del Observatorio de Ocio y Turismo y de la Comisión de Sostenibilidad Urbana, que serán renovadas con el nuevo Consejo y en las que la Fundación estará presente. Desde Visit València también se propusieron expertos para la formación de vocalías.

Visit València también participó en la última reunión del grupo de trabajo creado por la FVMP para la elaboración del Estatuto de Municipio Turístico que tuvo lugar en abril.

También se mantuvo una estrecha colaboración tanto con Turisme Comunitat Valenciana, con la que se desarrollaron numerosas acciones en el marco del convenio anual por el que en 2019 la Fundación recibió 350.000 para acciones de marketing, así como con Turespaña, con quien la Fundación se apoya de forma constante en sus acciones promocionales

## INFORME DE PROGRESO 2020

en el exterior y muy especialmente en las acciones internacionales del World Paella Day. Colaboraciones que se extienden también al Patronato de Turismo de la Diputación de València.

En 2020, mes a mes, la Fundación explicó toda su actividad a lo largo de la pandemia a los grupos políticos cuando así fue requerido, canalizando preguntas desde las diferentes comisiones de trabajo y los plenos. En total, se dio respuesta a 31 preguntas formuladas desde las diferentes Comisiones creadas en el Ayuntamiento, principalmente provenientes de la Comissió Informativa D'hisenda, Coordinació Jurídica, Inspecció General, Desenvolupament Innovador dels Sectors Econòmics IOcupació, a 25 preguntas formuladas por los grupos de la oposición en el Pleno del Ayuntamiento y a tres mociones.

También se fomentó la participación social a través de la convocatoria de un pleno del Consejo Municipal de Turismo y de la consulta que se le hizo para realizar aportaciones al Plan de Estímulo al Turismo. Desde el Consejo, igualmente, se dio apoyo a las reuniones de la Comisión Permanente del Consejo Municipal de Turismo, de la Comisión de Sostenibilidad y de la de Apartamentos Turísticos. Todo ello repercute en una adecuada integración del turismo en la sociedad, mejorando su conocimiento y aceptación.

También destaca la incorporación de Turisme Comunitat Valenciana y del Patronato de Turismo de la Diputación de València a los órganos de gobierno de la Fundación, incrementando la coordinación y la colaboración entre las tres administraciones.

Además, se elaboró una memoria para solicitar a la Generalitat que València fuera considerada **Municipio Turístico**, de acuerdo a los criterios y obligaciones que establecía el nuevo Estatuto y participamos en un estudio de la Diputación de Valencia sobre el desarrollo de los municipios de la Provincia de Valencia en la etapa Post-COVID-19, el cual está dividido en tres partes: Social, Laboral y Turismo.

### Comisión interna de control o comité ético - Herramienta de Seguimiento

2019 -

Indicadores de desarrollo de negocio:

% ingresos fundacionales sobre presupuesto: 54,1% (-3%)

% ingresos mercantiles + otros ingresos sobre presupuesto: 45,9% (+4%)

2020 Indicadores de desarrollo de negocio.

Por motivo de la Covid-19, y el fuerte impacto de la misma en el sector turístico valenciano, Visit València exonera a las empresas asociadas del pago de la cuota anual.

% ingresos fundacionales sobre el presupuesto: 84.28%

% ingresos mercantiles + otros ingresos sobre presupuesto: 15,72%

---

## Alianzas con administraciones públicas

La 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. 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.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Asimismo, se procedió a modificar la denominación de la Fundación, pasando a “Fundación Visit Valencia de la Comunitat Valenciana”. 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 ha procedido a modificar el artículo 1 sustituyendo la denominación de la Fundación a “Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana”.

---

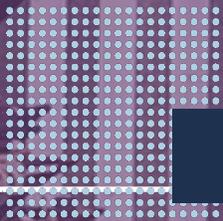
### **Alianzas para el uso de nuevas tecnologías - Acción / Proyecto**

Para compartir inteligencia y contar con las mejores fuentes de información, durante los ejercicios de 2019 y 2020, 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.

---

# GRUPO DE INTERÉS Comunidad



### Alianzas entre empresas y tercer sector

---

#### Código Ético / Conducta - Política

Visit València se suma a la iniciativa de Turisme Comunitat Valenciana y firma el "Código Ético del Turismo Valenciano. Por un turismo responsable y sostenible" el 6 de noviembre de 2017. Dicho Código constituye una adaptación del Código Ético Mundial para el Turismo realizada a partir de los rasgos propios de nuestra cultura e identidad, organizados desde los principios rectores de un turismo sostenible, capaz de dar razón de sus impactos económicos, sociales y medioambientales, y de acuerdo con los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Esta adhesión nos compromete, junto a Turisme Comunitat Valenciana y el resto de entidades y destinos del territorio adheridos, en la construcción de una voluntad común, en la corresponsabilidad de todos los agentes y de la sociedad valenciana en su conjunto en el logro de un turismo sostenible y responsable.

Al respecto de las administraciones locales, el Código Ético del Turismo Valenciano especifica que "la cercanía y vecindad de las relaciones constituyen factores esenciales para el desarrollo de la hospitalidad y para la generación de confianza. De ahí la importancia de los municipios y espacios turísticos para crear ámbitos de interacción donde se potencie la conducta hospitalaria, así como para convertir el territorio en espacios de coordinación y colaboración efectiva entre el resto de actores.

Con este fin, los municipios y espacios turísticos se comprometen a:

1. Colaborar con la Administración autonómica para que el turismo constituya un motor de desarrollo sostenible, promoviendo los derechos humanos y, en especial, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores, las personas con diversidad funcional y las minorías étnicas.
2. Planificar y gestionar la oferta turística para que sea capaz de integrar en su actividad nuestra lengua y cultura, así como proteger y valorar nuestro patrimonio artístico, etnológico y paisajístico, de forma que no conduzca a su desaparición o empobrecimiento.
3. Promover la formación y comunicación necesarias para que los agentes del desarrollo turístico conozcan sus propios recursos y adquieran las competencias necesarias para una acogida hospitalaria de los turistas. De igual forma se potenciará que la ciudadanía participe, a través de asociaciones de vecinos o de federaciones, en desarrollo de la hospitalidad con sus acciones de acogida, respeto y tolerancia hacia los turistas.
4. Procurar que las políticas turísticas se organicen de modo que contribuyan al desarrollo económico sostenible y equitativo de la población, luchando contra la estacionalidad y estableciendo las cláusulas sociales necesarias para el fomento de los valores del presente Código.
5. Procurar el cumplimiento de los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas, por sus condiciones laborales y salariales, limitando en todo lo posible la estacionalidad y precariedad de su empleo.
6. Respetar el medio ambiente y los recursos naturales, favoreciendo e incentivando todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y reducir la producción de desechos, fomentando un turismo respetuoso con nuestro patrimonio natural y

## INFORME DE PROGRESO 2020

paisajístico.

7. Distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos turísticos, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local, favoreciendo un turismo que permita el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las vacaciones.

8. Procurar la compatibilidad del desarrollo de las actividades turísticas con la mejora de la calidad de vida de la población local y el respeto a su derecho de residencia, tranquilidad y descanso, impidiendo toda conducta que perturbe la forma de vida tradicional de los pueblos y territorios valencianos.

9. Dedicar los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de este patrimonio.

10. Establecer los canales de comunicación necesarios para que los diferentes grupos de interés puedan plantear mejoras y alertar del incumplimiento de los valores y normas del presente Código, así como de las malas prácticas que observen, estableciendo mecanismos que conduzcan a su progresiva erradicación."

### **Política de Desarrollo Sostenible - Política**

Estrategia de IV del Plan Estratégico València 2020. Gobernanza Transparente, eficiente y colaborativa.

En esta materia se destaca el Plan 10, Nuevo marco institucional para la gestión responsable del destino. Compromiso y colaboración, en el que se establece como programa de acción el "Desarrollo de una estructura institucional a favor del turismo".

Asimismo, el Plan 11 - Gestión eficiente, transparente y participativa- incluye un programa vinculado al ODS 11 en entorno empresarial (programa 11. Mayor protagonismo empresarial en la gestión).

### **Colaboraciones con ONG's - Acción / Proyecto**

Colaboración con Casa Caridad, entre otras organizaciones sin ánimo de lucro, en el World Paella Day. Propuesta de donativo/ colaboración.

## Compromiso por los derechos humanos

---

### **Sensibilización en materia de derechos humanos - Acción / Proyecto**

#### **VLC Sports**

Una de las principales acciones en las que trabajó la Fundación en 2020 fue la candidatura para acoger los Gay Games en 2026, cuya presentación lideró, junto a otras instituciones. Así, realizó un gran número de reuniones y entrevistas, y generó nuevas creatividades, audiovisuales y gestiones para dar visibilidad a esta candidatura en redes sociales.

Gracias al trabajo realizado, València pasa el corte y es una de las tres ciudades finalistas a acoger este evento.

### **Mitigación y prevención de riesgos - Acción / Proyecto**

## INFORME DE PROGRESO 2020

La Fundació Visit València, estuvo durante los dos ejercicios de 2019 y 2020 a disposición del grupo de trabajo del Ayuntamiento y Generalitat de Alojamiento Turístico, creado para gestionar adecuadamente la oferta de alojamiento turístico ante el riesgo de gentrificación y deterioro de la experiencia del visitante.

Además, durante este periodo ha apoyado las reuniones de la Comisión Permanente del Consejo Municipal de Turismo, de la Comisión de Sostenibilidad y de Apartamentos Turísticos.

## Contribución de la empresa al desarrollo local

---

### Política de Desarrollo Sostenible - Política

Plan 1. Desarrollo de Programa de Productos. Los Programas de Producto apoyan y articulan adecuadamente el conjunto de recursos, servicios y empresas que conforman la oferta en cada uno de los segmentos. Asimismo, se diseñan e implementan estrategias y modelos de gestión que los hagan crecer y consolidarse, atrayendo nuevos segmentos de demanda con mayor capacidad de gasto y de desestacionalización.

Entre otros objetivos, el desarrollo de Programas de Producto:

- Ampliar las opciones de consumo de los visitantes, aumentando el gasto medio y la rentabilidad de la actividad turística en las empresas
- Incrementar la colaboración y la participación de los distintos actores en la gestión del destino, a través de su implicación, en aquellos programas que más interesan a su actividad, proporcionándoles mayores retornos y generando un mayor nivel de corresponsabilidad y sentido de pertenencia a la Fundación Visit València.

### Acciones para el fomento del desarrollo local - Acción / Proyecto

#### PLAN ESPECIAL DE PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN DE VALÈNCIA COMO DESTINO TURÍSTICO URBANO

Con el objetivo de minimizar al máximo el impacto de la COVID19 en el sector turístico Visit València implanta una serie de medidas para reducir los gastos de las empresas del sector, como la disminución de la cuota de asociados y el adelanto del pago de facturas a los proveedores, así como medidas concretas para reactivar la actividad turística en la ciudad, siempre que la realidad sanitaria lo ha permitido.

El Plan de reactivación turística cuenta con unas líneas de actuación definidas que se ajustarán, tanto a las necesidades de los Programas de Producto como a los mercados, en el momento de su implementación. En este sentido, es importante destacar, que el ajuste se realizará teniendo en cuenta, no solo el escenario de la ciudad de València, y su área de influencia, sino también el estado y el impacto que esta crisis sanitaria haya tenido en los principales mercados estratégicos de València.

Visit València considera clave disponer de la mayor información posible para definir una imagen clara del estado de nuestros principales mercados para que las acciones en cada uno de ellos sean efectivas. En esta misma línea, se realiza durante 2020 un seguimiento exhaustivo de la actividad MICE, el segmento turístico de mayor rentabilidad, con el objetivo de replantear la agenda de eventos del tercer cuatrimestre del año para que se reduzcan las cancelaciones y el mayor número de eventos posibles sea aplazado.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Algunas de las acciones previstas en el plan son: intensificar la actividad promocional colaborando con los principales operadores del sector, como aerolíneas y turoperadores, en los mercados prioritarios; incrementar la visibilidad de la ciudad en portales y medios de comunicación estratégicos; reforzar la actividad en redes sociales, así como lanzar una campaña específica para el turismo de congresos, eventos e incentivos, de cara a reactivar este segmento turístico.

El sector empresarial ha insistido en “seguir reforzando a medio y corto plazo las medidas específicas de apoyo a la actividad turística y su sector”. Debido a la particularidad del ejercicio 2020, para ajustarse a la realidad del año y los efectos de la pandemia, la Fundación reforzó una línea de trabajo orientada a fomentar el consumo turístico entre residentes y el entorno de proximidad. Buscaba así invitarles a redescubrir València haciendo turismo en su propia ciudad.

Se lanzó una tarjeta de descuentos para residentes similar a la València Tourist Card, con entrada gratuita o descuentos en establecimientos culturales, museos, monumentos, espacios de ocio, tiendas y restaurantes de València y provincia, la Tarjeta València ON. Impulsada por Visit València y València Turisme, es una tarjeta virtual y gratuita y pueden acceder a ella todos los residentes mayores de edad empadronados en la provincia. Al cierre de 2020 la Tarjeta València ON contaba ya con 17.000 usuarios y más de 200 puntos de utilización entre la ciudad y la provincia. La Fundación realizó todo el trabajo de activación de los puntos de utilización, activación del back office y programación web con toda la información necesaria para el usuario. La tarjeta se gestiona a través de una APP con códigos QR.

### Comunicación del Plan de Reactivación - València Modo On

Para mantener la intensidad de la actividad promocional de la Fundación, en 2020 hubo que realizar un importante tránsito hacia las acciones online. El esfuerzo y las actividades desarrolladas contribuyeron al posicionamiento de València. El lanzamiento de la Tarjeta València ON fue acompañado por una campaña de comunicación líquida, muy flexible, que permitía adaptarse a las distintas fases de la desescalada y a la posterior vuelta a la normalidad.

En ella se destacaban además de los rasgos identitarios de la ciudad, la seguridad y la confianza en el destino para poder disfrutar en ella con todas las garantías. Bajo el slogan ‘Modo València ON’ y a través de diferentes creatividades, se buscó activar el turismo en la ciudad y colaborar con el sector empresarial local en la generación de negocio, siempre con un mensaje de seguridad, y posicionar València como destino atractivo, accesible y seguro, donde sentirse bien y disfrutar de su estilo de vida mediterráneo y abierto. La campaña incluía un vídeo y piezas centradas en activar el modo responsable, el modo gastronomía, el modo cultura, el modo redescubrir la ciudad, el modo deporte, el modo sentirse bien...

La Fundación adaptó con esta imagen en diferentes idiomas la web [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com) y creó nuevos contenidos y planes a medida para las fases que se fueron sucediendo a lo largo del año. En ella se podían encontrar desde rutas de running alternativas, alejadas de los circuitos habituales; restaurantes que ofrecen servicio a domicilio o para llevar; curiosidades de València para contar a los niños en los paseos diarios; nuevos espacios peatonales; o rutas a pie por diferentes barrios.

### Identidad y posicionamiento de marca

En 2020, la Fundación trabajó en dos líneas en cuanto a la gestión de la marca. Se terminó de perfilar la licitación de la estrategia digital, que incluye la Big Idea; y se avanzó en formación y preparación de las campañas de marketing basadas en los buyer persona y sus customer journey, para poder lanzar las próximas campañas con objetivos medibles y resultados contrastables.

Por otro lado, de las propuestas más enfocadas a la captación y posicionamiento de destino en mercados

## INFORME DE PROGRESO 2020

internacionales con atributos de marca enfocados al valor del destino y de las actividades turísticas a realizar, se pasó a una comunicación mucho más emocional, trasladando el peso de la acción a valores más humanos y cercanos, y mostrando una marca cercana, hospitalaria y atenta, preocupada por temas como la salud, la sostenibilidad, la accesibilidad o el comportamiento responsable.

### **Acción social - Acción / Proyecto**

En el marco de la Estrategia de Sostenibilidad Social, la Fundación llevó a cabo una investigación sobre la percepción social del turismo entre los residentes. El objetivo era medir, segmentando por zonas, la valoración de los ciudadanos del turismo como motor de desarrollo económico y social, dimensionar los impactos negativos que pudiera tener, y validar la propuesta de reactivación de la ciudad a través -entre otras- de la actividad turística.

### **Impacto de la actividad en la sociedad local - Indicador de Seguimiento**

El Estudio de Percepción Ciudadana del Turismo comprende 13 preguntas, cuyos resultados estadísticos proporcionan la base para un seguimiento a través de los próximos ejercicios.

Es importante destacar que la incidencia y efectos derivados de la pandemia originada por el COVID-19 han incidido de manera significativa en el resultado del estudio.

### **Conclusiones del Estudio de Percepción Ciudadana del Turismo:**

- Tan solo un 10% de los residentes le gustaría que hubiera menos turistas.
- La mayoría de los residentes considera que es necesario aumentar la inversión en promoción turística de la ciudad.
- Efectos positivos percibidos por los residentes: generación de empleo-riqueza y promoción exterior, así como la oferta cultural de la ciudad
- Preocupa el incremento del precio del alquiler.
- La presencia de apartamentos turísticos en edificios residenciales no suele ser foco de conflicto y molestia.
- La mayoría de los residentes no considera que el establecimiento de negocios vinculados con la actividad turística suponga un cierre del tejido comercial tradicional existente en el barrio.
- La gran mayoría de los residentes en zonas turísticas, no han variado sus hábitos en lo referente al desplazamiento a otras zonas de la ciudad, por la presencia de turismo

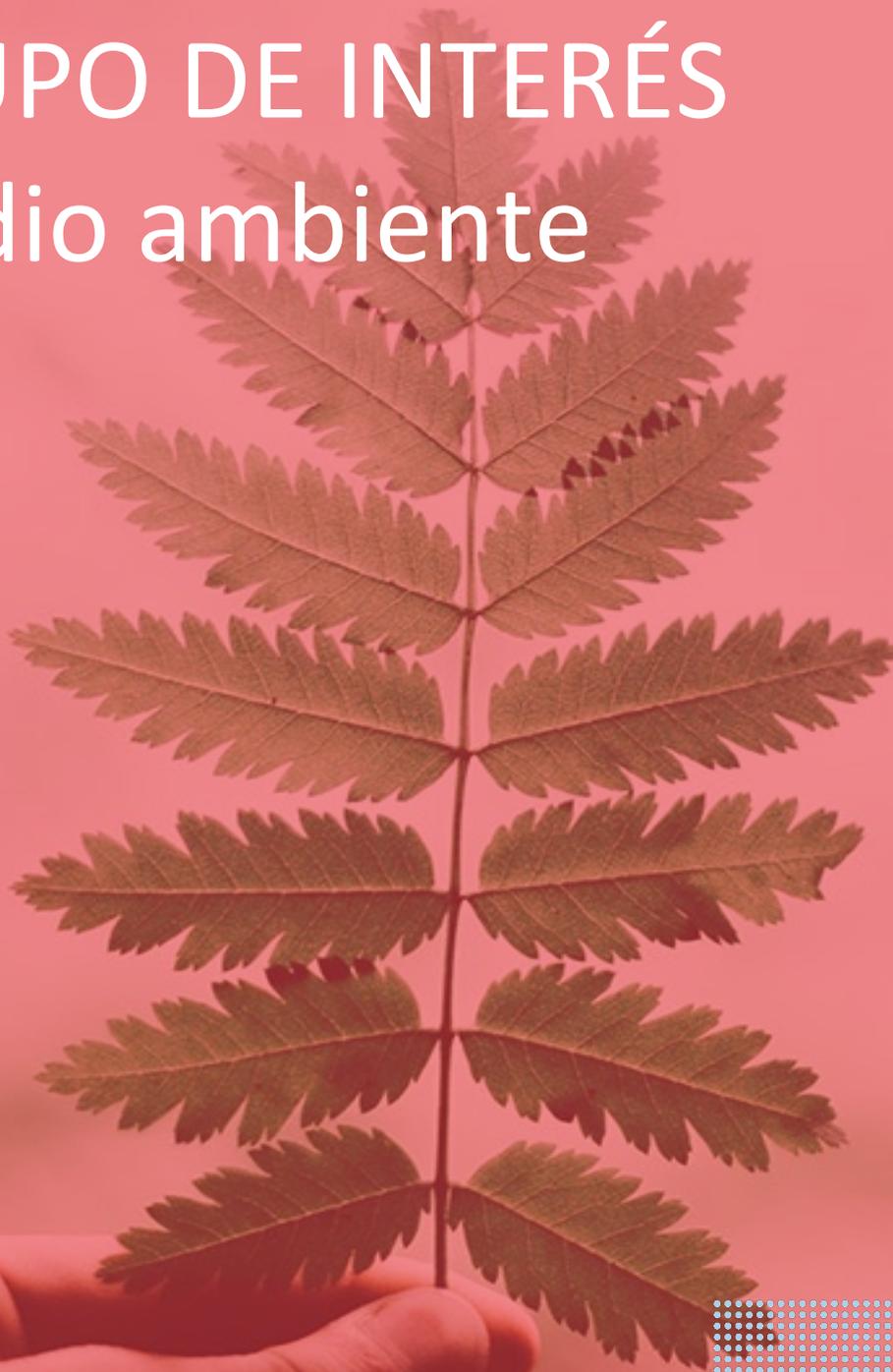
### **Objetivos marcados para la temática**

Mantener tasas positivas en las 13 cuestiones planteadas, mejorando en ciertas áreas donde es posible obtener una mejor valoración ciudadana

---

# GRUPO DE INTERÉS

## Medio ambiente



### Cambio Climático

La Fundación, en el marco de su plan estratégico, promovió el proyecto de diseño y ejecución de una estrategia de sostenibilidad turística. Para lograr los recursos adicionales y fomentar el trabajo en red, siguiendo la filosofía de colaboración público-privada, formalizó un convenio de colaboración con el grupo Global Omnium. Este convenio se viene desarrollando satisfactoriamente, con la presentación de diferentes informes sobre la descarbonización de la actividad.

---

#### Política contra el cambio climático - Política

Para conseguir estos objetivos, la Fundación trabajó en 2020 conjuntamente con Global Omnium para sentar las bases para diseñar medidas para la reducción y compensación de la huella de carbono del turismo, de forma que la ciudad se convierta en un destino neutro en emisiones de carbono.

En los primeros compases de 2020 la coyuntura turística en la ciudad registraba una evolución similar a la de los ejercicios anteriores. No obstante, esta positiva evolución de la actividad turística se vio paralizada por la irrupción del COVID-19, que sumó a la tragedia de pérdidas humanas un enorme impacto económico y social, abriendo una profunda crisis económica que afectaba con mayor dureza a la actividad turística.

Asimismo, acrecentó la necesidad de concienciación en torno a combatir el cambio climático y de apostar por la sostenibilidad medioambiental, el consumo responsable y la valorización del entorno de proximidad. Así, la Fundación Visit València se marcó el objetivo de implementar un plan de promoción centrado en el proceso de superación de la pandemia. Comenzó a trabajar intensamente en posicionar la ciudad como un destino seguro y saludable, adaptándose a las nuevas tendencias del turismo, monitorizando la realidad sanitaria de los principales destinos emisores, mercado a mercado, y ajustando los tiempos y las acciones a desarrollar.

Asimismo, la ciudad se planteó desafíos más ambiciosos en materia de desarrollo sostenible. Visit València asumió compromisos importantes, como incorporar los ODS en su Plan Estratégico, fundamentales para el futuro de la actividad turística. La proyección de València como destino turístico sostenible, saludable y seguro se incrementó en este ejercicio, hasta el punto que en 2020, València fue elegida como la ciudad más saludable, según el estudio de Money.co.uk; y la mejor ciudad para vivir del mundo, según la encuesta del portal "Expats" de InterNations.

#### Cálculo de emisiones de CO2 (alcance 1 y 2) - Acción / Proyecto

La ciudad apuesta por alcanzar una actividad turística neutra en carbono en 2025, reduciendo y compensando al máximo la huella que genera el turismo. Para ello, en 2020 se diseñó el Proyecto de Sostenibilidad Turística con un acuerdo entre Visit València y la Fundación Aguas de Valencia y Global Omnium para su desarrollo.

Así, se realizó el cálculo, verificación y certificación por AENOR de la huella de carbono del turismo en la ciudad, en los alcances 1,2 y 3. El estudio detalló las emisiones de GEI de 10 capítulos diferentes: viaje hasta el destino, alojamiento, consumos de los turistas. excursionistas, cruceristas, energía, transporte interno, residuos, agua e infraestructuras públicas.

#### Fijación de objetivos cuantificables de reducción de emisiones - Acción / Proyecto

Se ha establecido un objetivo de neutralidad de la huella del turismo en 2025. El sistema que se está diseñando permitirá el cálculo en tiempo real, su verificación y certificación, para emprender medidas tanto de reducción como de

## INFORME DE PROGRESO 2020

compensación. mediante el cálculo por capítulos, se pueden desagregar los objetivos de cada componente de la huella (servicios públicos, infraestructuras, empresas, movilidad, etc)

### **Participación en iniciativas creando alianzas para trabajar contra el cambio climático - Acción / Proyecto**

En 2020, la Fundación trabajó en la elaboración de una completa hoja de ruta y en el diseño del cuadro de mando específico de València. La estrategia se apoya en el potencial de la ciudad para la autogeneración energética con renovables; la posibilidad de disponer de una movilidad totalmente eléctrica por su orografía, prácticamente plana; o la capacidad de sus espacios naturales en absorber emisiones de CO<sub>2</sub>, como la huerta, el Jardín del Turia o el Parque Natural de L'Albufera.

Se contempla, asimismo, la reducción del consumo directo de combustibles derivados del petróleo, la mejora de la eficiencia energética y la disminución del consumo de energía procedente de fuentes no renovables. También pretende incentivar el consumo y correcta gestión de productos, bienes y servicios, cuya fabricación y logística conlleven la menor emisión de gases de efecto invernadero en su transporte.

Igualmente velará por potenciar la economía local y circular, desarrollando y gestionando un etiquetado de proximidad de forma que el turista conozca el impacto del producto sostenible, seguro y saludable que está adquiriendo. Esta estrategia está dirigida a toda la cadena de actores del destino.

Se iniciaron los primeros contactos para la obtención de una certificación internacional del destino, acreditada por el Global Sustainable Tourism Council. Así arranca el desarrollo de la plataforma tecnológica que soportará el nuevo sistema inteligente de la etiqueta de sostenibilidad turística en València,

### **Comunicación de estrategia de sostenibilidad turística - Acción / Proyecto**

En 2020, la Fundación presentó a la Secretaría de Estado de Turismo un Plan de Sostenibilidad transversal que comprendía actividades desde todas las áreas, para que ésta recibiera fondos que permitieran ejecutarlo. Si bien la ciudad no estuvo finalmente entre los destinos nacionales seleccionados, el trabajo realizado resultó de suma utilidad para elaboración de un mejor diagnóstico sobre la sostenibilidad turística y sobre las oportunidades y amenazas que se nos presentan.

El informe concluía con más de 30 actuaciones que sirvieron de base para desarrollar proyectos e iniciativas que puedan ser objeto de ayudas europeas y que permitan acelerar los avances en los ejes estratégicos de sostenibilidad, transformación digital e innovación, extendiéndolos al conjunto de las empresas que conforman la actividad turística en la ciudad. El ejercicio concluyó con la realización de entrevistas en profundidad y con la organización de una serie de tres talleres con los asociados, todo ello con el objetivo de obtener su opinión y conocer sus prioridades y necesidades de cara a la era post-Covid.

La temática de los talleres era **sostenibilidad, digitalización y creación de valor** respectivamente. El primero de ellos, "Valencia, destino sostenible y neutro en carbono", se celebró el 22 de diciembre. La información y conclusiones extraídas de estos talleres servirán para orientar las propuestas que se elaboren a partir de 2021 en materia de actuaciones y promoción turística como, por ejemplo, las relativas a la participación de Visit València en la Estrategia Urbana 2030 de cara a optar a los fondos europeos Next Generation UE.

Cabe destacar la difusión en medios nacionales e internacionales de la iniciativa ya mencionada de verificación de la huella de carbono del turismo en la ciudad. Por otro lado, el Pacto Mundial de Naciones Unidas seleccionó este proyecto como una de las buenas prácticas recogidas en su dossier especial sobre ODS y compromisos públicos. Además, en los últimos meses de 2020, la Fundación trabajó con la mayor Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA) para la

## INFORME DE PROGRESO 2020

incorporación de València como caso de éxito en política turística sostenible dentro de su informe Tourism for Good, donde València fue destacada como ejemplo de destinos Sostenibles que luchan contra el cambio climático. Por último, València también fue nominada como “Best Sustainable Tourism Project” por parte del jurado de Tourism Innovation Summit, celebrado en noviembre en Sevilla.

### Informe ambiental - Herramienta de Seguimiento

Como resultado de esta estrategia puesta en marcha por Fundació Visit València, València se convirtió en la primera ciudad del mundo en verificar y certificar la huella de carbono de su actividad turística, gracias al estudio realizado con Global Omnium.

Así, se midieron las fuentes emisoras de gases de efecto invernadero y su efecto en el medio ambiente en diez ámbitos distintos relacionados con el turismo, como el transporte hasta y en la ciudad, el alojamiento, el disfrute de restaurantes, locales de ocio o compras; el tratamiento de residuos, la gestión del agua o las infraestructuras necesarias para soportar la oferta turística.

El informe fue certificado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), convirtiendo a València en un referente mundial en materia de sostenibilidad. Toda la actividad turística de 2019 alcanzaba los 1,286 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>, de las que un 81% correspondían a los desplazamientos de los turistas hasta València, pero solo un 0,92% al uso del transporte en la ciudad.

Del estudio también se extrajeron otros datos interesantes, como que la cantidad de gases de efecto invernadero emitidos por la actividad turística equivale sólo a la tercera parte de la huella de carbono generada por el consumo de alimentos de todos los habitantes de la ciudad. O que tan solo el 0,01% de la huella del turismo proviene del consumo de agua, en la ciudad con la mayor eficiencia hídrica de Europa y el 0,41% de la recogida de residuos sólidos y su tratamiento.

### Comisión de seguimiento en materia ambiental - Herramienta de Seguimiento

En el marco de la estrategia de sostenibilidad, se presentarán Informes al grupo de trabajo de sostenibilidad del Consejo Municipal de Turismo.

**Documentos adjuntos:** [INFORME HUELLA DE CARBONO ACTIVIDAD TURISTICA CIUDAD DE VALENCIA INFORME EJECUTIVO-Resumen.pdf](#)

Objetivos marcados para la temática

Neutralidad de la huella de carbono del turismo en 2025:

- medición en tiempo real de la huella
- acciones de reducción por parte de cada actor turístico
- proyectos de compensación de emisiones en el territorio

---

## Uso sostenible de recursos y tecnologías respetuosas con el medioambiente

En el Capítulo 30 de la Agenda 21, se describen las tecnologías consideradas como «medioambientalmente saludables», cuya difusión y apoyo para su desarrollo se incluye al objeto de comprometerse con el Pacto

## INFORME DE PROGRESO 2020

Mundial. Las tecnologías que son medioambientalmente excepcionales permiten reducir el uso de recursos finitos así como utilizar los recursos existentes de forma más eficiente.

---

### Política de Calidad y Medioambiente - Política

En 2019, la Fundación renovó todas las certificaciones:

- ISO 9001:2015 gestión de la calidad.
- ISO 14001: 2015 gestión ambiental.
- UNE 170001-2: 2007 sistema de gestión de accesibilidad universal.
- ISO 14785:2015 oficinas de información turística.
- UNE 187005: 2009 Convention Bureau. -
- Distintivo SICTED.

En el ejercicio 2020, la adecuada ejecución de todos los procesos internos fue fundamental, por lo que en este ejercicio se mantuvieron las certificaciones que la Fundación ostenta en materias como: calidad, gestión ambiental y accesibilidad, sometiéndose a la auditoría integral anual, que se realizó en esta ocasión online, por una entidad externa acreditada.

Además, tras un proceso de adaptación a las nuevas normas de prevención e higiene que velan por la seguridad de trabajadores y visitantes, la red de oficinas de información turística de Visit València obtuvo el **sello Safe Tourism Certified**, al efectuar el proceso de certificación correspondiente. El sello confirma el esfuerzo de la Fundación de ofrecer un servicio lo más seguro posible y apoyar al sector dinamizando las ventas y la atención tanto a turistas como a residentes.

### Estrategia Climática - Acción / Proyecto

En 2019, la Fundació Visit València, estuvo un año más a disposición del grupo de trabajo del Ayuntamiento y Generalitat en materia de Alojamiento Turístico, creado para gestionar adecuadamente la oferta de alojamiento turístico ante el riesgo de gentrificación y deterioro de la experiencia del visitante.

### València Film Office

València Film Office es un programa con un fuerte potencial de estímulo del destino, por el impacto de la actividad de los rodajes en la economía local y, especialmente, por la capacidad de mostrar y promocionar el destino. En 2020, la València Film Office finalizó la elaboración de un Decálogo de Rodajes Sostenibles.

Además, durante las semanas de transcurso del estado de alarma, la Film Office se centró fundamentalmente en prestar un servicio de apoyo al sector audiovisual, monitorizando cualquier actualización en su ámbito de competencia y resolviendo dudas. Como miembro de Spain Film Commission, participó en la elaboración del manual "Producciones Audiovisuales en tiempos del COVID-19. Rodajes Seguros. Medidas y recomendaciones", para la reanudación de la actividad audiovisual.

**Documentos adjuntos:** [decalogo sostenibilidad valencia film office 0.pdf](#)

### Gestión de residuos y aparatos eléctricos y electrónicos - Acción / Proyecto

## INFORME DE PROGRESO 2020

En 2019, la Fundación impulsó medidas de gestión ambiental (segregación de residuos).

### Fomento de tecnologías más respetuosas con el medio ambiente - Acción / Proyecto

Durante estos dos ejercicios, la Fundación se ha centrado de lleno en un Plan de Digitalización plurianual para transformar y mejorar la gestión de la misma con el uso de nuevas aplicaciones. El objetivo es ganar en eficiencia, asegurar el cumplimiento de la legalidad en todas las operaciones, dotar de más inteligencia a la organización y, por último, mejorar la relación y comunicación con asociados y otros agentes externos.

Para ello, en 2019 se establecieron un conjunto de aplicaciones: una suite de ofimática que constituirá un Sistema de Gestión de Destino.

Y ya en el ejercicio 2020, se desarrollaron las siguientes actividades:

- Mantenimiento habitual y evolución del sistema informático de gestión integral de la información turística (SIGIT): adaptación a la LCP 9/2017 principalmente.
- Licitación de un CRM que se implantaría en 2020.
- Formaciones internas en sistemas de encuestas para presentaciones (1 sesión), Power BI (5 sesiones), CRM (1 sesión).
- Implantación de Teams y Planner en determinados proyectos y grupos de trabajo, para mejorar trabajo en equipo y eficiencia.
- Implantación de Sésame (RRHH).
- Migración de los servidores a la nube de Microsoft.
- Impulso del uso de la plataforma de licitación puramente electrónica.
- Recuperación funcionalidad portal de transparencia.

Por lo que respecta al Sistema de Información Turística (SIT), se finalizó la construcción de la base de datos y el volcado de unos cuatro millones de datos. Se diseñaron ya completamente todos los cuadros de información, dando por finalizada la primera fase. Asimismo, se presentó en la Universitat de València, en Innvat.tur Benidorm, en CDT València, en el Research Group de la European Cities Marketing en Viena y se organizó un taller sobre el SIT para asociados en EDEM, este último dentro del marco del Foro Urban Tourism Trends. A final de año se licitó la segunda fase, que fue puesta en marcha en 2020.

También fue especialmente importante la implementación de herramientas digitales avanzadas para la gestión del marketing y la atención al visitante, debido a las nuevas necesidades surgidas con la pandemia. Estratégicamente y de cara a una futura gestión del turista de un modo único, que les atienda y aporte recomendaciones y atención omnicanal, personalizada y adecuada al momento del cliente, se continuó programando la unión de los sistemas de venta, proyecto bautizado como SISVENTUR, (Sistema Unificado de Ventas Turísticas) y se finalizó el proyecto de digitalización de la València Tourist Card, con un sistema central de gestión de tarjetas y de recogida de datos con 42 puntos de utilización ya conectados y 4 quioscos inteligentes que permiten medir usos y movimientos de turistas.

SISVENTUR, proyecto de unión de sistemas cambiará radicalmente la atención al turista, desde los propios equipos informáticos y procesos de información y venta, que ahora son de última tecnología, hasta la integración de los procesos de marketing en la atención y venta, usando herramientas para conocer mejor a nuestro cliente, como un CRM integrado con herramientas de automatización de marketing, de atención presencial en nuestras oficinas o de sistemas de comunicación online como chatbots o atención en destino vía Whatsapp.

En paralelo al desarrollo de SIVENTUR, se implementaron herramientas digitales que permitieron avanzar aportando valor al turista:

- Se programó un chatbot para atención de clientes en VLC Shop.

## INFORME DE PROGRESO 2020

- Se lanzó Bizum como método de pago en la tienda online.
- Se mejoró la operativa de venta de la València Tourist Card eliminando la gestión de los números de serie de la venta en oficinas y mejorando así los tiempos de atención al turista en oficinas.
- Se lanzó una nueva versión de la APP que mejoraba estabilidad y funcionalidad.

Además, fue necesario desarrollar nuevas vías para atender la demanda de información y la prestación de servicios al cliente durante las fases de la pandemia, desescalada y ‘nueva normalidad’:

- Se creó un sistema de atención vía chat para las oficinas de información turística.
- Se lanzaron nuevos espacios web en Visitvalencia.com para ofrecer:
  - Información COVID puntualmente actualizada para turistas y usuarios web.
  - Campaña de contenidos en la web y redes sociales ‘València Contigo’, para acompañar y entretener a los usuarios y potenciales viajeros durante el confinamiento. Con el lanzamiento de un vídeo, contenidos gastronómicos, culturales, visitas virtuales, propuestas prácticas de envío a domicilio o rutas para los paseos por la ciudad, etcétera.

Por lo que respecta a los objetivos de impulsar un sistema de inteligencia que aporte información de valor para la toma de decisiones a empresas e instituciones, en 2020 se continuó avanzando en los grandes proyectos puestos en marcha dentro del marco del Plan Estratégico del Turismo.

La Fundación prosiguió la construcción de la segunda fase del sistema de Inteligencia Turística (SIT). El objetivo es ofrecer una mayor explotación de fuentes de big data, entre otros aspectos, para un análisis más profundo de la oferta de alojamiento total con el que cuenta la ciudad. Igualmente se ampliará la información disponible sobre el perfil del turista y el patrón del consumo del mismo, un asunto prioritario para las empresas turísticas de la ciudad. Asimismo, se está construyendo una interfaz más adaptada a la consulta de información desde el móvil y nuevas funcionalidades, que permitirán el uso más rápido de los datos en distintos soportes.

Para mejorar la comunicación con los canales profesionales en los distintos mercados y, simultáneamente, con el sector turístico valenciano la Fundación trabajó en el diseño e implantación de un CRM dedicado a la gestión de la relación con los agentes clave para la ciudad. Esta herramienta permitirá mejoras sustanciales en la gestión de actividades promocionales como puedan ser ferias, fam trips, press trips, presentaciones de producto o visitas de inspección, así como en la comunicación con los participantes de las mismas y en el seguimiento de los resultados que se generen.

Resultará particularmente interesante explotar las posibilidades del CRM, especialmente, con aquellos agentes especializados en segmentos clave de la demanda en cada uno de los mercados emisores. En definitiva, este software es clave en materia de especialización y segmentación.

La unión de este desarrollo con la página web ([www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com)) permitirá crear, en los próximos años, una zona privada donde las empresas asociadas a la Fundación puedan actualizar su propia información y hacer seguimiento de su participación en actividades de esta entidad. La construcción del CRM implica el diseño de nuevos cuadros internos de indicadores para efectuar un seguimiento más preciso de la acción comercial de la Fundación y de los resultados de los mismos. Dichos cuadros se pondrán en funcionamiento en 2021.

Una ventaja del nuevo sistema implantado es que ha sido construido con capacidad para recopilar automáticamente los indicadores clave. De esta manera se mejorará la eficiencia y permitirá ofrecer una información más precisa a los comités ejecutivos de los productos. Cabe destacar también que la infraestructura informática con la que cuenta Visit València requirió una actualización importante a lo largo del ejercicio.

Los avances realizados (desde mejora de firewalls, renovación del cableado, adquisición de nuevos ordenadores hasta la importante apuesta por utilizar servicios en la nube) permitieron que, en el momento en que fue necesario generalizar

el teletrabajo, la infraestructura soportase correctamente un flujo de trabajo muy intenso y diferente al habitual.

---

## Protección de la biodiversidad

La Cumbre del Planeta de Río celebrada en 1992 actuó como una ‘llamada de atención’ para muchos sectores de la sociedad, poniendo de relieve la fragilidad real del planeta y, en particular, sobre tres puntos:

- El daño que se está produciendo a muchos ecosistemas naturales.
- La amenazada capacidad del planeta para sostener la vida en el futuro.
- Nuestra limitada capacidad para sostener el desarrollo económico y social a largo plazo.

### Restauración de hábitats - Acción / Proyecto

En 2019 se desarrollaron diversos proyectos de sostenibilidad turística en colaboración con entidades y organizaciones, como son Castwater y Mitomed+. La Fundación asistió a la Convención de Turismo Sostenible en Barcelona y a la Jornada en Oropesa del proyecto Alter Eco. En julio acudió al evento de cierre de Alter Eco y a la segunda reunión del Proyecto Delta Lady, otro proyecto que coordina el Consejo de Cámaras, como parte de una red europea para el uso y conservación sostenible de los Parques Naturales, en los que València participa con el Parque Natural de L'Albufera.

Ya en 2020, la Fundació Visit València convocó dos reuniones del grupo de trabajo centrado en el Turismo de Naturaleza para valorar la estrategia a seguir y diseñar un mapa turístico del Parque Natural de L'Albufera.

### Comunicación de estrategia de sostenibilidad turística - Acción / Proyecto

Durante los meses del confinamiento, además de diversas reuniones online con el sector turístico italiano, Visit Valencia participó en un webinar de la serie Webinspain 2020, dedicado a la Ecosostenibilidad y Enogastronomía, con la presentación: “La ciudad de València y la sostenibilidad. El Parque Natural de la Albufera”. A este evento asistieron 220 agentes de viajes y TTOO italianos en directo.

### Reducción de la huella ecológica - Acción / Proyecto

Visit València participa en los grupos de expertos de dos proyectos europeos con asociados locales: ARCH y Delta Lady. El proyecto ARCH, del que València forma parte junto con Bratislava (Eslovaquia), Camerino (Italia) y Hamburgo (Alemania), tiene como objetivo mejorar la resiliencia del patrimonio natural y cultural de las ciudades ante el cambio climático y otros desastres naturales. En el caso de nuestra ciudad, el proyecto se centra en tres enclaves: la propia València y su Huerta y Albufera.

Por otro lado, el proyecto DELTA LADY tiene como objetivo, definir instrumentos políticos regionales y medidas concretas que permitan generar, impulsar y fomentar actividades económicas innovadoras y sostenibles para una mayor riqueza en el entorno a los deltas de Europa, que preserven y mejoren el patrimonio natural y cultural de los mismos para un mejor desarrollo regional. Los seis deltas sobre los que se está trabajando son: Rijn Delta (Holanda), Danube Delta (Rumania), Camargue Delta (Francia), Parque Natural de l'Albufera (PNA) (España), Po Delta Park (Italia), y RiverBlauwater Delta (Irlanda).

### Objetivos marcados para la temática

## INFORME DE PROGRESO 2020

Formalizar la constitución del producto Naturaleza en 2021.

---

### Movilidad Sostenible

---

#### Política de Movilidad Sostenible - Política

València Convention Bureau (VCB) En 2020, el VCB lanzó una nueva campaña, en colaboración con Turisme Comunitat Valenciana, bajo el lema "València meet surprise", dirigida a los profesionales intermediarios, organizadores de eventos y prescriptores del segmento MICE. El objetivo de la misma era poner en valor la sostenibilidad del destino, los espacios al aire libre, la facilidad de accesos, la movilidad y la amplitud de espacios; así como ofrecer la imagen de seguridad necesaria para mantener la confianza en València como destino de reuniones.

#### Formar o sensibilizar a cerca de la movilidad sostenible - Acción / Proyecto

La campaña "València meet surprise" del VCB y Turisme Comunitat Valenciana, se gestionó con contenido audiovisual, a través de redes sociales, principalmente en LinkedIn. Asimismo, en el marco de la campaña, se optó por el desarrollo de un Chatbot para incrementar la información facilitada a los profesionales, responder dudas, reducir incertidumbres, incrementar la agilidad en las respuestas y sistematizar y actualizar la información de una manera constante. Además, desde el producto VLC Sports se atendió un press trip multimercado para conocer las vías verdes de la zona y el parque natural del Turia.

#### Fomento del transporte público - Acción / Proyecto

En 2020, desde el ámbito de la gobernanza también se continuó trabajando para mejorar la coordinación turística entre la Fundación y el Ayuntamiento, tanto con el propio Servicio de Turismo como con las diferentes áreas cuya actividad pueda tener vínculos con el turismo. Destaca la colaboración realizada junto con el Servicio de Emprendimiento e Innovación, en la Comisión de Valoración para la subvención de proyectos innovadores y la constitución de un grupo de trabajo con movilidad para mejorar la gestión del bus turístico.

---

### Conocimiento del impacto ambiental de la entidad

Con el fin de determinar la sostenibilidad del turismo en Valencia. la fundación aplicó el sistema europeo de indicadores (ETIS), detallando los impactos de la actividad en las dimensiones económica, social y ambiental.

---

#### Política Ambiental - Política

Para medir el avance en la sostenibilidad ambiental se han buscado referentes en sistemas de criterios e indicadores contrastados, tanto nacional como internacionalmente.

#### Evaluación de los aspectos ambientales en la cadena de suministro - Acción / Proyecto

El Sistema ETIS incluye 15 indicadores de sostenibilidad ambiental del destino, que fueron evaluados con la información del ejercicio 2019.

## INFORME DE PROGRESO 2020

### Mecanismos de evaluación del cumplimiento de los objetivos medioambientales - Herramienta de Seguimiento

El Sistema ETIS incluye 15 indicadores de sostenibilidad ambiental del destino, que fueron evaluados con la información del ejercicio 2019.

**Documentos adjuntos:** [quadre indicadors v1.pdf](#)

Objetivos marcados para la temática

De acuerdo con el sistema ETIS, el objetivo es mejorar la calificación actual de resultados de favorable a buena u óptima, logrando avances en todos los indicadores marcados: emisiones, calidad de aire y aguas, entorno natural, etc.

---

## Consumo de la entidad

---

### Consumo de materias primas - Indicador de Seguimiento

Objetivos marcados para la temática

2020

Nivel 1

- Transporte Propio Moto Mozo Almacén: 117,45 LITROS

Nivel 2

- Consumo Eléctrico 86.693,77KWh
- Consumo de Agua 113 m3
- Nivel de impresiones:
  - ByN: 29.243
  - Color: 72.704

---

## Medidas de economía circular

Dentro de la estrategia de sostenibilidad turística, la huella plástica es uno de los aspectos que se pretende reducir por su alto impacto ambiental. Distintas empresas han iniciado este trabajo, y la intención de Visit València, como ente gestor de la política turística de la ciudad, es fomentar esta práctica entre todas las organizaciones.

---

### Política de Reducción de Consumo - Política

La fundación va a implementar y recomendar a sus asociados el manual publicado por la OMT: Recommendations to Continue Taking Action on Plastic Pollution During Covid-19

### Medidas para reducir los desechos - Acción / Proyecto

La fundación se ha incorporado al Global Tourism Plastics Initiative, un programa de la ONU a través de la Organización Mundial del Turismo, con el objeto de difundir entre las empresas e instituciones asociadas la reducción del uso de plásticos en los productos y servicios turísticos.

## INFORME DE PROGRESO 2020

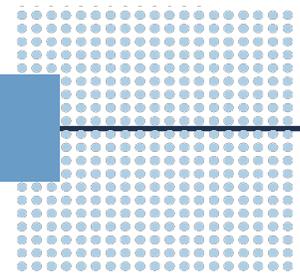
### Informes de seguimiento periódicos - Herramienta de Seguimiento

Se aplicarán los indicadores definidos por la iniciativa: Global Tourism Plastics Initiative

**Documentos adjuntos:** [UNWTO recommendations-for-tackling-plastics-during-covid-recovery-in-tourism-sp.pdf](#)

Objetivos marcados para la temática

Eliminar el uso de plásticos en la organización, y fomentar el mismo objetivo en el sector turístico de la ciudad



# ANEXO

# CORRELACIÓN DE

# TEMÁTICAS



## Empleados

### Derecho a la negociación colectiva y respeto de los

#### convenios



**Principio:** Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Relaciones sociales, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

**Indicador GRI:** 102-41

### Formación al empleado/a



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación

**Indicador GRI:** 404

### Igualdad de género



**Principio:** Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

**ODS relacionado:** 05 | Igualdad de género

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

**Indicador GRI:** 405, 406, 102-22, 401-1

### Salud y seguridad en el lugar de trabajo



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Salud y seguridad

**Indicador GRI:** 403

### Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



**Principio:** Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

**ODS relacionado:** 10 | Reducción de las desigualdades

## INFORME DE PROGRESO 2020

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

**Indicador GRI:** 406

---

### Conciliación familiar y laboral



**Principio:** Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

**ODS relacionado:** 05 | Igualdad de género

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Organización del trabajo

**Indicador GRI:** 401-3, 401-2

---

### Cláusulas contractuales con los empleados



**Principio:** Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

---

### Impulsar la sensibilización en materia

#### medioambiental



**Principio:** Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

**ODS relacionado:** 06 | Agua Limpia y Saneamiento, 13 | Acción por el clima

---

### Evaluación de desempeño a empleados/as



**Principio:** Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

**ODS relacionado:** 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

**Indicador GRI:** 404-3

---

### Formación a empleados/as en aspectos de derechos

#### humanos



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

**Vinculación Ley:** II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

**Indicador GRI:** 410, 412, 412-2

## Proveedores

### Relación duradera con los proveedores



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

**Vinculación Ley:** V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

**Indicador GRI:** 102-9

### Sensibilización a proveedores en sostenibilidad



**Principio:** Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

## Clientes

### Relación duradera con los clientes



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

### Accesibilidad de los productos y servicios



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 09 | Industria, Innovación e infraestructura, 10 | Reducción de las desigualdades

### Fomento de la calidad en la entidad



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 09 | Industria, Innovación e infraestructura, 12 | Producción y Consumo Responsable

**Vinculación Ley:** V. Información sobre la sociedad: Consumidores

**Indicador GRI:** 416

## Sensibilización a clientes en sostenibilidad



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 12 | Producción y Consumo Responsable

## Resolución de incidencias y satisfacción del cliente



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

## Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

**Indicador GRI:** 418

## Administración

### Contratos transparentes con la administración pública



**Principio:** Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

**ODS relacionado:** 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

**Vinculación Ley:** IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

**Indicador GRI:** 205

### Alianzas con administraciones públicas



**Principio:** Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

**ODS relacionado:** 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas, 17 | Alianzas para lograr los objetivos

**Vinculación Ley:** V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

## Comunidad

### Alianzas entre empresas y tercer sector



## INFORME DE PROGRESO 2020

**Principio:** Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

**ODS relacionado:** 17 | Alianzas para lograr los objetivos

**Vinculación Ley:** V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

**Indicador GRI:** 102-13

---

### Compromiso por los derechos humanos



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 01 | Fin de la pobreza, 02 | Hambre cero

**Vinculación Ley:** III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

---

### Contribución de la empresa al desarrollo local



**Principio:** Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

**ODS relacionado:** 01 | Fin de la pobreza, 02 | Hambre cero

**Vinculación Ley:** V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

**Indicador GRI:** 413-1

---

## Socios

---

### Transparencia en la exposición de la información



**Principio:** Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

**ODS relacionado:** 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

**Vinculación Ley:** IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

**Indicador GRI:** 205, 417

---

### Relación con los socios o accionistas



**Principio:** Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

**ODS relacionado:** 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas, 17 | Alianzas para lograr los objetivos

---

## Medioambiente

---

### Cambio Climático



## INFORME DE PROGRESO 2020

**Principio:** Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**ODS relacionado:** 13 | Acción por el clima

**Vinculación Ley:** I. Información sobre cuestiones medioambientales: Cambio Climático

**Indicador GRI:** 201-2

---

## Uso sostenible de recursos y tecnologías respetuosas con el

### medioambiente



**Principio:** Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

**ODS relacionado:** 07 | Energía Asequible y no contaminante,12 | Producción y Consumo Responsable

**Vinculación Ley:** I. Información sobre cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recurso

**Indicador GRI:** 302-4

---

## Protección de la biodiversidad



**Principio:** Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**ODS relacionado:** 14 | Vida Submarina,15 | Vida de ecosistemas terrestres

**Vinculación Ley:** I. Información sobre cuestiones ambientales: Protección de la biodiversidad

**Indicador GRI:** 304-2, 304-3

---

## Movilidad Sostenible



**Principio:** Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

**ODS relacionado:** 11 | Ciudades y Comunidades Sostenibles

---

## Conocimiento del impacto ambiental de la entidad



**Principio:** Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**ODS relacionado:** 14 | Vida Submarina,15 | Vida de ecosistemas terrestres

**Vinculación Ley:** I: Información sobre cuestiones medioambientales

---

## Consumo de la entidad



**Principio:** Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

**ODS relacionado:** 12 | Producción y Consumo Responsable

**Vinculación Ley:** I. Información sobre cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recurso

**Indicador GRI:** 301-1, 302-1, 302-2

---

## Medidas de economía circular



**Principio:** Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**ODS relacionado:** 12 | Producción y Consumo Responsable

**Vinculación Ley:** I. Información sobre cuestiones ambientales: Economía Circular y prevención y gestión

**Indicador GRI:** 301-2, 301-3





Esta es nuestra Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.  
Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

# INFORME DE PROGRESO

—  
2020

