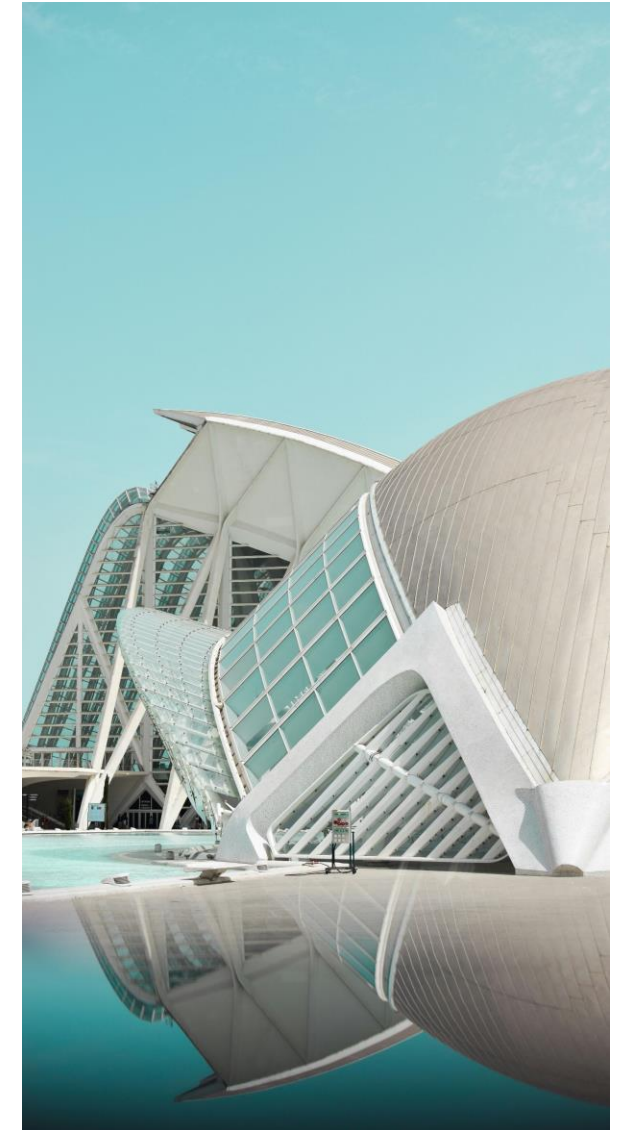


València, destino sostenible: Plan Estratégico de Turismo 2025-2028



Índice

1	Carta de presentación	3
2	Diagnóstico del turismo en València	5
3	Metodología de trabajo para la elaboración del Plan Estratégico de Turismo	21
4	Elementos clave de la Estrategia	23
	4.1. La visión 2028: aspiración a futuro	25
	4.2. Los valores: atributos de València	26
	4.3. Los ejes palanca para la transformación	27
5	Despliegue y evaluación del Plan	43
6	Conclusiones del Plan	46



An aerial photograph of the Alcazar of Seville in Spain during the golden hour of sunset. The two prominent towers of the fortress are in the foreground, with the city of Seville and its dense architecture extending to the horizon under a sky with soft, orange-tinted clouds.

1.

Carta de presentación

El Plan Estratégico de Turismo de València 2025-2028 se presenta como una **estrategia clave para mejorar el bienestar de los residentes y consolidar nuestra ciudad como un destino más sostenible, competitivo e innovador**.

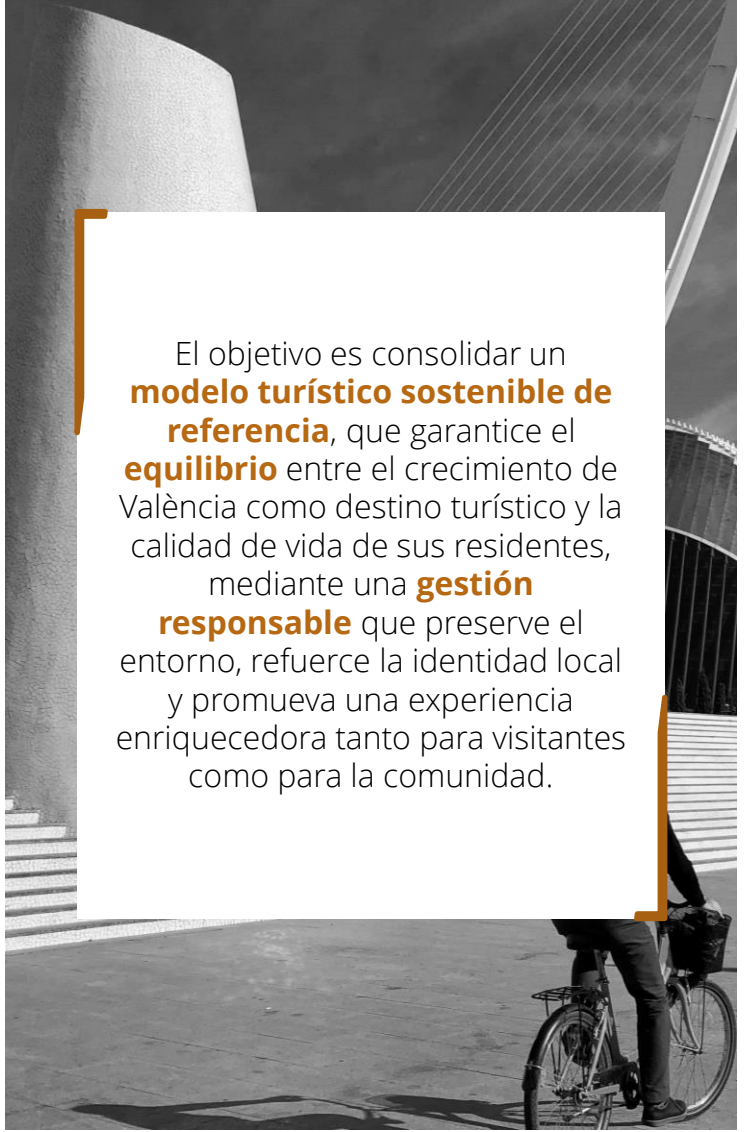
El turismo es un **pilar fundamental de la identidad de la ciudad de València**, y la ha posicionado como uno de los destinos urbanos más destacados de España y el Mediterráneo. En 2024, la ciudad alcanzó cifras récord en pernoctaciones y registró un incremento sostenido en la llegada de turistas internacionales. Además de su contribución al crecimiento económico, el turismo impulsa la diversificación de la economía local y fomenta la conservación del patrimonio tangible e intangible. Por ello, su desarrollo sostenible es una prioridad.

En este contexto, València afronta un futuro prometedor, sin perder de vista su compromiso con la sostenibilidad. Este plan busca **consolidar la ciudad como un referente turístico, garantizando un crecimiento turístico equilibrado y sostenible**. El objetivo es crear un modelo donde el residente esté en el centro, preservando su estilo de vida y compartiendo el entorno natural y cultural con los visitantes, siempre bajo los valores de la hospitalidad.

Así, València apuesta por una gestión turística que **equilibre el éxito con la sostenibilidad, impulse la innovación y refuerce la protección de sus recursos**. Además, promueve la **desestacionalización, la desconcentración y la diversificación de la demanda**, junto con el aumento del gasto turístico, haciendo del turismo una herramienta para el progreso, la inclusión y el bienestar de todos.

Paula Llobet Vilarrasa

Concejala de Turismo, Innovación y Captación de Inversiones



El objetivo es consolidar un **modelo turístico sostenible de referencia**, que garantice el **equilibrio** entre el crecimiento de València como destino turístico y la calidad de vida de sus residentes, mediante una **gestión responsable** que preserve el entorno, refuerce la identidad local y promueva una experiencia enriquecedora tanto para visitantes como para la comunidad.

An aerial photograph of Valencia, Spain, showing the dense urban landscape with terracotta roofs and historic architecture. The Valencia Cathedral is a prominent feature in the center, with its large Gothic windows and blue-tiled domes. The city extends to the horizon under a clear blue sky.

2

Diagnóstico del turismo
en València

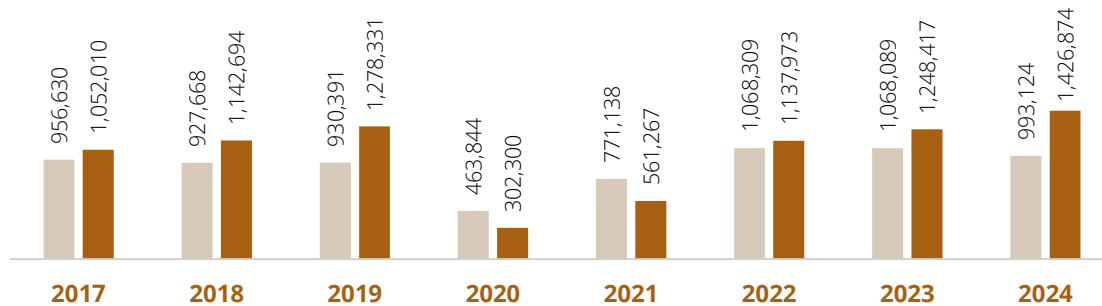
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

En 2023, València superó las cifras prepandemia de viajeros, con 2.316.506 visitantes (un 4,88% más que en 2019). **En 2024, el crecimiento continuó con un incremento del 4,5% en comparación con el año anterior, registrando un nuevo récord de 2.419.998 viajeros.**

Este crecimiento ha sido **impulsado principalmente por el turismo internacional**, que experimentó un aumento del 14,3% respecto a 2023. En contraste, el turismo nacional registró una disminución del 7,0%, influenciado en gran medida por el impacto de la DANA durante los meses de noviembre y diciembre.



Evolución de los viajeros a València (nacionales vs. internacionales, 2017-2024)



Fuente: SIT València.

■ nacional ■ internacional

En los últimos años, se ha producido un **notable incremento de los turistas internacionales**, con una diversificación de los destinos de origen, destacando el crecimiento de mercados de larga distancia, como EEUU. Esto muestra el interés que despierta la ciudad, con viajeros de todo el mundo.

Principales países emisores (2024)



Italia

207.203



Países Bajos

156.982



EEUU

114.898



Alemania

114.583



Reino Unido

108.454

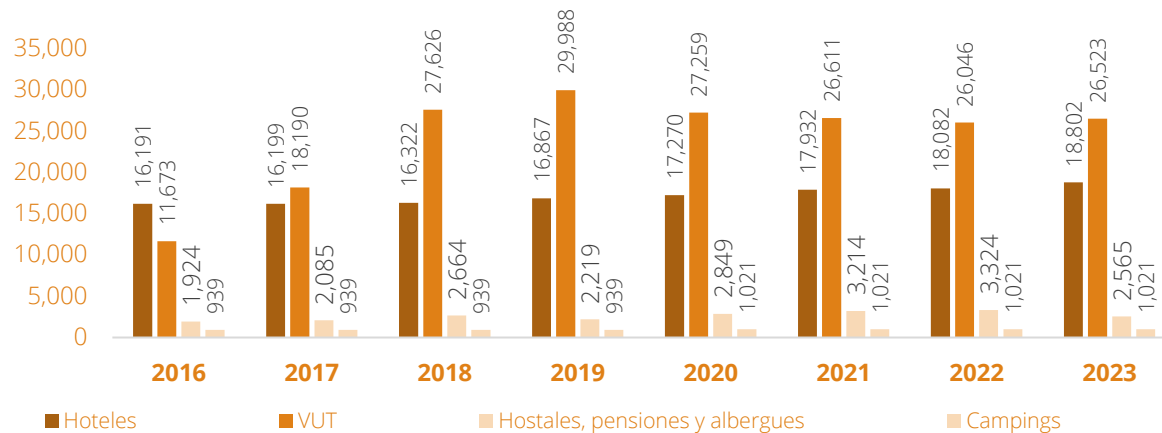


EVOLUCIÓN DE LA OFERTA

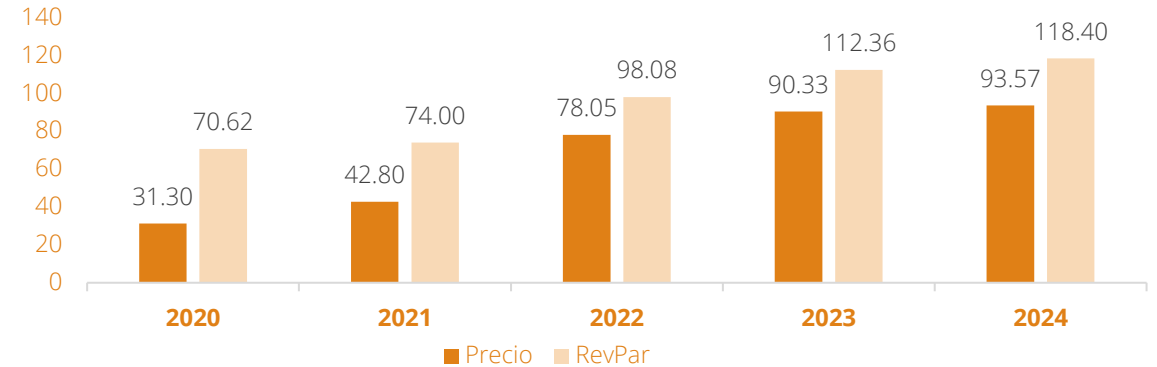
València cuenta con una **oferta de alojamiento diversa** que se adapta a las distintas tipologías de visitantes, desde hoteles y apartamentos hasta opciones con mayor flexibilidad y autonomía. Esta diversidad responde a la evolución del sector y a las nuevas preferencias de los viajeros, garantizando una oferta equilibrada y accesible para todo tipo de demanda.

Este crecimiento, no obstante, plantea el reto de **gestionar de forma equilibrada la composición del alojamiento turístico**, garantizando su sostenibilidad en el entorno urbano y asegurando la convivencia con la ciudadanía. En este contexto, se hace imprescindible avanzar hacia un **marco regulador coherente**, que favorezca una competencia justa entre modalidades de alojamiento, impulse la calidad del servicio y contribuya a reforzar la integración del turismo en el modelo de ciudad.

Evolución de plazas por tipo de alojamiento en València (2016-2023)

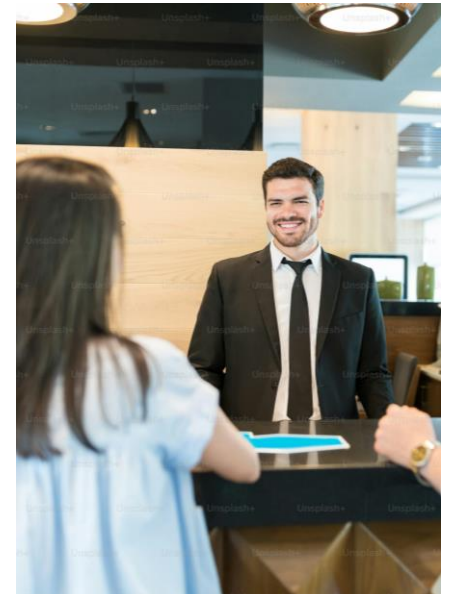


Evolución de los ingresos medios por habitación disponible (RevPAR) en la ciudad de València (2020-2024)



La evolución del precio medio y del RevPAR en València confirma una **tendencia sostenida de crecimiento en la rentabilidad hotelera**, reflejo de un **reposicionamiento del destino hacia un modelo de mayor valor añadido**. En 2024, ambos indicadores alcanzaron máximos históricos, con un RevPAR de 93,57 € y un precio medio de 118,40 €.

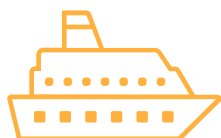
Este desempeño económico ha venido acompañado de un **aumento significativo del empleo en el sector**, que en agosto de 2024 superó en un 26,3 % las cifras prepandemia. Estos datos consolidan a València como un **destino urbano competitivo, capaz de generar valor económico y empleo de calidad** en el marco de un modelo turístico más eficiente y sostenible.



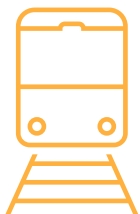
CONECTIVIDAD



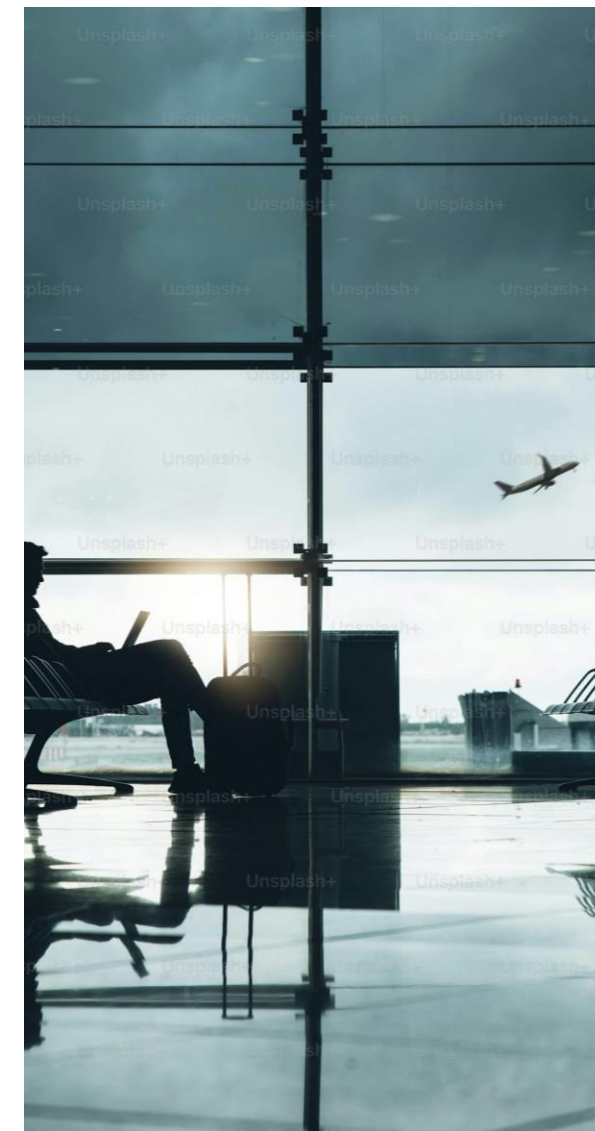
- En cuanto a las conexiones aéreas, València está llevando a cabo una **estrategia de crecimiento en mercados internacionales a través del aumento de conexiones aéreas directas**.
 - 104** conexiones desde el Aeropuerto de València, **85 de ellas internacionales**
 - 5.406.189** pasajeros registrados en 2024, de los que el **72.6% viajaron en vuelos internacionales**
 - 8º** aeropuerto con mayor número de pasajeros en España en 2024



- En el ámbito marítimo, València se ha posicionado como **puerto de referencia para cruceros**. La actividad portuaria destaca por su **estacionalidad**, con los meses de abril y octubre liderando en escalas de cruceros. No obstante, este desarrollo ha despertado el interés de la ciudadanía, generando un debate sobre los beneficios potenciales de este mercado.
 - 774.067** pasajeros recibidos en 2024
 - 5º** puerto español en número de pasajeros.
 - 267** escalas de cruceros totales



- València ha registrado un **notable crecimiento en el número de viajeros de AVE** de larga distancia tras la recuperación postpandemia. La entrada de nuevos operadores privados ha mejorado notablemente las conexiones ferroviarias con Madrid, ofreciendo mayores capacidades y tarifas más competitivas. Esta evolución refuerza la posición de València como un destino accesible y bien conectado, tanto a nivel nacional como internacional..
 - 7,1M** de pasajeros en conexiones de tren de **larga distancia** y **10,4M** de pasajeros en conexiones de **media distancia** en 2023





Sostenibilidad

La sostenibilidad es un pilar estratégico del turismo en València, integrándose en proyectos nacionales e internacionales y avanzando hacia un **modelo más circular, ético y responsable, con el PSTD** como hito fundamental que **tangibiliza e instrumentaliza la gestión turística del destino**. Iniciativas como la **creación del Observatorio de Sostenibilidad Turística** reflejan este compromiso. Asimismo, el turismo asume su **responsabilidad frente a situaciones críticas como la DANA**, dado su carácter transversal, lo que exige actuar y estar preparado para gestionar eficazmente estos escenarios.

Retos

1. Integrar un **enfoque de sostenibilidad de triple vertiente** (medioambiental, económica y sociocultural) en la gestión turística, respetando la calidad de vida de los residentes y promoviendo la preservación natural y cultural del destino.
2. Consolidar el compromiso de los actores del ecosistema turístico de València con el posicionamiento de la ciudad como un **destino sostenible y saludable**.
3. Asegurar la **accesibilidad universal** en la experiencia turística de todas las personas que visitan la ciudad de València, eliminando barreras arquitectónicas y promoviendo servicios inclusivos.
4. Preservar el estilo de vida y la **identidad local** del destino.
5. **Sensibilizar a la ciudadanía** sobre los beneficios del turismo, destacando su impacto en el desarrollo económico, la generación de empleo y la construcción de un modelo sostenible que priorice el bienestar ciudadano.



Sostenibilidad

La sostenibilidad es un pilar estratégico del turismo en València, integrándose en proyectos nacionales e internacionales y avanzando hacia un **modelo más circular, ético y responsable, con el PSTD** como hito fundamental que **tangibiliza e instrumentaliza la gestión turística del destino**. Iniciativas como la **creación del Observatorio de Sostenibilidad Turística** reflejan este compromiso. Asimismo, el turismo asume su **responsabilidad frente a situaciones críticas como la DANA**, dado su carácter transversal, lo que exige actuar y estar preparado para gestionar eficazmente estos escenarios.

Retos

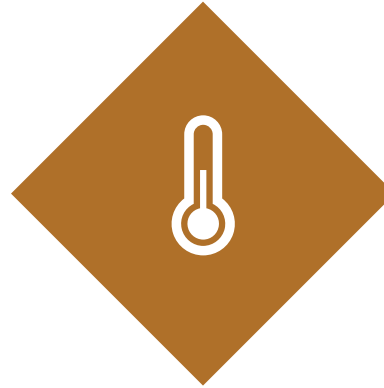
6. Crecer en **segmentos más sostenibles** para el destino.
7. Fortalecer las **infraestructuras de conectividad** aérea, marítima y ferroviaria, con el objetivo de atraer de manera sostenible a segmentos de demanda de interés.
8. Fomentar un **ecosistema empresarial** dinámico y sostenible, promoviendo el emprendimiento como motor de innovación y fomentando las prácticas sostenibles en las empresas.
9. Promover la **calidad del destino y la industria turística** mediante el cumplimiento de estándares de sostenibilidad y calidad.



Sostenibilidad

**València debe gestionar el crecimiento para garantizar la sostenibilidad**

València reconoce la importancia de la **sostenibilidad** para proteger el patrimonio y garantizar un desarrollo equilibrado y sostenible a largo plazo.

**València tangibiliza la sostenibilidad con hitos como la Capitalidad Verde Europea y el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino**

Estas iniciativas se materializan en proyectos que abordan la **mejora del entorno urbano, la conservación o protección del patrimonio cultural y natural y la diversificación de la oferta turística**, avanzando hacia un modelo alineado con objetivos globales de sostenibilidad.

**València aspira a ser una ciudad accesible, saludable y sostenible**

València aspira a posicionarse como un **destino accesible, saludable y sostenible**, promoviendo el estilo de vida mediterráneo, y las condiciones favorables para una vida activa, como los entornos para la realización de actividades deportivas al aire libre.



Sostenibilidad



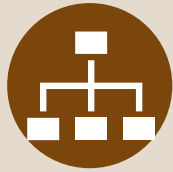
València busca tener una demanda turística sostenible mediante la priorización de productos y mercados

En la actualidad, la estrategia quiere dirigirse a **grupos de demanda sostenible**, y mercados de interés, por su capacidad de gasto y su alta valoración de las **experiencias auténticas que reflejan la identidad cultural local**.



El turismo tiene un impacto positivo en València

Sensibilizar a la **ciudadanía** sobre los **beneficios que genera el turismo**, destacando su impacto positivo en la economía local, el empleo y la calidad de vida.



Gobernanza

La gobernanza turística en València se caracteriza por un modelo basado en la **coordinación público-privada** y una elevada **participación de agentes clave**. La **Delegación de Turismo** desempeña un papel central en la gestión integral del destino, incluyendo la dinamización de órganos como el **Consell Municipal de Turisme de València**, la **Comisión Municipal de Coordinación Turística** y la **Comisión de Seguimiento DTI**. La **Fundación Visit València**, entidad con un modelo público-privado, articula la colaboración con el sector privado mediante programas de producto que agrupan a más de 500 empresas. La Fundación gestiona la **marca y promueve** la promoción del destino a nivel nacional e internacional, y se encarga de la atención al turista.

Retos

10. Consolidar la **implicación del sector privado e incrementar la participación de la ciudadanía** en la planificación y toma de decisiones, promoviendo la transparencia y un enfoque inclusivo en el diseño de las estrategias.
11. Impulsar la **coordinación interdepartamental** en la administración local para abordar de manera transversal temas clave como movilidad, cultura, infraestructuras y sostenibilidad turística.
12. Desarrollar sistemas de seguimiento y adaptación para garantizar una **gestión flexible** ante cambios normativos y nuevas tendencias del sector turístico.
13. Reforzar la **presencia del destino en foros** de debate y toma de decisiones de rango autonómico, nacional e internacional.



Governanza



València cuenta con un sistema de gobernanza turística referente

Alta participación de agentes clave mediante la **colaboración público-privada** a través de la Delegación de Turismo y la Fundación Visit València.



València se alinea con el marco estratégico internacional vinculado a la sostenibilidad social

Estrategia conectada con las directrices internacionales y **vinculada a la resiliencia y la sostenibilidad.**



El éxito del sector depende de su capacidad de anticiparse y adaptarse a los cambios e imprevistos

Necesidad de desarrollar un **plan estratégico flexible** y capaz de ajustarse a diferentes escenarios y dinámicas del sector, incluyendo un protocolo de actuación ante situaciones imprevistas.



Es necesario estudiar los subsectores turísticos percibidos como críticos

Analizar detalladamente las **implicaciones y necesidades de diferentes subsectores.**



Se debe abordar el turismo como un fenómeno transversal para su gestión

Sensibilizar a los órganos de gestión sobre la transversalidad del sector turístico, para **perfeccionar la coordinación en la gestión de la ciudad.**



Propuesta de valor

València se distingue por su esencia mediterránea, donde el estilo de vida y la identidad cultural se entrelazan con una oferta turística que combina autenticidad y vanguardia. La ciudad ha apostado por la especialización y diversificación de sus productos turísticos. Entre sus productos más relevantes destaca **la gastronomía**, posicionando a la ciudad de València como la despensa del Mediterráneo. En el ámbito del **turismo MICE**, su conectividad y modernas infraestructuras la posicionan como un destino competitivo. El **turismo cultural** también ocupa un lugar clave, reforzando el vínculo histórico de la ciudad. Por su parte, el **turismo deportivo** se consolida con eventos internacionales, como la Maratón Trinidad Alfonso y el Trofeo SM La Reina de vela. Adicionalmente el **turismo de compras, idiomático** y de **salud**, completan la oferta de la ciudad.

Retos

14. Fortalecer la estrategia de **desarrollo de productos** turísticos clave como **MICE, gastronomía, cultura** y **deporte**, al tiempo que se trabaja en la consolidación de productos complementarios en el destino, como **salud, compras** y **estudios**.
15. Fomentar la **diversificación de productos turísticos innovadores**, alineados con el modelo de ciudad.
16. Promover **experiencias únicas, auténticas y diversas**, soportadas por estrategias de comunicación diferenciadoras.



Propuesta de valor



La Fundación Visit València ha impulsado significativamente la **promoción y diversificación de la oferta turística**

La Fundación Visit València ha impulsado la **diversificación de la oferta turística** a través de **programas de producto**, impulsando el crecimiento de los diferentes subsectores dentro del sector turístico.



València, un destino consolidado en MICE, gastronomía, cultura y deporte

València se ha posicionado como un **referente** en estos segmentos gracias a su desarrollo estratégico. Potenciar estos productos clave permitirá reforzar su **liderazgo y competitividad** en estos mercados.



Nuevas tendencias y productos emergentes para diversificar la oferta turística

El crecimiento de productos como **Studies, Health o Film Office** abre nuevas oportunidades para ampliar la propuesta de valor y adaptarse a las demandas emergentes.



Innovación

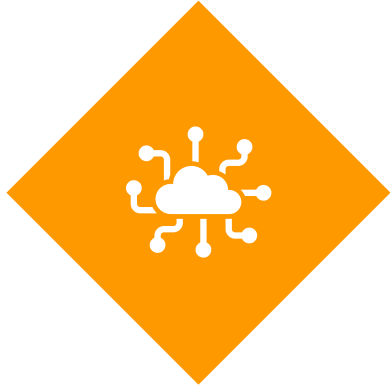
València refuerza su compromiso con la digitalización y el turismo inteligente a través de iniciativas clave, como su **adhesión a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)**, la construcción de un Sistema de Inteligencia Turística y otras herramientas digitales para atender a viajeros y fortalecer la comunicación con las empresas involucradas en el desarrollo turístico. Este esfuerzo fue reconocido con su designación como **Capital Europea del Turismo Inteligente en 2022**. A su vez, impulsa la transición verde y digital del sector turístico a través de iniciativas como Fu-Tourism. A pesar de estos logros, la ciudad debe seguir trabajando en su transformación digital, no sólo para optimizar la obtención y el uso de datos en la toma de decisiones estratégicas, sino también para fortalecer y ampliar proyectos que promuevan la digitalización de las pequeñas y medianas empresas del sector, mejorando la experiencia del visitante. La Plataforma Inteligente de Destinos (PID) es uno de ellos.

Retos

17. Progresar en la consolidación de València como un **Destino Turístico Inteligente**, a través de la aplicación de tecnologías avanzadas y el uso de datos para impulsar una toma de decisiones eficiente.
18. Avanzar en la digitalización los sistemas de **atención al turista**, incorporando herramientas avanzadas y canales de comunicación innovadores que mejoren la experiencia del visitante y optimicen la gestión municipal turística.
19. Integrar y gestionar eficientemente los recursos turísticos mediante la **Plataforma Inteligente de Destinos (PID)**, creando un ecosistema digital integrado que fortalezca la digitalización del sector turístico de València y genere inteligencia turística para la toma de decisiones basada en evidencia.
20. Implementar **herramientas y modelos** basados en tecnologías innovadoras, que contribuyan a **conocer mejor los impactos del turismo** en la ciudad, para la toma de acciones.



Innovación



València está comprometida con la digitalización y en el uso de tecnologías avanzadas aplicadas al turismo

La ciudad presenta un **compromiso con la digitalización e innovación**. El progreso de estas acciones y nuevas iniciativas pueden posicionar a València entre los **destinos referentes en digitalización**.



Conocer a turistas y residentes es clave para el éxito del sector turístico

Comprender las **motivaciones de los turistas**, su satisfacción y monitorizar la **percepción de los residentes** sobre el turismo.

Optimizar la toma de decisiones estratégicas basadas en **datos** y compartir la base de datos con el **sector privado y los residentes** para mejorar la competitividad empresarial y la transparencia.



Se debe fomentar un ecosistema empresarial dinámico y sostenible, incluyendo el impulso al emprendimiento y a la digitalización de las pymes

Apoyo al fortalecimiento de la **industria turística local** y a la mejora de la competitividad a través del impulso a la **innovación y emprendimiento** y a la **digitalización y acceso a los datos de las pymes**, a través de soluciones como la de la **PID**.



Integración

València impulsa un modelo turístico basado en la **colaboración y el beneficio mutuo**, generando **sinergias con su entorno** para enriquecer su propuesta de valor y diversificar la oferta del destino. Esta visión integradora permite que la ciudad y su entorno se fortalezcan conjuntamente, ampliando las oportunidades para ambos. El turismo en València forma parte de un ecosistema interconectado, donde cada zona aporta su identidad y dinamismo. La integración de nuevas experiencias y espacios contribuye a una oferta más completa, beneficiando tanto a visitantes como a comunidades locales. Esta estrategia, abierta y flexible, facilita la incorporación de iniciativas que refuercen la propuesta de valor de València con una perspectiva más amplia e inclusiva.

Retos

21. Potenciar el destino turístico a través de un **enfoque integrador de ciudad, área metropolitana y provincia**, fomentando sinergias estratégicas que maximicen los beneficios del turismo.
22. Coordinar **estrategias** y **la oferta turística interadministrativa** para ofrecer una **propuesta de valor más diversa, complementaria y atractiva**. El reto es fortalecer la identidad de la ciudad y su entorno, integrando recursos y experiencias a fin de generar valor para visitantes y comunidades locales.



Integración

**Recursos y atractivos con potencial para ampliar la propuesta de valor**

Los recursos y atractivos que rodean la ciudad de València ofrecen oportunidades para desarrollar **nuevas experiencias turísticas** alineadas con las tendencias actuales, **ampliando la propuesta de valor** y **redistribuyendo los beneficios del turismo**.

**Colaboración para una mejor gestión turística**

El trabajo conjunto con el área metropolitana y destinos cercanos permite una **gestión más eficiente** de los flujos turísticos, mejorando la **experiencia de visitantes y residentes** y fortaleciendo la competitividad del destino.

An aerial night photograph of a densely packed city, likely Seville, Spain. The Giralda tower of the Seville Cathedral is a prominent feature in the center-left. A large, brightly lit Christmas tree stands in the square in front of the cathedral. The city is illuminated by streetlights and building lights, creating a warm, golden glow. The sky is dark, and the overall atmosphere is festive and historic.

3.

**Metodología de trabajo
para la elaboración del
Plan Estratégico de
Turismo**

La elaboración del Plan se ha basado en un proceso participativo con el ecosistema turístico, estructurado en 4 fases alineadas e integradas. Este extenso proceso ha permitido recoger inquietudes, perspectivas y aportaciones del sector turístico valenciano, garantizando una estrategia inclusiva y representativa de sus necesidades.



1. Situación de partida

Diagnóstico del sector turístico a través del análisis de diversas fuentes de información para identificar los principales retos del turismo en València. Este análisis se basa en el estudio del **marco estratégico**, de la **demanda y oferta**, y las **tendencias internacionales**, proporcionando una **visión integral del sector**.



2. Proceso participativo

Conducción de un proceso de participación que **involucre a todos los agentes clave del sector turístico**, asegurando que el Plan refleje sus necesidades y prioridades. Este trabajo se ha desarrollado tanto en la fase de diagnóstico como en la de formulación, garantizando una visión integradora y representativa.



3. Plan de acción

Planteamiento de una hoja de ruta hasta el año 2028 que facilite la implementación de las líneas de trabajo en base a los diferentes **objetivos estratégicos**.



4. Despliegue y gestión

Definición de las **metodologías clave para el despliegue, seguimiento y gestión de los distintos componentes del Plan Estratégico de Turismo de València 2025-2028** y su correspondiente Plan de Acción, garantizando su implementación efectiva y alineada con los objetivos estratégicos.

Hitos del proceso participativo

38 Entrevistas personales

destinadas a comprender la **situación actual** del sector del turismo de València, la **percepción de agentes clave** e **identificar posibles líneas de actuación** a desarrollar en el futuro.

4 Sesiones de contraste internas

destinadas al **seguimiento, reflexión y validación de los distintos elementos** tratados a lo largo de todo el proceso de elaboración con personal del Ayuntamiento y diferentes sesiones para conocer la percepción de actores clave.

2 Sesiones con el Consell Municipal de Turisme

destinadas a la **presentación del diagnóstico y del plan** con el fin de su validación, y para la presentación de los **resultados finales**.

7 Mesas de trabajo

destinadas a **identificar retos específicos de cada línea de producto** de la Fundación y una mesa con el personal de la Fundación para identificar retos del sector en general.



4

Elementos clave de la
Estrategia

El Plan Estratégico de Turismo de València 2025-2028 es una hoja de ruta que define la dirección para la transformación del sector turístico de la ciudad. Además, establece un plan de acción con medidas concretas para alcanzar los objetivos estratégicos en los próximos años.



Horizonte 2028

Visión 2028

Definición de la visión 2028 del sector turístico de la ciudad de València

Ejes de transformación

Concreción de los ejes de transformación del turismo valenciano y de los objetivos estratégicos asociados a los mismos

Planes de acción

Acciones

Identificación de acciones concretas para dar respuesta a los objetivos estratégicos del turismo

Plan anual

Diseño de las hojas de ruta anuales para la implantación de la Estrategia

Modelo de despliegue y gestión

Órgano de gobernanza

Establecimiento de una Mesa de Trabajo para la gobernanza del Plan

Modelo de evaluación

Definición del modelo de implantación, seguimiento y evaluación de la Estrategia

4.1 | La visión 2028: aspiración a futuro

La visión constituye el estado futuro deseado, la aspiración del turismo en València. Se trata de un enunciado que expone cómo desea posicionarse el sector turístico valenciano en el marco temporal del Plan Estratégico para avanzar hacia su recuperación y transformación.

“

Convertir a la ciudad de València en el **destino urbano líder del Mediterráneo**, que gestiona su crecimiento turístico de forma sostenible haciendo de esta actividad una herramienta de **progreso, innovación e inclusión**.

Un destino urbano que decide sobre **qué visitantes recibe, qué cantidad y en qué momentos llegan a la ciudad** manteniendo siempre el **respeto por el estilo de vida mediterráneo de sus residentes**, quienes comparten con ellos sus atractivos, espacios y servicios bajo los valores de la **hospitalidad**.

”

Aprovechando las bondades del turismo para impulsar el modelo de ciudad que los valencianos desean alcanzar, se propone un enfoque de crecimiento turístico que:

- Gestione el **éxito** desde la óptica de la **sostenibilidad**.
- Sitúe al **ciudadano** en el **centro** de la acción turística, haciéndole **beneficiario** de sus bondades tanto **económicas** como **culturales**.
- Capte el interés de un **visitante comprometido** con los **valores del destino**, capaz de mejorar la sociedad que lo recibe.
- Anticipe, identifique, mida, elimine y evite las **posibles externalidades negativas** de la actividad turística.
- Facilite la **toma de decisiones informadas**, haciendo de los **datos** y el **conocimiento** la base de la acción de todos los agentes del ecosistema.
- Haga de la **innovación** una herramienta para abordar los nuevos desafíos de los destinos urbanos.
- Impulse la **recuperación, conservación y promoción** de los **recursos** y **estilo de vida** de los ciudadanos.



4.2 | Los valores: atributos de València

Los atributos representan las características que definen la identidad turística de València, reflejando su esencia, su propuesta de valor y la experiencia diferencial que ofrece como destino.

 Mediterránea	València es un ejemplo emblemático del estilo de vida mediterráneo , integrando sostenibilidad, equilibrio y conexión con su entorno natural y cultural . Su ubicación privilegiada frente al mar, su orografía y clima y su relación histórica con el Mediterráneo se manifiestan en su urbanismo, sus paisajes, estilo de vida y su oferta turística. Estos elementos configuran una propuesta única, que refleja y celebra los principios de convivencia, bienestar y respeto al entorno , intrínsecos al contexto geográfico y cultural mediterráneo.
 Auténtica	La ciudad preserva su identidad cultural e histórica como un activo estratégico tanto para los residentes como para quienes la visitan . Su rico patrimonio arquitectónico , su oferta cultural y sus tradiciones reconocidas internacionalmente se gestionan con una visión que equilibra la conservación y modernidad . Este compromiso permite a València posicionarse como un referente global de autenticidad , donde lo histórico y lo contemporáneo coexisten para ofrecer experiencias únicas a residentes y visitantes.
 Saludable	Comprometida con el bienestar y la sostenibilidad , València prioriza la creación de espacios urbanos que promueven estilos de vida saludables . La red de espacios verdes , la apuesta por la movilidad sostenible y el acceso a una dieta mediterránea basada en productos frescos y locales consolidan su posición como un destino saludable y consciente.
 Dinámica	València se distingue por su capacidad para ofrecer una oferta cultural, deportiva y de ocio amplia , diversa y accesible con unos altos niveles de servicio, que se mantiene en constante evolución . Su dinamismo se refleja en una extensa agenda de eventos de carácter regional, nacional e internacional , su apuesta por la creatividad , el diseño y la innovación , y su espíritu abierto , lo que la convierte en un destino atractivo tanto para el visitante como para el residente.
 Accesible	La accesibilidad es un rasgo característico de la ciudad , que trabaja por consolidar este atributo en todos los recursos, espacios, experiencias y servicios turísticos que pone al servicio del visitante y del residente.

Los ejes palanca se corresponden con los principales elementos estructuradores del Plan, siendo estos ámbitos de actuación sobre los que se vertebrará el modelo turístico futuro de València. Estos están interrelacionados y actúan como un engranaje que impulsa un modelo de ciudad sostenible, innovador y de alta calidad.



Eje 1. Sostenibilidad



Es el eje principal e impregna todos los ejes estratégicos y líneas de acción. El plan está presidido por el principio de sostenibilidad que actúa como marco general de la planeación turística del destino. Un pilar que asegura el crecimiento equilibrado de la actividad turística desde su triple perspectiva ambiental, económica y social y que parte de la idea de que el crecimiento turístico es un canal de prosperidad para la ciudad.

Eje 2. Gobernanza



El plan identifica las realidades del ecosistema turístico público y privado garantizando la atención a los problemas, propuestas e iniciativas de los diferentes actores, a través de los programas de acción pública incluyendo los de instituciones supramunicipales: Diputación de València, Generalitat Valenciana y Administración del Estado.

Eje 3. Propuesta de valor



La capacidad del destino para reforzar y evolucionar la propuesta de la marca València es fundamental. Este eje se enfoca en fortalecer programas clave, al tiempo que impulsa la mejora de la calidad de la oferta turística. El objetivo es garantizar una experiencia enriquecedora y competitiva para todos los visitantes, consolidando el atractivo y diferenciación del destino.

4.3 | Los ejes palanca para la transformación

Los ejes palanca se corresponden con los principales elementos estructuradores del Plan, siendo estos ámbitos de actuación sobre los que se vertebrará el modelo turístico futuro de València. Estos están interrelacionados y actúan como un engranaje que impulsa un modelo de ciudad sostenible, innovador y de alta calidad.



Eje 4. Innovación

El destino València debe innovar en sus propuestas para conservar su liderazgo según las nuevas realidades del mercado, nuevos valores y comportamientos, nuevas herramientas y servicios y una cada vez más una amplia, diversa y profesionalizada competencia. El plan responde a esta realidad al tiempo que, como destino turístico inteligente, se propone ampliar y perfeccionar el uso de las tecnologías al objeto de mejorar tanto la gestión pública, como la competitividad del tejido productivo y generar datos capaces de realizar una gestión sostenible de la actividad turística.

Eje 5. Integración

El eje de integración busca ampliar y diversificar la propuesta turística de València mediante un enfoque colaborativo, conectando la ciudad con su entorno. Fomenta sinergias, refuerza identidades, optimiza recursos y equilibra el impacto del turismo, generando beneficios compartidos para residentes y visitantes.

EJE 1. Sostenibilidad

de dónde
venimos...



València ha situado la sostenibilidad como un pilar fundamental de su estrategia turística, destacando el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino 2022-2024. Alineadas con los ODS, las acciones del Plan buscan promover un turismo equilibrado, responsable e innovador. Hasta el momento, la ciudad ha sido distinguida con numerosos reconocimientos, como el de la Capitalidad Verde Europea, los cuales reconocen los esfuerzos de València, principalmente, en materia de sostenibilidad medioambiental.

a dónde
queremos ir...



València persigue un turismo que genere un impacto positivo en la comunidad local, impulse un crecimiento económico equilibrado y refuerce la sostenibilidad ambiental. A través de la innovación y la colaboración, la ciudad busca situar al residente en el centro de la estrategia, y consolidarse como un destino responsable, competitivo y alineado con las necesidades de residentes y visitantes.

Objetivos estratégicos asociados

- 1.1. Diversificar y amplificar los impactos positivos del turismo sobre la población y el entorno local, fomentando el bienestar comunitario de los residentes
- 1.2. Generar un crecimiento económico sostenible a través de estrategias de promoción en mercados estratégicos y de acciones para la atracción y retención de talento
- 1.3. Potenciar el impacto positivo del turismo en el entorno natural y urbano de València, promoviendo prácticas responsables y sostenibles que contribuyan a la conservación de los recursos naturales, la reducción de la huella ecológica y la mejora de los espacios verdes y públicos de la ciudad



Eje 1. Sostenibilidad

OBJETIVO 1.1.

1.1.1. Desarrollar un **plan de accesibilidad turística** que revierta positivamente en la experiencia de visitantes y residentes.

1.1.2. Realizar **programas de sensibilización al turista** mediante la implementación de campañas informativas sobre el impacto de sus acciones y contribución al bienestar de la ciudad.

1.1.3. Desarrollar una **campaña de sensibilización dirigida a los residentes** para destacar el impacto positivo del turismo y sus beneficios.

1.1.4. Impulsar **programas de legado** para la ciudad de València basados en la sostenibilidad social.

1.1.5. Elaborar una propuesta de **recomendaciones** para el desarrollo de la **actividad VUT** en València.

1.1.6. Fomentar una **actividad crucerística sostenible** a través de un plan de acción adecuado a las necesidades del destino y su ciudadanía.





Eje 1. Sostenibilidad

OBJETIVO 1.2.

1.2.1. Fomentar la **conectividad con mercados y segmentos clave** para València por sus hábitos sostenibles y comportamiento respetuoso.

1.2.2. Impulsar la **capacitación experta** de los diferentes actores del ecosistema turístico de la ciudad con entidades de formación de referencia.

1.2.3. Mejorar la **percepción del turismo entre la ciudadanía** y los propios trabajadores como sector para el desarrollo profesional y empleo de calidad.





Eje 1. Sostenibilidad

OBJETIVO 1.3.

1.3.1. Impulsar el posicionamiento de la ciudad de València como destino turístico y recursos sostenibles y de calidad a través de **certificaciones, estándares e índices de referencia de reconocido prestigio.**

1.3.2. Contribuir desde el turismo al objetivo de **neutralidad climática 2030** de la ciudad de València mediante la medición y compensación de la huella de carbono.

1.3.3. Reducir el consumo de recursos (agua y plásticos) en la actividad turística en la ciudad.

1.3.4. Fortalecer el argumentario de Capitalidad Verde Europea para reforzar el posicionamiento internacional de València como destino sostenible y saludable.

1.3.5. Desplegar una **red de espacios saludables** en la ciudad de València.



EJE 2. Gobernanza

de dónde
venimos...



València cuenta con una estructura de gobernanza sólida que facilita una colaboración eficaz entre los sectores público y privado. La Delegación de Turismo se encarga de gestionar las políticas y acciones públicas relacionadas con el turismo, mientras que la Fundación Visit València lidera la gestión del sector privado y la promoción, trabajando para posicionar la ciudad como un destino turístico destacado.

Objetivos estratégicos asociados

2.1. Consolidar el modelo de gestión turística de València como referente innovador

2.2. Potenciar la participación del sector empresarial turístico en el modelo de gobernanza mediante acciones dirigidas a la mejora de la gestión del destino y la sostenibilidad social

a dónde
queremos ir...



València tiene como objetivo fortalecer su modelo de gestión turística, posicionando la DMO como un referente en el sector. El plan estratégico avanza hacia una gobernanza más inclusiva y coordinada, alineada con los intereses de todos los actores involucrados. Además, busca adaptarse a la realidad del destino, mejorando la comunicación con los sectores clave para agilizar la resolución de dudas y trámites relacionados con la actividad turística, al mismo tiempo que incrementa la resiliencia del destino mediante la implementación de protocolos ante situaciones de emergencia.



Eje 2. Gobernanza

OBJETIVO 2.1.

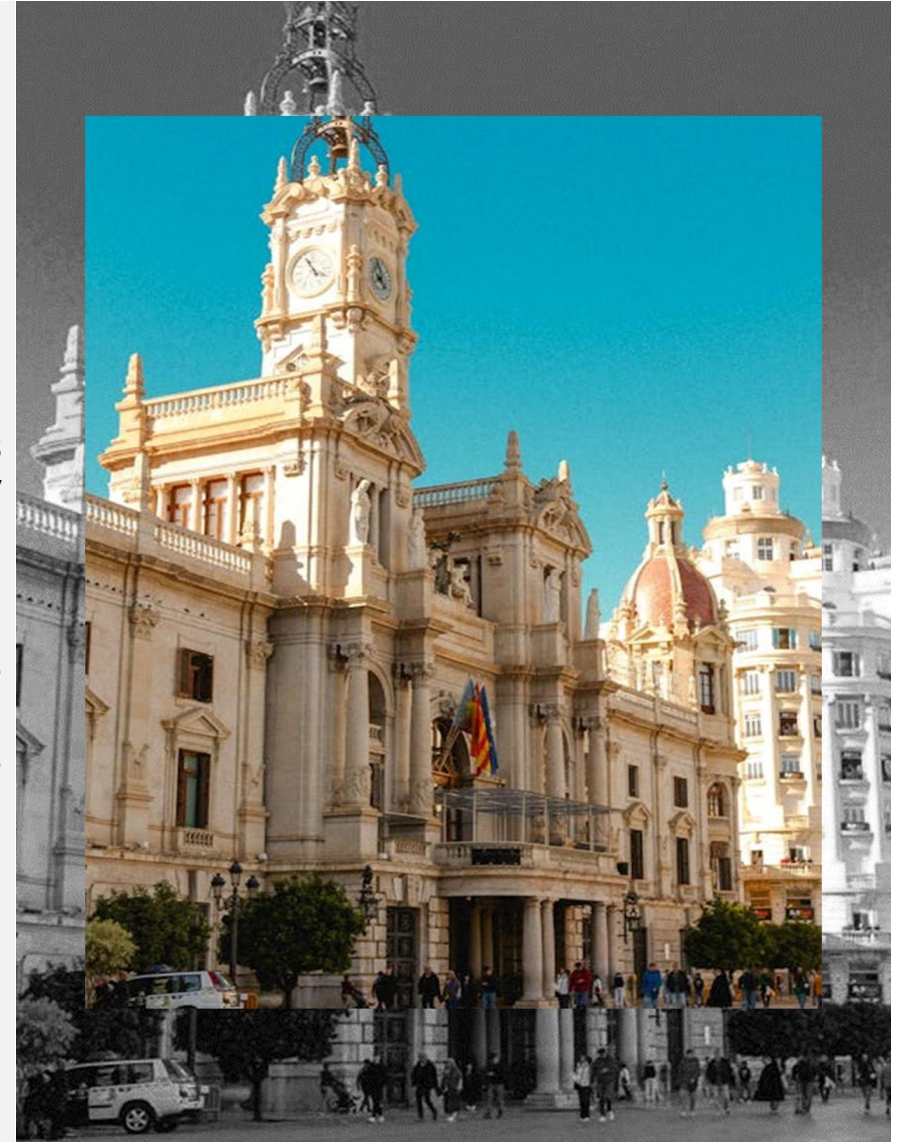
2.1.1. Incrementar las acciones de **coordinación entre los órganos locales** con competencias turísticas.

2.1.2. Incorporar la **perspectiva turística en las estrategias de los distintos servicios municipales** mediante el impulso de instrumentos de **coordinación interdepartamental** y optimizando los órganos de gobernanza.

2.1.3. Contar con un **protocolo de intervención** en caso de situaciones de emergencia en turismo que determine las responsabilidades de todas las partes implicadas.

2.1.4. Fomentar las **sinergias con administraciones supramunicipales**: Diputación de València, Generalitat Valenciana y Administración del Estado.

2.1.5. Promover la presencia de València en **foros nacionales e internacionales** que impulsen a la ciudad como referente en el ámbito de la sostenibilidad, digitalización e innovación.





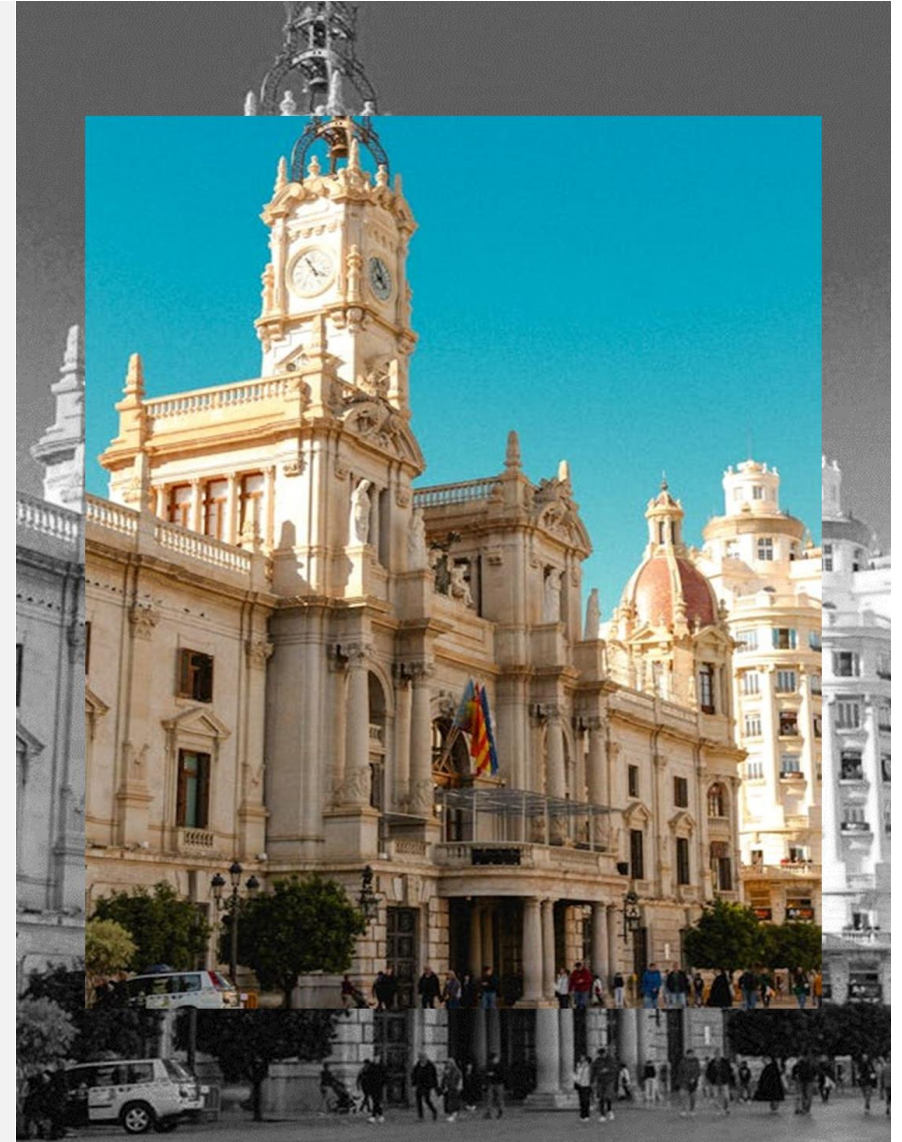
Eje 2. Gobernanza

OBJETIVO 2.2.

2.2.1. Desarrollar un **mapa del ocio** en València y de sus principales características.

2.2.2. Consolidar el **Punto de Atención a la Hostelería (PAH)** como el canal municipal referente de atención a este colectivo.

2.2.3. Crear una **Red de Prescriptores y Embajadores** que promuevan la marca València y sus atributos.



EJE 3. Propuesta de valor

de dónde
venimos...



València ha trabajado en su propuesta de valor mediante la especialización y diversificación de su oferta turística a través de los programas de producto, lo que ha permitido una colaboración más estrecha con los diferentes subsectores del turismo. Además, ha sabido poner en valor su identidad, mediante una estrategia de promoción nacional e internacional, lo que ha impulsado significativamente el crecimiento del turismo, especialmente el internacional, consolidando a la ciudad como un destino global de referencia.

a dónde
queremos ir...



València aspira a contar con una oferta turística especializada que ponga en valor todos los atributos del destino, adaptados a los diferentes mercados estratégicos. La ciudad trabajará también en la mejora continua de la calidad de su oferta, impulsando el talento del sector y asegurando su adaptación a las nuevas tendencias de la demanda.

Objetivos estratégicos asociados

3.1. Ofrecer una propuesta de producto y servicio turístico de calidad, alineado con las expectativas del visitante



Eje 3. Propuesta de valor

OBJETIVO 3.1.

- 3.1.1.** Potenciar València como destino de referencia para el **turismo familiar**.
- 3.1.2.** Situar València como destino gastronómico de referencia a nivel nacional e internacional, promoviendo su **Despensa Mediterránea**.
- 3.1.3.** Consolidar València como destino de referencia para el **turista deportivo**, tanto por la celebración de eventos como por la práctica activa del deporte.
- 3.1.4.** Desarrollar el **turismo de salud** como parte del posicionamiento de València como ciudad saludable.
- 3.1.5.** Fomentar el incremento del **gasto turístico en compras** en la ciudad.
- 3.1.6.** Consolidar València en los mercados nacionales e internacionales como **destino MICE de excelencia**, sostenible e innovador.
- 3.1.7.** Reforzar la Marca València a través de su propuesta cultural para su reconocimiento nacional e internacional como **ciudad cultural**.
- 3.1.8.** Posicionar València como **ciudad jubilar** y, específicamente, como **Ciudad del Santo Cáliz**.
- 3.1.9.** Posicionar València como destino **turístico musical: València Music City**.
- 3.1.10.** Potenciar València como un destino de referencia para **rodajes audiovisuales**.
- 3.1.11.** Potenciar València como un destino de referencia para el **turismo idiomático**.



EJE 4. Innovación

de dónde
venimos...



València ha trabajado activamente en la innovación y digitalización del destino, mediante diferentes acciones como los proyectos del Sandbox urbano, la plataforma VLCi, iniciativas como el proyecto Zentropy y Fu-tourism o la incorporación de la ciudad a la Red DTI. A través de estas acciones la ciudad ha obtenido reconocimientos como Capital Europea del Turismo Inteligente (2022), que otorgan un gran potencial a València para posicionarse como un destino innovador y referente en materia de digitalización e inteligencia turística.

a dónde
queremos ir...



València busca incrementar y aunar estas líneas de trabajo de innovación y digitalización del destino para fortalecer la competitividad del sector, optimizar la gestión turística e incrementar tanto el bienestar de los residentes como la experiencia de los visitantes. Para ello, será clave el trabajo realizado mediante la PID (Plataforma Inteligente de Destinos), la cual permitirá integrar las diferentes acciones realizadas en materia de digitalización e innovación.

Objetivos estratégicos asociados

- 4.1. Mejorar el conocimiento turístico de València para establecer las estrategias y acciones que permitan consolidar la ciudad de València como destino sostenible
- 4.2. Promover la digitalización de las empresas y recursos del ecosistema turístico de la ciudad de València
- 4.3. Fomentar el emprendimiento innovador en el sector turístico como herramienta para el desarrollo del sector
- 4.4. Optimizar la experiencia del turista a través de herramientas digitales y servicios personalizados



Eje 4. Innovación

OBJETIVO 4.1.

4.1.1. Diseñar e implementar el **Observatorio de Sostenibilidad Turística** como una herramienta referente de la medición de la sostenibilidad del destino.

4.1.2. Consolidar València como **destino turístico inteligente**.

4.1.3. Desarrollar, en colaboración con Smart City, la **Plataforma Inteligente de Destinos (PID)** e integrarla en el Centro Unificado de Operaciones de SEGITTUR con el fin de desarrollar modelos predictivos.

4.1.4. Implementar acciones para **analizar los flujos turísticos, el comportamiento de los visitantes y las zonas de mayor afluencia**, fomentando la sostenibilidad del destino.

4.1.5. Impulsar la **Smart Tourism City Office (STCO)** como centro tecnológico avanzado para mejorar la gestión de visitantes.

OBJETIVO 4.2.

4.2.1. Fomentar la **transformación digital de los recursos turísticos municipales** de mayor atracción para mejorar su accesibilidad, sostenibilidad y visibilidad turística.

4.2.2. Impulsar la **transformación digital de las pymes turísticas** valencianas.

4.2.3. Orientar al sector turístico hacia la **economía del dato** promoviendo su integración en la Plataforma Inteligente de Destinos (PID).





Eje 4. Innovación

OBJETIVO 4.3.

4.3.1. Coordinar un **plan de innovación turística** en el destino con València Innovation Capital.

4.3.2. Impulsar el **desarrollo de proyectos innovadores** que contribuyan a la sostenibilidad, la digitalización y la competitividad del destino.

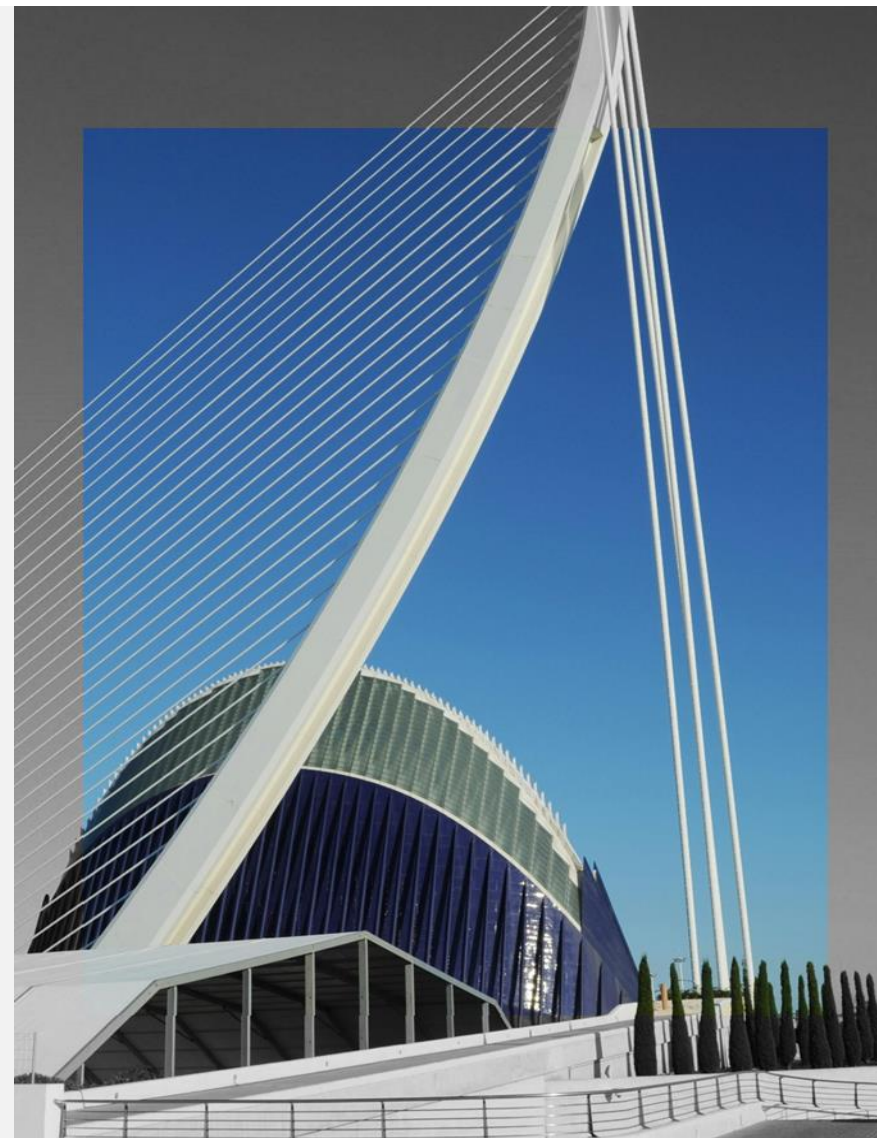
OBJETIVO 4.4.

4.4.1. Poner en marcha un **Centro de Interpretación del Santo Cáliz** innovador y digital.

4.4.2. Desarrollar una **App para el destino turístico València** que permita monitorizar los gustos, preferencias y actividades del turista durante su estancia en la ciudad.

4.4.3. Impulsar la **digitalización y modernización de las oficinas de información turística** de la ciudad de València.

4.4.4. Digitalizar la **València Tourist Card (VTC)** y promover su uso para una movilidad sostenible.



EJE 5. Integración

de dónde
venimos...



València está trabajando en la integración de diferentes zonas y experiencias dentro de su oferta turística para diversificar y ampliar su propuesta. Se ha promovido una distribución más equilibrada del impacto positivo del turismo, incorporando nuevas áreas a la propuesta de valor del destino, resaltando su singularidad y adaptándolas a las motivaciones de los visitantes. Además, se ha potenciado la integración de recursos naturales como l'Horta y l'Albufera, aportando al destino una dimensión más sostenible y saludable, en línea con las tendencias del turismo responsable.

Objetivos estratégicos asociados

5.1. Integrar en la propuesta de valor de València a los recursos y atractivos que rodean la ciudad, para diversificar experiencias, redistribuir flujos turísticos y consolidar el destino como un espacio integrado y sostenible

a dónde
queremos ir...



València busca integrar de manera más profunda los recursos naturales, atractivos y ecosistemas en su propuesta de valor, diversificando las experiencias turísticas y promoviendo una redistribución más equilibrada del impacto económico del sector. El objetivo es consolidar València como un destino integrado y sostenible, que ofrezca una experiencia enriquecedora tanto para visitantes como para residentes. Para ello, la ciudad reforzará su posicionamiento como un destino sostenible y saludable, atrayendo a turistas responsables y comprometidos con el bienestar de las personas, la conservación del medio ambiente y el desarrollo positivo del turismo, tanto en la ciudad como en su entorno.



Eje 5. Integración

OBJETIVO 5.1.

5.1.1. Desarrollar el **programa Turismo de Barrios** como un nuevo producto turístico que tiene su base en la sostenibilidad social y que completa la propuesta de valor del destino València.

5.1.2. Potenciar **la Marina** como atractivo turístico de referencia en la ciudad de València por su oferta náutica, polo de innovación y oferta gastronómica.

5.1.3. Desarrollar un **microdestino en els Pobles del Sud** que incluya naturaleza, gastronomía y turismo activo, integrado con la propuesta de valor del resto de la ciudad.





5.

Despliegue y evaluación
del Plan

Implementación del Plan Estratégico

El Plan Estratégico de Turismo de València prevé la ejecución de numerosas acciones hasta 2028. Para optimizar su gestión y seguimiento, se plantea la elaboración de actualizaciones anuales del plan de acción, que permitirán planificar de forma estructurada los proyectos y acciones específicas a desarrollar cada año. Este enfoque facilitará la gestión y ejecución de las actuaciones, garantizando una implementación más ágil y eficiente.

Para ello, y bajo la supervisión de la **Mesa de Trabajo**, compuesta por el Servicio de Turismo y Fundación Visit València, se deberá recabar y evaluar el avance de las acciones previstas.

Al finalizar el tercer trimestre del año, se llevará a cabo una revisión del plan de acción, y, en su caso, se propondrán actualizaciones para el siguiente ejercicio. A partir de este análisis, se integrarán los resultados en la planificación global del Plan Estratégico de Turismo de València.

Así, la Mesa de Trabajo será la responsable de la de propuestas de actualización del plan de acción, garantizando su alineación con los objetivos estratégicos del turismo en la ciudad.

Planificación anual

Análisis de la hoja de ruta

Revisión de la hoja de ruta establecida en el Plan, evaluación del avance realizado, para una revisión, evaluación y priorización posterior de los proyectos.

Calendario y planificación

Desarrollo de un cronograma de trabajo anual que recoja la planificación de la implementación del Plan para cada año, identificando aquellas acciones específicas e iniciativas que puedan ser plurianuales, para facilitar su integración con los presupuestos y planes de las organizaciones implicadas.

Definición de metodologías, mecanismos y herramientas

Identificación de las metodologías, los mecanismos y las herramientas necesarios para llevar a cabo las acciones correspondientes año.



Evaluación del Plan Estratégico

En línea con el sistema de implantación del Plan Estratégico de Turismo de València, se establece un sistema de evaluación que permitirá analizar periódicamente su grado de avance.

Este sistema se basa en una **evaluación periódica** del progreso de los indicadores definidos en el **Cuadro de Mando Integral** del Plan, complementada con los resultados obtenidos en la evaluación de los Planes Anuales de Gestión.

El Cuadro de Mando Integral constituye la herramienta principal para el seguimiento del Plan Estratégico, proporcionando un marco de análisis y verificación de su avance. Este cuadro está compuesto por **indicadores clave**, diseñados para facilitar la evaluación y el control, y que, a su vez, incorporan los valores objetivo establecidos en el Plan Estratégico.



Cuadro de Mando del Plan

Indicadores asociados a los objetivos estratégicos

Definen el resultado de los objetivos y permiten identificar los principales avances alcanzados por el Plan Estratégico de Turismo de València hasta 2028.

Indicadores asociados a los proyectos del Plan de acción

Analizan los resultados obtenidos a través del desarrollo de las actividades.

Recopilación trimestral y evaluación anual de los datos sobre los indicadores

Recopilación trimestral y evaluación anual de los datos sobre los indicadores

El Servicio de Turismo (Ayuntamiento de València) y la Fundación Visit València, como parte de la Mesa de Trabajo, son las entidades encargadas de recoger los datos asociados a los indicadores del Cuadro de Mando Integral. Los indicadores y datos se deberán presentar posteriormente en los informes anuales y finales de evaluación del Plan Estratégico.

Evaluación anual

Resultados de la evaluación del Plan

Los resultados de la evaluación de los indicadores del Cuadro de Mando Integral se recopilán anualmente en un informe de evaluación del Plan. Dichos informes serán presentados y analizados en la Mesa de Trabajo con FVV, para su revisión y difusión.



The background image shows the ornate stone archway entrance of a market. The archway is decorated with intricate carvings and blue-tinted glass panels. Above the central arch, the words "MER CAT CENTRAL" are visible. On either side of the central arch, there are smaller arches with glass panels that read "CONSUMIX PRODUCTE LOCAL" and "TURIA". People are walking through the archway, and a blue shopping cart is visible in the foreground. A large white number "6." is overlaid on the right side of the image.

6.

Conclusiones del Plan



La sostenibilidad como eje vertebrador

El plan prioriza un modelo de desarrollo turístico centrado en el **equilibrio entre la actividad turística, la calidad de vida de los residentes y la preservación del entorno**. La sostenibilidad se aborda desde una visión integral que incluye la protección del patrimonio natural y cultural, reforzando la **identidad de València** como base del destino y como activo a conservar en el tiempo.

Un enfoque transversal para gestionar el turismo

El turismo impacta en múltiples áreas de la ciudad y debe gestionarse de forma **coordinada** desde una perspectiva **integral** y **transversal**. Por eso, el plan aborda ámbitos diversos de la ciudad como la movilidad, el espacio público, la vivienda o el medio ambiente.



La gestión basada en el conocimiento

La toma de decisiones debe apoyarse en **datos** y **análisis rigurosos**. Fomentar la **inteligencia turística** es clave para mejorar la gestión y el desarrollo del sector. Por eso, el conocimiento es una de las prioridades del plan y la base sobre la que se construyen muchas de sus acciones.

Un modelo de gestión sólido y referente

València cuenta con una estructura de **gobernanza turística consolidada**, que favorece una gestión eficaz, participativa y alineada con los retos del destino. La coordinación entre actores y niveles de decisión es clave para avanzar hacia un modelo más **integrado, eficiente e inclusivo**, capaz de adaptarse a las necesidades del entorno y generar valor compartido entre instituciones, ciudadanía y sector turístico.



Flexibilidad para adaptarse a un contexto cambiante

El plan y la gestión turística deben ser capaces de **adaptarse** con agilidad a **nuevas tendencias, prioridades** o **situaciones** imprevistas, fortaleciendo el papel del turismo como **herramienta útil** ante cualquier escenario.

