



Trabajo de Fin de Máster

Planificación estratégica, Turismo y Valencia: 1978 – 2008

Resumen

La revisión y posterior análisis de la documentación pertinente muestra de qué manera se ha planificado el turismo en Valencia y su Área Metropolitana y cómo éste, ha sido integrado en el desarrollo socio-económico y urbanístico del mismo. El punto de partida cronológico seleccionado marca un hito en la historia de España. En 1978 se instaura la democracia y comienzan a transferirse competencias al Consejo del País Valenciano, siendo las relacionadas en materia turística en 1979. La labor desempeñada sobre planificación turística es prácticamente inexistente hasta mediados de los noventa del siglo XX y la desarrollada a partir de entonces es sectorial, no quedando ni definida ni integrada de manera explícita en la planificación del municipio y su territorio.

Palabras clave: planificación estratégica, planificación estratégica urbana, ordenación territorial, planificación del desarrollo territorial sostenible, turismo.

Trabajo presentado por: Sara Ortells Timmons

saortim@alumni.uv.es

Máster en Dirección y Planificación del Turismo

Especialidad en Gobernanza de Destinos Turísticos

Tutor: Emili Obiol Menero

Índice

1. Introducción	3
2. Finalidad, objetivos e hipótesis de trabajo	4
3. Metodología	5
4. Marco Conceptual	
4.1. Planificación estratégica	5
4.2. Planificación estratégica aplicada a la urbe: la importancia del territorio	6
4.3. De la ordenación del territorio a la planificación del desarrollo territorial sostenible	7
4.4. Turismo y territorio	8
5. La Valencia turística	
5.1. Los sesenta: La década del desarrollismo	
5.1.1. Una visión de la planificación de Valencia a finales de los cincuenta	9
5.1.2. Proyección turística: Plan Parcial 31 y el Plan de la Dehesa del Saler	10
5.1.3. El Plan General de Valencia y su Comarca de 1966	12
5.2. Del control estatal a la descentralización	13
5.3. Década de los ochenta: Desarrollo de la ciudad	13
5.3.1. Proyecto de ciudad	15
5.3.2. Plan General de Ordenación Urbana de 1988	17
5.4. Década de los noventa: Orígenes de la planificación	
5.4.1. Asociación Plan Estratégico Valencia 2015	18
5.4.1.1 Valencia en Marcha	20
5.4.1.2 Valencia, Modelo de ciudad	21
5.4.1.3 La evaluación del desarrollo estratégico de Valencia	23
5.5. Siglo XXI: Asentamiento de la estrategias	
5.5.1. Centro de Estrategias y Desarrollo	24
5.5.1.1 Período 2004-2007: Hacia la Copa América	26
5.5.1.2 Estrategia 2007 - 2015	27

5.5.2.	Turismo Valencia Convention Bureau	28
5.5.3.	El Plan de Espacios Turísticos y los planes de acción territorial	30
5.5.4.	Revisión del Plan General de Ordenación Urbana de 2008	34
6.	Conclusiones y propuestas	35
7.	Bibliografía	40
8.	Anexos:	
	Anexo 1 Plano zonificación de la Gola del Perellonet al Perelló	43
	Anexo 2 Plano zonificación Monte de la Dehesa del Saler	44
	Anexo 3 Folleto Complejo de El Saler	45
	Anexo 4 El Plan General de Valencia y su Comarca de 1966	46

1. Introducción

A lo largo de los años el turismo ha pasado de ser una actividad económica de segunda clase a convertirse en el motor de crecimiento y desarrollo de muchos países. A pesar de ello, sigue siendo una actividad poco investigada que carece, en muchos casos, de suficientes datos cualitativos y cuantitativos para realizar un análisis y seguimiento de los modelos y patrones de trabajo establecidos en las políticas turísticas.

Si además, la investigación se centra en la relación entre turismo y territorio, el resultado es más desalentador si cabe. Siendo el turismo y el territorio un binomio inseparable, es sorprendente la falta de documentación sobre su planificación y lo inaccesible que es la existente. Con este trabajo queremos poner nuestra aportación a la investigación de este fenómeno.

El presente trabajo consta de tres grandes bloques, el primer apartado, imprescindible en cualquier trabajo académico, es la determinación del marco conceptual. Resulta esencial establecer qué conceptos son clave para este análisis, definirlos según la literatura existente sobre la materia, para posteriormente analizar la documentación referente a la ciudad de Valencia.

Una vez establecido el marco conceptual, abordamos el segundo apartado analizando la documentación encontrada sobre la materia en concreto. Aunque inicialmente nos planteamos la posibilidad de establecer dos grandes grupos de documentos, los generalistas y los turísticos, hemos optado por desarrollar un análisis cronológico, en el que queden englobados ambos tipos de documentos. Este análisis permitirá apreciar de manera más clara la evolución, en materia de planificación estratégica, de la actividad turística en la ciudad de Valencia desde finales de los setenta del siglo XX hasta la actualidad.

Habiendo analizado los documentos pertinentes y a través de los textos y extractos citados, que reflejan cómo se ha planificado estratégicamente la actividad turística en la ciudad de Valencia en los últimos treinta años, se abre un tercer y último apartado de conclusiones. Se entiende, que la planificación estratégica, tanto a nivel general de la ciudad como de la actividad turística en concreto, es una herramienta no desarrollada en la ciudad de Valencia antes de los años noventa del siglo XX. Las políticas turísticas previas, son fruto del período desarrollista que vive España en general, y por supuesto Valencia, como destino de costa y evidente potencial turístico.

Desde mediados de los ochenta se apuesta por un segmento turístico muy concreto, el turismo de negocios y reuniones. Gran parte del desarrollo de la ciudad se canaliza en esta dirección para cubrir las necesidades que este tipo de turismo requiere. A comienzos del siglo XXI la política turística apuesta paralelamente por los macro eventos de carácter internacional para posicionar a Valencia en el circuito de ciudades turísticas europeas. En cuanto a la planificación turística, la que se lleva a cabo desde finales del siglo XX es entendida básicamente como una planificación promocional que, a nuestro entender, no tiene realmente en cuenta la incidencia que la actividad turística tiene sobre el territorio.

El problema reside básicamente en que la Comunidad Valenciana, a diferencia de otras comunidades autónomas, no cuenta ni con un Plan de Ordenación de la Oferta Turística, ni con un Plan de Ordenación Territorial que sea vinculante. Resultaría conveniente la elaboración de unas directrices de ordenación territorial, que fijen la normativa adecuada para el desarrollo de los planes de ordenación municipales y supramunicipales, territoriales y sectoriales, al tiempo que definan los criterios a los que habrán de sujetarse las administraciones actuantes en la Comunidad Valenciana, en todo aquello que tenga incidencia territorial y en la medida y alcance de las competencias asumidas por nuestra comunidad autónoma.

2. Finalidad y objetivos de la investigación

La finalidad del presente trabajo consiste en analizar como se ha planificado, desde un punto de vista estratégico, la actividad turística en la ciudad de Valencia en los últimos treinta años. Para ello, los objetivos marcados son:

- Definir las bases conceptuales aplicadas a la relación entre turismo y territorio.
- Analizar los planes estratégicos de turismo desarrollados en Valencia entre 1978 – 2008.
- Conocer si los Planes generales de Ordenación Urbana (PGOU) integran la actividad turística.
- Profundizar en el sector turístico y su planificación.

Nuestra hipótesis de trabajo parte de la idea de que Valencia y su Área Metropolitana carecen de una planificación turística, entendida ésta, como una planificación integral.

3. Metodología

A la hora de realizar la presente investigación y recabar los datos pertinentes, hemos consultado básicamente fuentes primarias. La dificultad a la hora de acceder a determinados documentos, por una parte y, por otra la falta de un cuerpo de literatura, nos ha llevado a realizar entrevistas personales a los responsables de la gestión de la ciudad, para profundizar en la información obtenida y tener acceso a una documentación más específica sobre el tema de la investigación.

Hemos mantenido entrevistas personales con los siguientes profesionales:

- Roberto Higón, Jefe de Comunicación del Centro de Estrategias y Desarrollo.
- Ricardo Martínez, Jefe de la Sección de Información Urbanística del Servicio de Planeamiento del Ayuntamiento de Valencia.
- José Salinas, Director-Gerente de Turismo Valencia Convention Bureau.
- Miguel Ángel Fernández Torán, Presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia.
- Miguel Esparza, Grupo Urbem.
- Josep Sorribes Monrabal, Profesor Titular del Departamento de Estructura Económica de la Universidad de València.
- José Vicente Boira Maiques, Doctor en Geografía y Profesor Titular de Geografía Urbana en la Universitat de València.

Por motivos de diversa índole, no nos ha resultado posible transcribir las entrevistas íntegramente, por ello, hemos extraído los apartados que reforzaban la información obtenida a través de las fuentes primarias consultadas.

Por otra parte, nos gustaría resaltar la falta de datos estadísticos existentes en materia turística sobre la ciudad de Valencia. Además la falta de homogeneidad entre los existentes, imposibilita realizar un estudio retrospectivo que refleje la planificación llevada a cabo o la falta de ésta.

En cuanto a los distintos capítulos que componen nuestro trabajo, éstos obedecen a una representación cronológica de la documentación aportada, que a su vez, marca las distintas etapas comprendidas en la investigación.

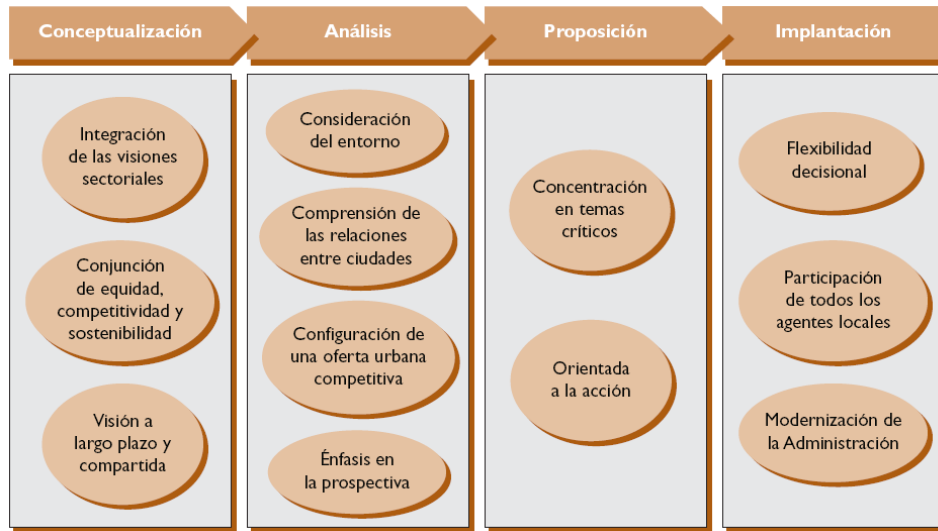
4. Marco Conceptual

4.1 La planificación estratégica

La planificación estratégica (en adelante PE) es un concepto que surge de la práctica empresarial. Profundizando más en su origen, cabe destacar que ésta, a su vez, se nutrió de la experiencia aportada por la ciencia militar y desde esa perspectiva nos podemos remontar a los orígenes de la historia. En cambio, las primeras adopciones de los principios estratégicos en el mundo empresarial datan de los años ochenta y aunque con anterioridad ya se había desarrollado la planificación a largo plazo, es a raíz de la recesión económica en la década de los setenta cuando las empresas tienen la necesidad de contar con sistemas de información y análisis que les permitan anticiparse a cambios, internos o externos a la organización, que puedan afectar a su estrategia.

La PE *“es el modo sistemático de gestionar el cambio en la empresa con el propósito de competir ventajosamente en el mercado, adaptarse al entorno, redefinir los productos y maximizar los beneficios. En otras palabras, se trata de un proceso reflexivo y creativo que da lugar a una serie de estrategias para que la empresa mejore su posicionamiento, teniendo en cuenta sus puntos fuertes y débiles presentes así como los retos y oportunidades futuras”*. (Fernández Güell, 2006:46)

Figura 1: Características de la planificación estratégica.



Fuente: Fernández Güell, 2007

4.2 Planificación estratégica aplicada a la urbe: la importancia del territorio

La PE se puede aplicar a cualquier sector, empresa, etc., en nuestro caso nos vamos a centrar en la conceptualización de la PE aplicada al territorio. Este tipo de planificación, que se aplica básicamente a ciudades y áreas metropolitanas, es bastante reciente. Aparece con posterioridad al planeamiento urbano y a las medidas de política regional encaminadas al desarrollo de áreas poco favorecidas y a la corrección de desequilibrios interterritoriales.

Según Pujadas y Font (1998) *“cuando la planificación estratégica se aplica a ámbitos territoriales distintos de la ciudad, como regiones, comarcas, áreas metropolitanas, etc., entra en contacto directo con la planificación territorial, es decir, con la planificación normativa de carácter directivo que estos últimos años ha tenido un despegue tan importante con la redacción de Directrices de Ordenación del Territorio y Planes Territoriales, generales y parciales, por parte de bastantes CCAA”*.

La PE urbana surge precisamente con la voluntad de llenar un hueco que no resolvían otras modalidades de planificación con incidencia territorial. Entre los factores que propician la eclosión de la PE desde mediados de la década de los ochenta podemos citar los siguientes:

- Creciente complejidad e interrelación entre los problemas urbanos.

- Mayor incertidumbre del entorno geopolítico, económico y tecnológico.
- Incremento de la competencia entre ciudades y territorios.
- Mayores exigencias de participación y coordinación de los agentes sociales.
- Protagonismo de las ciudades en la recuperación económica de sus regiones circundantes.
- Limitaciones de los instrumentos tradicionales de planificación.

4.3 De la ordenación del territorio a la planificación del desarrollo territorial sostenible

La ordenación del territorio (en adelante OT), término que apuntábamos anteriormente, es igualmente una disciplina relativamente nueva que, debido a las diversas interpretaciones sobre su contenido (no existe una formulación uniforme), no ofrece un área de conocimiento acotado.

Sin embargo, la Carta Europea de Ordenación del Territorio (Consejo Europeo, 1983) suscrita por los países representados en la Conferencia Europea de Ministros Responsables de Ordenación del Territorio (CEMAT), aporta una definición de OT que ha sido ampliamente difundida y que ha pasado a convertirse en la definición más aceptada. La OT queda definida como *“la expresión espacial de las políticas económicas, sociales, culturales y ecológicas de la sociedad. Es a la vez una disciplina científica, una técnica administrativa y una política concebida como un enfoque interdisciplinario y global, cuyo objetivo es un desarrollo equilibrado de las regiones y la organización física del espacio según un concepto rector”*.

Esta terminología sigue evolucionando y surge el concepto de la Nueva Ordenación Territorial Estratégica, que equivale al concepto de planificación del desarrollo territorial sostenible (PDTs). Murcia (1978) ya la definía como *“la racionalización del espacio terrestre a través de una mejor distribución de elementos (naturales, población, infraestructuras, actividades económicas y sociales) que aumente el bienestar”*.

En la decimotercera conferencia de la CEMAT se adopta una nueva definición a la ordenación del territorio: la planificación del territorio sostenible. (Consejo Europeo, 2003)

La PDTS, supera el conflicto terminológico entre la OT y la Planificación Territorial. Se trata de una nueva planificación, más integral, ya que ésta, considera conjuntamente la planificación física, del desarrollo económico, medioambiental, así como el desarrollo social, político y cultural y, es a la vez más participativa.

Esta nueva planificación que aporta un nuevo enfoque integral, resulta necesaria en el actual contexto global, porque de lo contrario, pueden perderse potencialidades ante el desarrollo y el crecimiento (Farinós, 2008)

4.4 Turismo y territorio

Como ya apuntábamos en la introducción de esta investigación, el binomio turismo-territorio no se entiende el uno sin el otro. La actividad turística no sólo se desarrolla en el territorio sino que además, el atractivo del territorio puede llegar a ser una ventaja competitiva de dicha actividad frente a nuestros competidores (Vera Rebollo, 1997)

Si además tenemos en cuenta la importancia que el sector turístico tiene para la economía en general, según el informe *Estudio Impactur de la Comunitat Valenciana 2007*, el turismo en 2007 explicaba el 13,2% del PIB del total de la economía valenciana, la necesidad de planificar la actividad turística e integrarla en la planificación general de un territorio es más evidente si cabe.

Pero el turismo *“no sólo implica crecimiento económico, sino que también conlleva alteraciones o transformaciones en el territorio, en el entorno que le sirve de soporte, por lo que será necesaria su ordenación en el seno del conjunto de actividades, servicios que se desarrollan en un ámbito territorial determinado. La desconexión hasta ahora existente entre la planificación territorial y las planificaciones sectoriales y, en concreto, la turística, ha impedido la traslación de los objetivos del desarrollo sostenible a la realidad, estos es, el equilibrio entre lo económico, lo ambiental, lo cultural y lo social.”* (Bouazza Ariño, 2006)

La ordenación territorial es esencial para cualquier política que tenga incidencia en el espacio territorial. Es el marco idóneo para prevenir problemas de tipo ambiental, social, cultural desde la primera fase del proceso planificador.

5. La Valencia turística

5.1 Los sesenta: La década del desarrollismo

5.1.1 Una visión de la planificación de Valencia a finales de los cincuenta

En el Aula Magna del Instituto de Estudios de Administración Local de Madrid, se inició un ciclo de conferencias sobre “Planes de urbanización de las ciudades españolas”. En aquel entonces, el alcalde de Valencia, don Adolfo Rincón de Arellano, disertó sobre el tema “Valencia, de cara al porvenir” (Ayuntamiento de Valencia, 1959:40). Éstas fueron sus palabras: *“En su aplicación no cuenta la capital valenciana con un Plan general de ordenación urbana de su territorio que, formado y aprobado con sujeción a sus preceptos, lleve consigo la posibilidad de utilizar alguno de los sistemas de gestión y actuación urbanística que establece la propia Ley, así como hacer efectivas las exacciones y medios económicos que establece, entre ellos, el arbitrio municipal sobre ordenación urbanística; otro sobre el aumento de volumen de la edificación, y los recargos extraordinarios sobre la Contribución Territorial y sobre las cuotas del arbitrio sobre incremento de valor de los terrenos .*

Lo que si existe en Valencia es un Plan General de Ordenación que comprende a Valencia y a los veintinueve pueblos de su cinturón o zona que la rodea, que fue confeccionado por la Oficina Técnica de la Comisión de Ordenación de la provincia, cuya realización está confiada por Decreto de 14 de octubre de 1949 a la Corporación administrativa, creada al efecto, “Gran Valencia”, y que, como tal plan general, se desarrolla mediante proyectos parciales de cada uno de dichos municipios limítrofes. Respecto del casco de la capital, está prevista su división en zonas o sectores, para que cada uno de ellos sea objeto del proyecto parcial correspondiente. En el pretérito no ha existido un plan orgánico y de conjunto, realizándose sucesivas y aisladas mejoras urbanas como proyecto de reforma interior. “

Hemos querido incorporar este documento por ser una muestra de cómo se implementaba la planificación de la ciudad a finales de los cincuenta. Es destacable encontrar a un político de la época que denuncia públicamente en Madrid, la falta de un plan integral para Valencia y su Área Metropolitana, y que demuestra su insatisfacción ante los planes generales que se desarrollan mediante planes especiales sectoriales no coordinados ente sí. Su visión integral podría calificarse de precursora de la PDTS.

5.1.2 Proyección turística: El Plan Parcial 31 y el Plan del Saler

El **Plan Parcial de la Gola del Perellonet al Perelló**, también llamado **Plan Parcial 31** (ver anexo 1) según palabras de Ricardo Martínez, Jefe de la Sección de Información Urbanística del Servicio de Planeamiento del Ayuntamiento de Valencia *“no tiene una ordenación turística pero está vinculado al turismo”*. El plan presentado por la Corporación Administrativa “Gran Valencia” en 1961, tiene por objeto *“encauzar la construcción particular de tal manera que no se invada la zona de la playa; que no se imposibilite para el futuro la construcción del acceso a Valencia, de gran envergadura, que ha de ser necesario y por último, ordenar los poblados, en cuanto se pueda, sin incurrir en excesivos “fuera de línea” (Ayuntamiento de Valencia, 1961:1)*

Tal y como se indica en las ordenanzas del plan, se establecen tres usos principales para la zonificación de los terrenos: Núcleos Periféricos, Ciudad Jardín y Zona de Hoteles de Viajeros. Pero el plan destaca que *“esta zonificación ha de ser más bien indicadora que obligatoria. Hasta incluso las alineaciones, en caso de proyecto de gran envergadura, deben poder ser modificadas”*.

Los planificadores, conscientes de los posibles cambios futuros, crean planes para ordenar parte de la playa, susceptibles de ser modificados, es decir, dotados de gran flexibilidad.

El Plan de la Dehesa del Saler

El Ayuntamiento de Valencia en 1963 acuerda ceder al Estado una parte del Monte de la Dehesa del Saler para la construcción de un Parador de Turismo y un campo de golf (Ayuntamiento de Valencia, 1980). Un mes más tarde, Terrenos de Valencia, S.A. (TEVASA), presenta al Ayuntamiento un “Plan Parcial de Ordenación y Proyecto de Urbanización del Monte de la Dehesa del Saler”. Siendo éstos aprobados definitivamente el 4 de marzo de 1965. Inmerso en una etapa de fuerte expansión turística, el plan de 1965 responde claramente al ideario desarrollista de la época, y sacrifica cualquier consideración a la producción de viviendas, equipamientos hoteleros, etc., tal y como queda reflejado en el documento.

Al respecto, resulta muy significativa la declaración de Alejandro Monerris, Jefe de Información y Prensa del Ayuntamiento de Valencia, sobre el Monte de la Dehesa (Banco de Vizcaya,

1966:100) *“Urgía, pues, actualizar la zona como centro turístico de España en el Mediterráneo. Aspiración impuesta, no sólo porque desde Sicilia hasta Gibraltar la costa de Valencia es ciertamente la única del litoral mediterráneo que continúa sin urbanizar, sino por la más poderosa de que el singular paisaje de la Albufera, con el complemento de la playa y los pinares, en el corazón de una región que agrupa a más de tres millones y medio de habitantes, puede ser el imán de atracción irresistible para millares de españoles y extranjeros. Y mucho más en la época actual, en las que el turismo y la urbanización de las costas responden a imperativos de carácter universal.*

Para alcanzar esta meta, el Ayuntamiento necesitaba, como punto de partida, disponer de un proyecto técnico y un completo plan de ordenación de la Dehesa. Un proyecto que permitiese la máxima utilización y el mejor aprovechamiento de la zona, coordinando los intereses locales y turísticos con la importancia de la ciudad y su porvenir urbanístico.

Se aspira a crear el mejor complejo turístico español y uno de los mejores de Europa, y el alcance del mismo es verdaderamente trascendente para el porvenir de la capital valenciana” (ver anexos 2 y 3)

Continuando con lo acaecido al mencionado paraje, el proyecto presentado en 1965 sufre diversas modificaciones durante los años 1966–1972 debidas principalmente, al trazado de la red viaria, la regresión de la playa, etc. A pesar de ello, comienzan a subastarse las parcelas y se inician las obras de urbanización. Cuando en 1972-1973 tienen lugar los trabajos para la remodelación, éstos coinciden con una importantísima toma de conciencia ciudadana respecto al MDS que da lugar a una amplia corriente de oposición popular, con movilizaciones, campañas de prensa, manifestaciones, etc., que acaba desarticulando el proyecto planteado.

El carácter desarrollista de la época queda perfectamente reflejado en las declaraciones arriba citadas. No existe ni una planificación territorial ni una planificación turística, sólo existe una planificación urbanística, en la que se crean proyectos pensando en el beneficio a corto plazo y, en el que los criterios de sostenibilidad económica, ambiental y social, no son tenidos en cuenta. Toda esta desafortunada urbanización se lleva a cabo sin integrar dichos proyectos en el territorio, coordinándolos con el resto de proyectos con incidencia sobre el mismo territorio. Además, éstos no cuentan con los

servicios, infraestructuras y recursos necesarios para su correcto funcionamiento. Asistimos pues al nacimiento del binomio turismo-urbanismo tan propio de nuestra Comunidad.

5.1.3 El Plan General de Valencia y su Comarca de 1966 adaptado a la “Solución Sur”.

Este plan supone la consolidación del modelo metropolitano actual y refleja, como queda supeditada la planificación al tráfico rodado, en un marco fuertemente desarrollista fruto de la época. El plan prevé un 1.000.000 de habitantes para el año 2006 en Valencia y 900.000 en el Área Metropolitana, con más de 12.000 hectáreas por urbanizar (Ayuntamiento de Valencia, 2008)

En este plan existe una zonificación (ver anexo 4) que contempla reservas de suelo para uso turístico, lo cual supone prácticamente la costa entera. En las Normas Urbanísticas del propio plan, queda estipulado el uso de planes especiales para el desarrollo de las zonas seleccionadas, como por ejemplo El Plan de la Dehesa y el Plan de Ordenación de la Malvarrosa. En la zona de Pinedo, también reservada con fines turísticos, finalmente no se desarrolló ningún proyecto turístico. (Ayuntamiento de Valencia, 1966)

La línea de pensamiento de la época siempre asocia el fenómeno del turismo con la costa y por ello, este plan reserva toda la costa para su futura urbanización. Por otra parte, la proyección de la ciudad, en cuanto a cifras, es excesivamente positiva. Los escenarios propuestos en los planes analizados son generalmente alcistas, dejando un gran margen de acción a la masiva urbanización. No incluyen ni plantean un *worst case (peor caso posible)* y este hecho ha supuesto para nuestra ciudad una excesiva urbanización no pareja a una demanda real; la destrucción de parajes naturales y de recursos patrimoniales y, con un sello más reciente, la construcción de macroproyectos, creados para una especial ocasión sin dotarlos de un uso continuado en el tiempo.

5.2 Del control estatal a la descentralización

Sobre el periodo de los setenta, no hemos encontrado información alguna sobre el tema de nuestra investigación. Ésto tiene, a nuestro entender, dos posibles explicaciones. La primera es que

se acaba de redactar un plan general de ordenación urbana y que además está en marcha el Plan Parcial de Ordenación del Monte de la Dehesa del Saler, por lo que se sobreentiende la inactividad, en cuanto, a la redacción de nuevos planes.

El segundo motivo tiene que ver con los acontecimientos históricos acaecidos a mediados de los setenta. La historia de España abre un nuevo capítulo y de mano de la democracia, se inicia un proceso de descentralización en determinadas materias. La Administración del Estado comienza así, a transferir competencias a las recién creadas comunidades autónomas.

Tras un periodo de adaptación, más o menos extenso según la comunidad autónoma, las respectivas comunidades autónomas comienzan a legislar en materia turística. Las primeras leyes de ordenación turística autonómica se retrasan hasta mediados de los años noventa, y cinco comunidades autónomas no las tienen hasta después del 2000, cuando el turismo ya es considerado como clave en la política de desarrollo autonómico y regional. La ley de Turismo de la Comunidad Valenciana data de 1998.

5.3 Década de los ochenta: El desarrollo de la ciudad

Según palabras de Josep Sorribes, Profesor Titular del Departamento de Estructura Económica de la Universidad de València, *“en la década de los 80 no se acometió ningún proyecto en materia turística. La ciudad tenía otras necesidades como el sistema de alcantarillado, asfaltado etc. que tenían prioridad. Los proyectos del Saler y del cauce del río Turia se llevaron a cabo por la enorme presión ciudadana, pero las arcas no permitían acometer más proyectos de esta índole. La etapa de los 80 fue una etapa “para-turística”, es decir, una etapa que asentó las bases, con servicios básicos e infraestructuras, para poder ejercer de ciudad turística”*.

La situación del turismo en esta época queda recogida en esta entrevista que ofrece el alcalde de Valencia, Ricard Pérez Casado, al Suplemento Informativo de la Revista de la Sociedad Valenciana Fomento del Turismo, Valencia Atracción, en 1981.

“Valencia cuenta con una oferta turística amplia, que puede interesar a las tres clases de sus posibles visitantes: el turista que viene a tomar el sol y a bañarse en el Mediterráneo; al turista hombre de negocios, que nos visita con motivo de los certámenes comerciales; y al turista de las

poblaciones próximas, que en buen número acude a la ciudad diariamente, por ejemplo, por razones de ocio y entretenimiento.

En mi libro hablaba de un turismo que le había sobrevenido a Alicante, que le había venido encima, sin más. Esos tiempos ya han pasado. Ahora los turistas no te vienen, si no vas a buscarlos, si no eres capaz de hacer una oferta atractiva. Valencia cuenta con una oferta amplia: tiene playas, tiene sol, y también recuerdos históricos, monumentos interesantes, pinacotecas importantes, etcétera. Pero todo esto hay que proclamarlo. Es como un producto que tenemos que vender. Se trata de vender nuestra imagen como ciudad turística. Valencia tiene cosas que ofrecer, pero debe ofrecerles, si no se ignorará su existencia”.

En estas declaraciones se aprecia claramente la evolución que ha sufrido el turismo en las últimas dos décadas. En los años sesenta se especulaba con hordas de turistas que visitarían nuestras costas y, los touroperadores extranjeros se asociaban con empresarios locales para crear una oferta que se equiparara a la demanda. Veinte años después, el fenómeno del turismo ya no se asocia únicamente al recurso de sol y playa, sino que entran en juego otras motivaciones. Además, tras dos décadas, ya no somos el destino europeo de sol y playa por antonomasia.

El planteamiento del Sr. Pérez Casado muestra un talante moderno con miras de futuro. Plantea un desarrollo a largo plazo y trata de adelantarse a su tiempo.

5.3.1 El Proyecto de ciudad

En el documento *La Valencia de los 90, Una ciudad con futuro* se reconoce la circunstancia de ser una ciudad de paso del turismo estival y se destaca la importancia que tiene la triple capitalidad de la Ciudad de Valencia como elemento de atracción de población foránea. Según las palabras del Gabinete de Alcaldía, *“existe una demanda turística real no aprovechada y una demanda turística potencial que sólo se convertirá en demanda real si se desarrollan actividades que, por un lado, fomenten la visita a la ciudad de población del área metropolitana y del resto de la Comunidad y, por otra permiten aprovechar más eficazmente el masivo turismo estival”.* (Ayuntamiento de Valencia, 1987: 67)

Se propone como solución el desarrollo turístico basado en la potenciación de activos urbanísticos y culturales que conviertan a Valencia en un centro de atracción permanente, como otras capitales europeas.

Hay diversos elementos en la ciudad que pueden contribuir a la consolidación del turismo urbano y que conjugados armónicamente suponen una base sólida de promoción de la ciudad. De estos elementos cabe destacar entre otros: El Jardín del Turia, el Parque Natural de la Devesa y la Albufera, la renovación de la fachada marítima (Paseo Marítimo y reordenación del espacio portuario), El Centro Histórico, la arquitectura y el diseño urbano, las instalaciones deportivas, el Zoo, el Botánico y el Parque de Atracciones, el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM), el Museo de Bellas Artes, el Palau de la Música y la actividad teatral y, el Palacio de Congresos y la Feria Muestrario, como elementos generadores de un flujo permanente de visitantes foráneos.

Continuando con el documento (Ibídem, 1987: 69) *“la propuesta lo es tanto de contenido como organizativa. De contenido porque los elementos anteriormente señalados constituyen un objeto permanente y prioritario de actividad. Organizativos porque una concepción de turismo urbano como el propuesto exige un cambio en los modos de hacer, relacionando de forma más eficaz la actividad turística con la actividad cultural y ambas con el sistema general de información. Del mismo modo que exige una acción decidida en el incremento de la oferta hotelera y de la red de comunicaciones”*.

El proyecto tiende a adecuar el espacio de la ciudad a estas nuevas demandas. En primer lugar, existe una clara demanda de suelo en la ciudad de Valencia para usos terciarios públicos y privados que es coherente con la especialización creciente de la ciudad como centro terciario. Esta demanda queda recogida en el nuevo PGOU de 1988, que contempla como áreas urbanizables para usos terciarios aquellas que por motivos de localización y tendencias observadas permiten cubrir con holgura esta demanda (no excluyendo el uso residencial para evitar una excesiva y perjudicial especialización funcional). Las áreas cuya puesta en funcionamiento se propone para un plazo inferior a diez años son:

- Expansión del campus universitario.
- Área de influencia de la Avenida de Francia.

- Área de influencia del Camino de las Moreras.
- Área comprendida entre Monte Olivete y el Bulevar Sur.
- Área de influencia de la Pista de Ademuz, incluyendo la expansión de la Feria Muestrario.
- Resolución del espacio portuario y de la fachada marítima.
- Cabecera del viejo cauce del Turia.

Estos espacios junto a la ubicación de algunos usos direccionales en el mismo eje de la Pista de Ademuz en el término de Burjasot (TVV, etc.) constituyen la oferta de suelo de vocación terciario-direccional más importante del área.

Aunque la información mencionada puede resultar extensa, queríamos que constara íntegramente por lo significativo de su aportación. A finales de los ochenta se está definiendo una nueva línea de desarrollo de la ciudad basada en su vertiente turística y ésta, queda recogida en el PGOU de la ciudad. La importancia de este hecho, radica en que la transformación de un modelo de ciudad basado en un nuevo modelo turístico, va acompañado del desarrollo de las infraestructuras necesarias para que éste se lleve a cabo adecuadamente.

Según Obiol (1997) desde el punto de vista turístico *“la ciudad posee importantes, decisivos y diferenciados recursos que están infravalorados”*. Además, *“los flujos y cargas turísticas de la ciudad de Valencia, en relación a sus altas potencialidades, son manifiestamente escasos y deben aumentarse tanto en calidad como en cantidad, así como en el espacio y en el tiempo. La baja “turistificación” de la ciudad, debe rectificarse”*.

Por otra parte, cabe matizar, que en el desarrollo de determinadas áreas o infraestructuras de la ciudad, la accesibilidad no ha sido uno de los aspectos a destacar positivamente. En el caso de Feria Valencia, se ha necesitado unas tres décadas para conectar este espacio con la ciudad, mediante un transporte público adecuado.

5.3.2 El Plan General de Ordenación Urbana de 1988

Este plan, redactado, tramitado y aprobado al amparo de la Ley del Suelo de 1976, tiene por objeto la ordenación integral del territorio comprendido en el termino municipal de Valencia,

revisando y adaptando, dentro del mismo, las determinaciones del Plan General de Ordenación Urbana de Valencia y su Comarca, de 1966, a la Ley del suelo del 76 y también a las Normas de Coordinación Metropolitana vigentes en la fecha (Ayuntamiento de Valencia, 1988)

El plan de 1988 supone como hechos más destacables, la rehabilitación del Centro Histórico y la conservación del patrimonio cultural; la recuperación de importantes espacios libres y equipamientos públicos: la Devesa, el Jardín del Turia, el Paseo marítimo, las Universidades (creación del Campus de Tarongers), etc.; la creación de grandes Parques; la mejora de la circulación viaria (Accesos y Circunvalaciones Norte y Sur); la implantación de la red de transporte público de gran capacidad (Metro/Tranvía); y la transformación de las áreas industriales obsoletas de los Espacios del Este implementando usos culturales, residenciales y terciarios, dentro de la estrategia de abrirse definitivamente al mar.

Según palabras de Ricardo Martínez, Jefe de la Sección de Información Urbanística del Servicio de Planeamiento del Ayuntamiento de Valencia, *“este plan, no contempla ni establece criterios turísticos, no quiere zonas turísticas. Este plan no hace grandes reservas de zonas. En función de las zonas consolidadas, zonifica manzana por manzana”*.

El propio plan estipula el uso de planes parciales para desarrollar zonas o proyectos concretos. Un ejemplo de estos planes, con proyección turística, es el **Plan Parcial del Paseo Marítimo de 1990**, que supone su urbanización. A través de la información aportada en la memoria del documento, se aprecia la importancia que la playa y los barrios colindantes tienen para la ciudad desde principios de siglo y como éstos se han ido degradando durante el siglo XX. En el diagnóstico realizado se destaca que la urbanización no ha respetado el alzado máximo de los edificios originales, rompiendo el carácter unitario del conjunto. Además, los restaurantes populares han ido avanzando sobre la línea marítimo-terrestre.

El Plan del Paseo Marítimo prevé la articulación del Paseo del Espigón con el paseo marítimo y con la ciudad. El plan propone, en conjunto, *“diseñar un Paseo Marítimo blando, sin invasión de la zona marítimo-terrestre, en equilibrio con los distintos usos y elementos que confluyen en el mismo. Con una imagen ordenada y sobria, que responda al carácter público, abierta a la vida*

ciudadana, que funcione con corrección y que en cualquier época del año tenga un aspecto digno de Valencia” (Ayuntamiento de Valencia, 1990)

El aspecto significativo de este documento es que las mejoras propuestas se plantean en aras *“al actual uso público masivo de las playas por el conjunto de la ciudad y su previsible incremento”* (Ibíd., 1990). El uso de las playas urbanas queda relegado al ciudadano o visitante local, pero el hecho de preveer un uso mayor en el futuro hace pensar en que ya se contempla su atractivo turístico.

5.4 Década de los noventa: Orígenes de la planificación

5.4.1 Asociación Plan Estratégico Valencia 2015

El Plan Estratégico de Valencia, plasmado en el documento *Plan Estratégico Valencia 2.015*, nace en 1993 promovido por el Ayuntamiento de Valencia. Su objetivo es crear un pacto social que ayude a diseñar el futuro de la ciudad e identificar los principales proyectos para adecuarla a los retos de las ciudades globales. A través de éstos, se pretende ampliar su capacidad para captar negocios, turismo y empresas en competencia con las principales ciudades de la Europa mediterránea, siendo al mismo tiempo una ciudad atractiva para vivir.

El plan señala, que “los agentes sociales y económicos con una mayor incidencia en la gestión urbana desean aprovechar todas las oportunidades ante la nueva configuración del espacio europeo, donde las ciudades van adquiriendo un protagonismo cada vez más relevante” (Ayuntamiento de Valencia, 1997:21)

A partir de la combinación de las variables con mayor incidencia futura, detectadas en la fase de diagnóstico y, mediante un análisis prospectivo, se identifican las opciones estratégicas posibles y previsibles para Valencia en el horizonte temporal del 2015, describiendo varios escenarios futuros basados en la metodología de los ideales-tipo. Éstos vienen condicionados fundamentalmente por la evolución real de las tendencias del entorno y por las estrategias adoptadas por las instituciones y agentes socioeconómicos competentes. Para avanzar en la trayectoria apropiada y lograr el objetivo central del plan, se analizan los factores claves de crecimiento, competitividad,

cohesión social y calidad ambiental, los cuales se estructuran en siete líneas estratégicas de actuación con sus correspondientes objetivos de línea, subobjetivos, medidas y acciones a acometer.

Dada la temática de nuestra investigación, nuestro análisis se centra en la *Línea Estratégica 5: Cualificar los sectores turístico, cultural, comercial y administrativo para hacer de Valencia capital y símbolo de una Comunidad Valenciana próspera, culta y solidaria*. Dicha línea indica que *“La proyección e integración de la ciudad de Valencia en los círculos internacionales, tanto en el ámbito cultural y turístico como en el de los centros comerciales y de negocios, requieren de esta ciudad un paso más en su consolidación como ciudad emblemática y Cap i Casal de la Comunidad Valenciana”*.

A partir de esta perspectiva, se impulsan una serie de medidas que pretenden conseguir los siguientes objetivos:

- Fortalecer las infraestructuras de soporte al turismo de negocios y congresos de alto reconocimiento internacional, como es la Feria Muestrario Internacional de Valencia y construir el Palacio de Congresos.
- Convertir a Valencia en Centro Cultural Europeo, Mediterráneo y Mundial, apoyando la candidatura de Valencia a Capital Cultural Europea y celebrando en esta ciudad los eventos mundiales del Tercer Milenio.
- Acercar la cultura a los ciudadanos y favorecer las actividades y difusión cultural.
- Desarrollar los signos de identidad valencianos y su contribución a la cultura universal.
- Dotar a la ciudad de una oferta comercial atractiva, diversificada y de calidad, elaborando un plan de urbanismo comercial que rompa con el tratamiento tradicional del comercio minorista.
- Conseguir una administración moderna e innovadora acorde con la evolución de la ciudad y organizada en función de los intereses de los ciudadanos.

La ciudad de Valencia experimenta un fuerte incremento en la actividad congresal que hace necesario dotarla de una infraestructura que se dedique única y exclusivamente a recoger tales eventos. Con ello se libera al Palau de la Música de la importante ocupación que durante los últimos

años ha estado soportando y se permite que esta infraestructura pueda desarrollarse de forma coherente con su concepción (Ayuntamiento de Valencia, 1996:174)

En cuanto a la Feria Muestrario Internacional de Valencia, la propuesta planteada se centra básicamente en conectarla a los principales núcleos económicos, al Puerto, Aeropuerto y Estación del Norte, a través de un transporte público de calidad.

5.4.1.1 Valencia en Marcha

A partir de 1999 la Asociación Plan Estratégico Valencia 2015 edita una serie de documentos que reflejan la evolución de las medidas adoptadas y el seguimiento realizado. El primer documento *Valencia en Marcha*, refleja el seguimiento de los objetivos marcados en el Plan Estratégico hasta 1998. El análisis de la Línea Estratégica 5 queda comprendido en el **Grupo de Impulso y Seguimiento (en adelante GIS) número 7: Valencia Ciudad de la Cultura, Ferias y Congresos** creado a tal efecto. En este documento tras aportar unas cifras sobre el crecimiento de las pernoctaciones en la ciudad, se destaca la *“muy positiva evolución turística de la ciudad”* y *“las nuevas oportunidades de impacto”* de las que se dispondrá en el inicio del siglo XXI, con el Palacio de Congresos, La Ciudad de las Artes y las Ciencias, la rehabilitación del Centro Histórico y la mayor accesibilidad de la Feria y el desarrollo de sus proyectos estratégicos, modernización – ampliación. (Ayuntamiento de Valencia, 1999:121)

De todas las medidas planteadas en el PE dentro de la Línea Estratégica 5 se alcanza un 90% de ejecución, resaltando que el único punto de no ejecución se debe a que Valencia no es denominada Capital Cultural Europea.

5.4.1.2 Valencia: Modelo de ciudad. La evaluación del desarrollo de la ciudad de Valencia entre 1.994 y 2.000

En este documento se analizan otros parámetros del proceso de evolución de las líneas planteadas. Se demuestra, en primer lugar, que los proyectos avanzan y, que es el conjunto de la

ciudad el que está teniendo un intenso desarrollo a todos los niveles. En segundo lugar, que este desarrollo está siguiendo el modelo de ciudad aprobado en la etapa de elaboración del PE.

La estructura propuesta a través de los GIS se mantiene para garantizar el seguimiento de la evolución de los factores de desarrollo económico y social urbano. Ahora bien, en esta segunda etapa, es preciso que los esfuerzos se centren en la obtención de los liderazgos. Por ello el plan ha creado, a partir de los GIS, unos ámbitos de liderazgo de Valencia, nuevos espacios de reflexión y diálogo (Ayuntamiento de Valencia, 2000:11):

- Valencia, Promotora Mundial de Redes de Solidaridad.
- Valencia, Ciudad Avanzada en la Era de la Comunicación.
- Valencia, Puerta del Mediterráneo de Comunicación e intercambio.
- Valencia, Ciudad Verde y Abierta al Mar.
- **Valencia, Punto de Encuentro Internacional.**
- Valencia, Educadora y Cultural.

Sin embargo, el análisis y seguimiento plasmado en este documento, no se hace en base a los temas de trabajo marcados en los GIS ni a los nuevos ámbitos de liderazgo definidos, sino que se plantean nueve nuevos epígrafes de análisis. Nosotros nos centraremos en el **epígrafe número cinco: Valencia Ciudad de Turismo, Congresos y Negocios.**

El turismo de negocios y el turismo de congresos, son junto al turismo cultural, los principales elementos del turismo urbano que Valencia ofrece al exterior. Éste es uno de los sectores emergentes en el contexto del proceso de globalización económica, social y cultural.

En la perspectiva del plan, *“se señala la necesidad que Valencia tiene de ampliar y profundizar su capacidad de atracción de visitantes”*. La ciudad dispone de una notable fortaleza cara al turismo de negocios, representada por Feria Valencia. La ciudad tiene que aprovechar esta fortaleza, así como coordinar sus recursos para ofrecer una oferta singular más amplia y de mayor calidad para este tipo de turismo. *“Valencia dispone de los suficientes recursos culturales en su trama urbana y de muy singulares atractivos naturales en sus alrededores, que unidos a su gastronomía,*

clima y situación geográfica, la dotan de todo lo necesario para ser una ciudad turística de gran pujanza” (Ayuntamiento de Valencia, 2000:72)

Por otra parte, el turismo urbano de Valencia no puede reducirse al modelo propuesto por el PE, es decir, al turismo de congresos y negocios. Su oferta cultural y lúdica debe ser ampliada y proyectada al exterior con el fin de que la ciudad sea visitada por los turistas que escogen la costa valenciana para disfrutar de sus vacaciones.

Las condiciones necesarias para fortalecer el papel de Valencia como ciudad de turismo de negocios y congresos se basan en: poseer una oferta singular y excelente de la Feria, como feria de negocios planteándose la necesidad de consolidar los certámenes clave que dan notoriedad a Feria Valencia ante la competencia creciente de la Feria de Madrid; disponer de una estrategia congresual impulsada por Turismo Valencia Convention Bureau; facilitar unos accesos fáciles y rápidos desde el exterior y, en especial, de transporte público a la Feria y al nuevo Palacio de Congresos y, poseer una atractiva oferta socio-cultural y lúdica.

La tradición de la ciudad como destino de turismo de negocios junto con el desarrollo actual del turismo de congresos y reuniones y, el fortalecimiento del turismo cultural (que sin duda tendrá un desarrollo con la conjunto de la Ciudad de las Artes y las Ciencias) pueden situar a la ciudad como destino europeo del turismo urbano en general. Para desarrollar esta oportunidad es básico profundizar en medidas como el diseño de itinerarios turístico-culturales, la creación de paquetes que integren la oferta lúdica y cultural de la ciudad con las ferias y congresos.

No obstante, un agente esencial a la hora de dar a conocer un destino, en este caso la ciudad de Valencia, son los propios ciudadanos. En cualquiera de las facetas que desarrollan, son embajadores de su ciudad. Por tanto, se tienen que sentir identificados con ella y ser conocedores de las transformaciones que se están produciendo en su seno.

5.4.1.3 La evaluación del desarrollo estratégico de Valencia

Es nuevamente una evaluación del desarrollo estratégico de la ciudad de Valencia en el que se realiza una reflexión estratégica como paso previo a la formulación y diseño de la estrategia

de Valencia para, al menos, los próximos cinco años. Asimismo constituye un instrumento base para orientar el debate durante el proceso de formulación de la estrategia (Ayuntamiento de Valencia, 2002)

El análisis realizado toma como punto de partida los seis ámbitos de liderazgo señalados previamente. Centramos nuestro análisis en el ámbito de liderazgo: **Valencia, Punto de Encuentro Internacional**, por integrar éste la planificación turística de la ciudad.

El documento nos indica que *“para que una ciudad sea Punto de Encuentro Internacional debe ser una ciudad atractiva y turística”*. (Ayuntamiento de Valencia, 2002:90) En sus orígenes, el Plan apuesta por potenciar Valencia como Ciudad de Turismo, Congresos y Negocios. Un turismo diversificado, cuyo producto estrella sería el turismo de ferias y negocios, sin olvidar el turismo urbano que se sustenta en una oferta cultural, patrimonial, gastronómica, lúdica y paisajística. Las potencialidades que a mediados de la década de los noventa descubría el PE en Valencia para ser destino clave de Turismo urbano y de Ferias y Congresos se están convirtiendo en hechos. La ciudad ha experimentado una gran transformación los últimos años que se aprecia a través de hechos como:

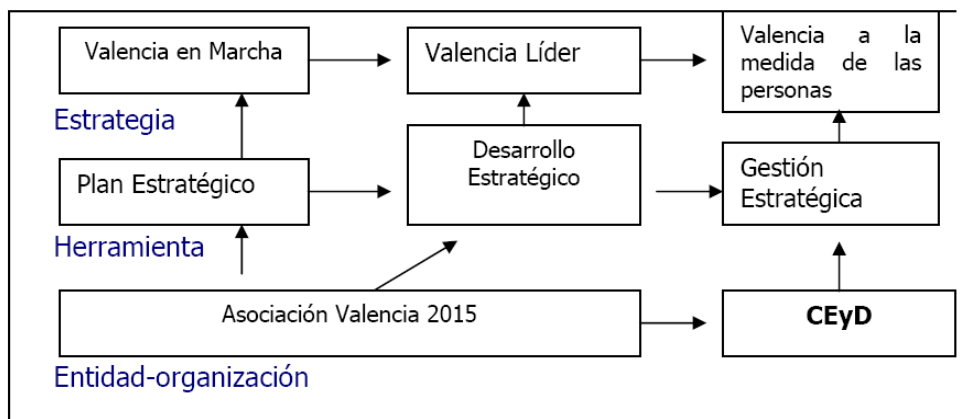
- La creación de proyectos arquitectónicos singulares con una gran proyección externa (Ciudad de las Artes y las Ciencias) que le han dado a la ciudad una imagen de modernidad.
- La consolidación de Valencia como plaza de turismo de convenciones, congresos y negocios gracias a la actividad creciente del Palacio de Congresos y de Feria Valencia.

En este documento se marcan a su vez una serie de retos para mantener y afianzar el liderazgo de Valencia, éstos se centran básicamente en mantener la calidad de los factores claves que sustentan el atractivo de la ciudad (playas, parques, Albufera), mejorar y ampliar la capacidad en cuanto a accesibilidad a y dentro de la ciudad, diversificar la oferta y, por último, explorar nuevas posibilidades, de las que destacamos el turismo de cruceros y la ampliación de la capacidad del aeropuerto.

5.5 Siglo XXI: Asentamiento de las estrategias.

5.5.1 El Centro de Estrategias y Desarrollo

Conscientes de la importancia de desarrollar la gestión estratégica en Valencia para abordar los retos de futuro, gestionar la Nueva Estrategia de la ciudad y promover la gobernanza urbana, se opta por convertir la *Asociación Plan Estratégico Valencia 2015* en un instrumento catalizador y promotor de la gestión estratégica y sus componentes en la ciudad: *el Centro de Estrategias y Desarrollo*, entidad jurídica público-privada no lucrativa, presidida por el Ayuntamiento de Valencia y constituida por los principales actores de la ciudad.



Fuente: CEyD

Se trata de un centro pionero del que no existen antecedentes en ninguna otra ciudad española. Su misión es “*movilizar al conjunto de actores de la ciudad, incrementar y fortalecer la capacidad de organización de Valencia, para conseguir que nuestra ciudad alcance los liderazgos o ámbitos de notoriedad que señala la estrategia compartida de la ciudad*” (CEyD, 2004). Éstos son:

- Ser una ciudad fortalecedora de la autonomía de todas las personas que generen capital social y una cultura ciudadana de identidad valenciana abierta y plural y generadora de civismo y ciudadanía.
- Ser Ciudad de referencia en la aplicación pionera de la gobernanza urbana, como nuevo enfoque de gobierno de las ciudades.

La principal tarea del CEyD será impulsar y dar soporte técnico y metodológico al conjunto de las instituciones y actores de la ciudad, para impulsar que las características de la gestión estratégica sean asumidas por todos. Los proyectos del CEyD van a tener una concepción matricial de objetivos para implantar la estrategia de la ciudad y dispondrán de una estructura que impulsará la gestión estratégica.

Todo lo anteriormente formulado se recogerá en una estrategia general para el periodo 2004-2015, con dos subperiodos diferenciados, el periodo previo y el periodo posterior a la celebración de la Copa América. Al pertenecer a una misma estrategia ambos periodos comparten la visión de futuro (la ciudad deseable y posible) y los ejes o líneas estratégicas para alcanzarlos. Pero se diferencian en los objetivos a conseguir en cada periodo y los proyectos a impulsar.

5.5.1.1 Período 2004-2007: Hacia la Copa América

El objetivo es aprovechar al máximo el impacto económico, social y mediático que creará la Copa América con una perspectiva estratégica, desarrollando actividades complementarias para alcanzar un mayor nivel de desarrollo económico y social. Para ello se impulsan tres proyectos:

1. *City marketing* de la ciudad en colaboración con las entidades empresariales, institucionales y universitarias, aprovechando el mayor conocimiento que se tiene sobre Valencia en el mundo, para presentar la ciudad como un lugar para crear, invertir, visitar y vivir. Se dirige especialmente a empresas de alto contenido tecnológico y de servicios avanzados (en particular relacionadas con la Sociedad de la Información). El proyecto tiene una vertiente tanto externa como interna para promover la inversión del capital autóctono.
2. Desarrollar una cultura de complicidad ciudadana que dé consistencia a un sentimiento de arraigo y confianza en la ciudad e ilusión en su futuro, que motive la capacidad de progreso de la ciudad en todos los ámbitos.
3. Promover que los beneficios para la ciudad, gracias a la Copa América, alcancen a toda la ciudadanía y promuevan la solidaridad internacional.

A su vez, de manera paralela, se desarrollan otros proyectos locomotora (de arrastre) aprovechando el magnetismo de la Copa América. Sólo vamos a citar textualmente el que concierne al objeto de estudio:

- *“Proyecto Turismo 2007. Se trata de elaborar un proyecto turístico e innovador que amplíe la oferta de Valencia como ciudad de cultura, congresos y negocios, que dé continuidad al incremento del turismo provocado por la Copa América y, que dé confianza a la inversión hotelera y en restauración que debe producirse a partir del 2004”* (CEyD, 2004). A raíz del evento, la oferta hotelera de Valencia crece en capacidad, especialmente en la categoría de cuatro y cinco estrellas. En el 2003 la ciudad disponía de 48 hoteles, 2 de ellos de cinco estrellas y 18 de cuatro estrellas. Sólo cuatro años después, Valencia dispone de 69 hoteles, 8 de ellos de cinco estrellas y 29 de cuatro estrellas. (Según datos de la Generalitat Valenciana, Oferta turística municipal i comarcal. 2003 y 2007). Se trata de seguir trabajando en esta línea, manteniendo y tratando de mejorar los resultados obtenidos.

5.5.1.2 Estrategia 2007 – 2015

La estrategia planteada, parte de un objetivo central articulado en seis ámbitos de liderazgo o ejes estratégicos para orientar el desarrollo económico y social de la ciudad hacia una finalidad estratégica: el fortalecimiento de las personas para hacer una ciudad líder del progreso humano en la Sociedad del Conocimiento que impregna todo el contenido estratégico.

La estrategia aprobada en 1995, y que ha sido permanentemente renovada, tenía como principal prioridad incidir en el capital urbano. Su finalidad era mejorar el medio para el desarrollo de la calidad de vida, crear una ciudad a la medida de las personas. Hoy, la estrategia que se propone tiene su centralidad en las personas, en el fortalecimiento de sus capacidades de conocimiento y relacionales.

Ésta queda definida de la siguiente manera: *“sin olvidar los aspectos del entorno, la primera prioridad estratégica es el desarrollo personal y la capacidad de organización de la ciudad”* (CEyD, 2004:42)

Los ámbitos de liderazgo propuestos por el CEyD para la Nueva Estrategia siguen siendo seis. Corresponden a los ámbitos en los que una ciudad debe definir su progreso: el territorio (infraestructuras y medio ambiente), la economía, la sociedad y, en especial, su capital humano y social como factor emergente de la Ciudad del Conocimiento. Asimismo, dan continuidad a los liderazgos ya definidos para el periodo 1999-2003, una vez constatada las ventajas competitivas de la ciudad respecto de las principales ciudades españolas del conjunto de la Europa mediterránea.

Nuevamente sólo nombraremos el ámbito de liderazgo que guarda relación con la planificación turística. **Valencia Centro Direccional del Mediterráneo.** *“Hacer que Valencia sea una ciudad centro direccional del Mediterráneo, atrayendo y reteniendo los flujos de mercancías (como centro logístico), de personas (atrayendo tanto turistas, visitantes como nuevos residentes, es decir, como **Punto de Encuentro Internacional**) al erigirse en un punto nodal clave en el Mediterráneo de la red de comunicaciones y accesos mediante la disponibilidad de infraestructuras de calidad (marítimas, terrestres y aéreas) que permitan la llegada de estos flujos”.* (CEyD, 2006:44)

En la actualidad, según la información facilitada por el CEyD, se está trabajando en un nuevo PE que verá la luz en el último trimestre del 2009 y con un horizonte 2020. Este plan es necesario *“para no caer en el olvido tras los grandes eventos y, para incorporar aspectos en los que la ciudad se ha desarrollado y que no quedaban contemplados en el primer plan”.*

Evolución de la estrategia turística recogida en el Plan Estratégico de Valencia				
1995	1996	1999	2000	2002 - 2006
Línea Estratégica 5: Cualificar los sectores turístico, cultural, comercial y administrativo para hacer de Valencia capital y símbolo de una Comunidad Valenciana próspera, culta y solidaria.	Grupo de Impulso y Seguimiento (GIS) 7. Valencia Ciudad de la Cultura, Ferias y Congresos. La tarea principal es hacer de Valencia una ciudad con notoriedad y singularidad en el turismo cultural, de congresos y negocios.	Ámbito de liderazgo: Valencia Punto de Encuentro Internacional	Epígrafe 5: Valencia Ciudad de Turismo, Congresos y Negocios.	Ámbito de liderazgo: Valencia Centro direccional del Mediterráneo. Vector 2: Punto de Encuentro Internacional

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CEyD.

5.5.2 Turismo Valencia Convention Bureau: Plan Estratégico 2005-2010

En 1991 nace esta fundación con el objetivo de posicionar a Valencia en el mapa turístico internacional. Turismo Valencia Convention Bureau presidida y participada por el Ayuntamiento de Valencia, la Cámara de Comercio, Feria Valencia y la Confederación Empresarial Valenciana, en colaboración con empresas del sector turístico, es la entidad encargada de la promoción turística de la ciudad.

Impulsora del Plan Estratégico 2005-2010, este plan contempla un ambicioso proyecto de promoción turística cuyos principales objetivos son conseguir dos millones de turistas, alcanzar cuatro millones de pernoctaciones, así como situar a la capital como tercer destino turístico nacional y entre los quince primeros de Europa.

Para ello, TVCB lleva a cabo toda una serie de acciones promocionales que responden a la intención de posicionar la Marca Valencia internacionalmente, comercializar los principales activos turísticos mediante campañas de marketing, publicidad y comunicación, y contribuir a la mejora continua de la oferta turística ciudadana.

El ritmo de crecimiento de la demanda turística es superior al pronosticado para este periodo, tanto en los segmentos, turismo de negocios y turismo vacacional, como en los mercados, nacional e internacional. En 2007 se alcanza la meta trazada para el 2010. Con este escenario, y en base al buen comportamiento de la demanda en los meses posteriores a las regatas, se hace necesario revisar los objetivos estratégicos aplicando de nuevo una metodología de Plan de Negocio: buscar la solución a las preguntas fundamentales:

Análisis de la evolución turística de la ciudad de Valencia en los últimos años	→	¿Dónde estamos?
Definición de los objetivos que queremos alcanzar	→	¿Adónde queremos llegar?
Desarrollo de ejes estratégicos y de planes de actuaciones anuales para alcanzar los objetivos	→	¿Cómo alcanzar las metas?

Fuente: TVCB

De esta forma, teniendo en cuenta las numerosas variables que intervienen en el sector, se determina un nuevo plan estratégico para los siguientes cinco años. El Plan Estratégico 2008-2012 quiere situar a Valencia, de acuerdo con la misión de TVCB, como una de las principales ciudades del turismo europeo, con una imagen fuerte y una sólida actividad turística en beneficio de toda la sociedad (TVCB, 2008)

Tanto los objetivos como los ejes de este plan deben cumplir el siguiente planteamiento: que la actividad turística en Valencia sea sostenible y genere impactos positivos en todos los ámbitos sociales. Fruto del análisis cualitativo y cuantitativo de todas las variables, el escenario previsto para el año 2012 incluye los siguientes objetivos:

- Alcanzar los 2,3 millones visitantes
- Lograr 4,7 millones de pernoctaciones y
- Conseguir un Impacto económico de 1.900 millones €

Y establece los siguientes ejes estratégicos para el periodo 2008-2012:

- Mantener la demanda actual de nuestros mercados y productos (segmentos maduros como el turismo de reuniones y el mercado nacional). El mayor margen de crecimiento se encuentra en el turismo vacacional internacional.
- Las conexiones aéreas son claves para el desarrollo futuro, convirtiéndose además en un canal de distribución fundamental para la promoción del destino.
- En la liga en la que compite Valencia, se debe aumentar la notoriedad de la marca para que cada vez más, un mayor número de potenciales clientes conozcan y tomen la decisión de viajar a Valencia.

Según palabras de Miguel Ángel Fernández Torán, Presidente de la Unión Hotelera de la Provincia de Valencia, *“la planificación llevada a cabo es básicamente promocional y, está basada en planes de actuaciones anuales. Se hace demasiado hincapié en la promoción y se deja de lado el producto”*. En su opinión, *“hay que trabajar sobre el producto, en lugar de primar por una política turística basada en los grandes eventos”*.

5.5.3 El Plan de Estudios Turísticos y los planes de acción territorial

a) Plan de Espacios Turísticos

De acuerdo con la Ley 3/1998 de Turismo de la Comunitat Valenciana, las Directrices Generales del Plan de Espacios Turísticos tienen como objetivo contribuir a la planificación y ordenación de la oferta turística valenciana en su conjunto (con el fin de incrementar la calidad de los servicios turísticos y su adaptación a la evolución del mercado), de mantener y mejorar la competitividad y de conseguir un desarrollo turístico sostenible que garantice la máxima aportación de esta actividad al bienestar de la sociedad valenciana.

De dicho plan cabe destacar los siguientes aspectos: En primer lugar la confirmación más que afirmación, de que el Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana tiene un carácter orientativo, no vinculante, para las Administraciones Públicas ya que no se ha planteado la posibilidad de formular un Plan de Acción Territorial de carácter sectorial-turístico.

En segundo lugar, señalar que en la Síntesis de las Directrices Generales sobre el medio urbano y la planificación de los espacios turísticos, los temas planteados en cuanto a coordinación supramunicipal, estrategia territorial, desarrollo sostenible y aplicación de umbrales y cuotas de sostenibilidad, son magníficas recomendaciones a desarrollar a través de las líneas de actuación propuestas (Conselleria de Turismo, 2007)

En cuanto a las directrices particulares designadas para la **zona 9: Valencia entorno metropolitano y litoral**, éstas se centran en poner en valor turístico el patrimonio natural y monumental, impulsar la creación de oferta de alojamiento singular, potenciar la gastronomía como referente turístico, apoyar el Plan de Acción Territorial de Protección de la Huerta de Valencia, revalorizar el conjunto de la oferta museística, mejorar el posicionamiento del producto turismo de cruceros, aplicar las nuevas tecnologías a la promoción y comercialización y aplicar criterios de excelencia en la gestión conjunta del territorio.

Por último, nombrar la línea estratégica 28 (Conselleria de Turismo, 2007b:34): Plan Estratégico de Turismo: *“Valencia Turisme 2020”*, que dice lo siguiente, *“el dinamismo y diversificación turística que experimenta Valencia obliga a la redacción de un ambicioso Plan Estratégico de Turismo: “Valencia Turisme 2020” sobre la base de los anteriores planes turísticos de*

que dispone la ciudad (*Plan Marco de Estrategia Turística de la ciudad de Valencia 2005-2010*) o globales (*Plan Estratégico Valencia 2010*).

b) Planes de Acción Territorial

La Ley 4/2004 de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (LOTPP) contempla tres herramientas de acción territorial de gran importancia tanto para la Comunidad Valenciana, como por defecto para Valencia. Éstas son:

1) **El Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunidad Valenciana** que establece las directrices de ocupación, uso y protección de la franja costera. En este documento se determina un Programa de Actuaciones del que destacamos cuatro líneas claves que muestran la dirección que se quiere seguir (Conselleria de Territorio y Vivienda, 2008):

- Diversificar la oferta potenciando otros tipos de turismo complementarios al de sol y playa.
- Incrementar la competitividad de la Comunidad Valenciana desde el punto de vista del Turismo
- El déficit de infraestructuras ferroviarias se puede paliar en los próximos años con la llegada del tren de alta velocidad (AVE) que unirá las tres capitales provinciales, y mediante la ampliación del tram-tren (actual línea de FGV Alicante-Denia) que supondrá a medio plazo la conexión por ferrocarril de los principales núcleos turísticos de las provincias de Alicante y de Valencia, lo que incrementará las ventajas comparativas del litoral valenciano para el desarrollo de actividades turísticas y productivas.
- Aunque la calidad de los puertos en cuanto a dotaciones y servicios se puede considerar elevada, es posible lograr una mayor incidencia de los mismos en el sector turístico, incrementando sus servicios vinculados con el ocio mediante la terciarización de las dársenas y por otra, acondicionándolos como bases de cruceros pesqueros-recreativos y promocionándolos como centros de enseñanza y práctica de deportes náuticos.

2) El Plan de Acción Territorial de Protección de la Huerta de Valencia

Este plan define estrategias y propuestas para el uso recreativo-cultural-turístico, que implican realizar un Plan de uso turístico-recreativo, del que son responsables entre otros TVCB y la Consellería de Turismo. Para dar cumplimiento a los objetivos marcados por el plan, se ha diseñado un esquema de intervención basado en cinco estrategias.

Para el tema de nuestro trabajo, debemos nombrar la *estrategia cinco: Generar sinergias ciudad-huerta: Uso público-recreativo*, en especial el apartado cinco: *Apoyo a los nuevos servicios turísticos y culturales: Gastronomía y productos de la huerta*. Esta estrategia guarda relación con la estrategia 2 marcada en el plan, ésta establece “*la gestión y financiación sostenible de la actividad agrícola*”.

Entre sus programas se incluye el de los nuevos servicios agrícolas, turísticos y culturales que complemente las rentas agrarias”. Entrelazando ambas estrategias, el plan indica que “*se creará una marca de calidad para los establecimientos hoteleros, de restauración, de venta y degustación de la Huerta, denominados punts de gust, que cumplan con los criterios de sostenibilidad ambiental, de respeto al patrimonio cultural y social de la Huerta, de integración paisajística y de apoyo a la actividad agrícola productiva que se determinen*”. (Conselleria de Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda, 2008)

Otra medida propuesta es la creación de una red de hoteles rurales (priorizando la rehabilitación de edificios existentes) en la Huerta junto a itinerarios verdes o áreas de interés cultural y recreativo.

3) La Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana

La Ley en su artículo 37 define la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana (en adelante ETCV) como el instrumento que establece los objetivos, criterios y directrices para la ordenación territorial de la Comunidad Valenciana. Se pretende definir un modelo territorial de la Comunidad Valenciana que sea capaz de integrar las políticas sectoriales, que tenga en cuenta las amenazas y oportunidades de nuestro contexto exterior, que fomente las acciones impulsoras de

cambios en el territorio, que establezca directrices de gestión de todo el suelo no urbanizable y que defina los ámbitos adecuados para la planificación de carácter subregional. (Conselleria de Medio Ambiente, Agua, Urbanismo y Vivienda, 2008)

De los 25 objetivos establecidos, nos debemos centrar en el objetivo 11: Reorientar el modelo turístico hacia pautas territoriales más sostenibles.

La lectura que extraemos sobre los planes de acción territorial existentes en la Comunidad Valenciana, es que en mayor o menor medida son documentos base, con magníficas declaraciones de principios, que aún requieren de ulteriores documentos para la implantación de los objetivos planteados. Todavía hay que desgranar estos amplios criterios que se quieren aplicar, para poder desarrollarlos e implantarlos. A partir de ahí, se podrán analizar y medir los resultados obtenidos, y consiguientemente evaluar la gestión llevada a cabo (el único documento que supone una excepción es El Plan de Acción Territorial de Protección de la Huerta de Valencia)

Todos los documentos se basan en directrices orientativas, es decir, no vinculantes, lo cual lamentablemente, no nos hace avanzar en la dirección necesaria.

Con referencia a los objetivos específicos en el área de turismo establecidos en la ETCV, en nuestra opinión, no hay coherencia entre los diversos criterios aportados bajo el mismo epígrafe y aparecen criterios de muy diversa índole. Muchos de ellos incluso no deberían ser reflejados en esta inicial declaración de principios de la estrategia planteada.

5.5.4 Revisión del Plan General de Ordenación Urbana de 2008 (Directrices definitorias de la Estrategia de Evolución Urbana y Ocupación del Territorio)

La revisión no recoge ninguna línea estratégica turística, así definida, que refleje la planificación en materia turística. Sin embargo, en el apartado dos, denominado *Directrices relativas a la sostenibilidad*, en el punto seis, *Ordenación del litoral*, señala las siguientes actuaciones de corte turístico:

Con referencia a la **Ordenación del litoral**, las actuaciones urbanísticas quedan circunscritas al área portuaria, donde la celebración de la Copa de América ha supuesto la puesta en

marcha de nuevas intervenciones con una incidencia muy importante en la estructura general del territorio, que requieren análisis y reflexión respecto a las nuevas necesidades generadas, especialmente en lo que afecta al sistema de comunicaciones y, en particular, por lo que hace referencia a la transformación del frente litoral de la ciudad: “La Marina Juan Carlos I”, que exige una nueva visión de conjunto que, atendiendo a su importante función recreativa y terciaria, proponga soluciones para su mejor integración y articulación con la ciudad.

La idea del “delta verde” como elemento organizador de la zona marítima y finalización del jardín del Turia, unido a la Dársena Interior (donde se tiene prevista la creación de una “Villa Marina” de uso residencial/turístico) y su lámina de agua, puede configurar un parque litoral de una dimensión urbana a escala de ciudad permitiendo la nueva morfología urbana litoral y potenciando la nueva imagen de Valencia. También está proyectada la creación de una playa artificial en el Delta para el área de Nazaret y una zona lúdico/turística entre Nazaret y El Puerto.

Asimismo, este espacio de grandes dimensiones visuales contribuirá a la fortalecer la nueva área de centralidad marítima cuya presencia mejorará la integración de los poblados marítimos así como el ensanche de la Avenida de Francia, configurándose como un polo marítimo de alta calidad ambiental y dotacional en el que podrán desarrollarse actividades deportivas y lúdicas, junto a la incorporación de nuevos servicios públicos, que permitan hacer de este escenario un lugar vivo para todos los ciudadanos.

La planificación turística de Valencia y su Área Metropolitana, no queda recogida expresamente bajo el epígrafe de turismo o turístico, pero la mayoría de las áreas desarrolladas con una función recreativa y/o terciaria, incorporan o acaban incorporando un desarrollo turístico de la zona seleccionada, como es el caso de la zona del puerto o Ademuz.

6. Conclusiones y propuestas

La trayectoria de Valencia como destino turístico ha discurrido en estos últimos treinta años por diversas etapas. En la década de los sesenta y gran parte de los setenta, Valencia no puede considerarse un destino turístico, pero debido al espíritu desarrollista de la época y a la expansión del turismo de masas basado en el modelo de “sol y playa”, se quiere transformar parte de la costa

mediterránea que baña el municipio de Valencia. Un *resort* turístico que incluye entre sus instalaciones 194 hoteles, queriendo captar un turismo de élite deseoso de disfrutar de un paraje similar, es el proyecto propuesto.

La planificación turística de la época opta por proyectos cortoplacistas que aportan grandes beneficios urbanizando el litoral, sin tener en cuenta criterios sostenibles en cuanto a su huella sobre el medioambiente, impactos sociales etc.

Con la llegada de la democracia y la transferencia de las competencias en materia de turismo y urbanismo, entre otras, los ayuntamientos democráticos intentan poner freno al desarrollismo desaforado e introducir criterios más sostenibles. Valencia tiene entonces una gran carencia de infraestructuras y servicios básicos, por lo que la década de los ochenta supone el acondicionamiento básico de la ciudad.

Resulta evidente que el desarrollo de una ciudad, en cualquiera de sus vertientes, ha de ir coordinado con el desarrollo de sus infraestructuras y servicios. La enorme carencia de estos elementos obliga en un principio a centrar la mirada en el desarrollo de la ciudad, a nivel general, y paralelamente a ir desarrollando sus recursos turísticos. En este sentido, los diversos documentos analizados reflejan el gran esfuerzo que se realiza en la ciudad de Valencia a la hora de crear nuevas infraestructuras y de mejorar y reformar recursos de los que ya se disponía.

En este marco, el desarrollo turístico en la ciudad está supeditado al desarrollo de la ciudad en general, que en numerosas ocasiones obedece a intereses económicos, urbanísticos e inmobiliarios.

La política turística de los grandes eventos tiene un atractivo puntual para la ciudad muy valioso, pero necesita a su vez de una estrategia basada en elementos sostenibles, poniéndolos en valor de manera continuada en el tiempo e integrando a la población local, elemento decisivo para garantizar su éxito a largo plazo.

Retomando nuestra argumentación, en la década de los ochenta las administraciones responsables son plenamente conscientes de que Valencia, en términos turísticos, sólo es una ciudad de paso hacia destinos turísticos asentados, tanto hacia el norte como hacia el sur de la ciudad y, para aprovechar estos flujos, proponen un desarrollo turístico basado en la potenciación de una serie

de elementos tanto urbanísticos como culturales para convertir a Valencia en un centro de atracción permanente, a imagen de otras capitales europeas. A partir de este momento si que se puede afirmar que el desarrollo de la ciudad y su desarrollo turístico van parejos y este hecho, asienta las bases de la futura planificación estratégica tanto de la ciudad en general como de su actividad turística en particular.

Valencia comienza su andadura turística concentrándose en el segmento del turismo de negocios (esta genérica acepción agrupa los segmentos: reuniones, congresos, convenciones, seminarios, incentivos). En este punto surgen varias preguntas ¿Cómo se planifica esta actividad? ¿Guarda relación con la planificación general de la ciudad? ¿Queda integrada ésta en la planificación territorial?

En Valencia, la planificación de la actividad turística queda reducida a la planificación promocional, un plan de marketing no es más que una de las piezas del engranaje. Como ya hemos visto, en materia turística el ente responsable de Valencia es TVCB, delimitando su área de competencia a la promoción de la ciudad. Y por otra parte, tenemos el CEyD, ente responsable de la elaboración y desarrollo de la planificación estratégica de la ciudad, que según sus propias declaraciones, en materia de planificación turística delega en TVCB, por que son los que tienen la potestad para planificar la estrategia turística de Valencia. De igual manera actúa el Ayuntamiento de Valencia. Así que, a nuestro entender, la planificación turística en Valencia equivale a una planificación promocional.

Como ya apuntábamos en el marco conceptual el turismo no se puede entender sin el territorio, por ello pensamos que la planificación turística debe partir desde una planificación integral, en la que el territorio es el elemento clave. Dado que hablar de Valencia significa hablar de la ciudad junto con su área metropolitana, llevar a cabo una planificación urbanística no se corresponde a las necesidades del territorio en cuestión, resultando necesario desarrollar una planificación territorial por parte de la comunidad autónoma responsable (esta posibilidad queda recogida en la Ley de Régimen Local).

La Comunidad Valenciana en estos momentos carece de un Plan de Ordenación Territorial (POT) de carácter vinculante y, Valencia y su Área Metropolitana carecen también de un POT

Subregional y un Plan de Ordenación de la Oferta Hotelera (POOT), instrumento éste, que ordena las actividades que tienen incidencia sobre la oferta turística, entendidas como tales, la actividad básica del alojamiento y la que, relacionada con las infraestructuras, servicios y equipamientos de carácter urbano, conforman el entorno en el que ésta se desarrolla.

Además, esta ordenación se efectúa desde el reconocimiento de la necesidad de preservar el medio ambiente y de la planificación integral del territorio como elementos determinantes para la consecución de una oferta turística cualificada y diversificada.

A pesar de todo, desde el Ayuntamiento se considera *“que el Plan del 88 es un plan muy bueno que sólo necesita de una revisión para adecuarlo al nuevo marco legislativo y a las nuevas necesidades urbanas”*. En nuestra opinión, el PGOU de 2008 no cubre la función arriba señalada, pues no resulta suficiente con el proceso de reformulación, sino que es necesario elaborar un nuevo plan que realmente contemple la realidad urbana actual y cuyas previsiones sean realistas.

En cuanto a la obtención de información, nos gustaría señalar la dificultad que entraña querer llevar a cabo un trabajo de investigación sobre esta materia. En el sector turístico, el ámbito público encarga gran parte de sus informes a consultoras privadas, es decir, no están elaborados por sus propios técnicos, lo que dificulta su acceso y difusión.

Por otra parte, resulta complicado acceder a los informes finales de los planes (PAT, PGOU etc.) que se van desarrollando. Normalmente sólo se tiene acceso directo a la documentación expuesta en los documentos de participación pública, que no es la documentación definitiva.

También queremos destacar que en algunos casos los datos estadísticos históricos resultan imprecisos y escasos. Como ejemplo, los primeros datos sobre viajeros de la ciudad de Valencia que ofrece el Instituto Nacional de Estadística datan de 2005 (como punto turístico), todos los datos previos son o bien datos provinciales o bien de la comunidad autónoma.

Como último punto dentro de este epígrafe, nos gustaría comentar que no hay homogeneidad en el tratamiento de los datos estadísticos por parte de las empresas e instituciones locales, por lo que, la tarea de comparar o utilizar datos de diversas fuentes para complementarlos resulta poco riguroso.

Nos gustaría finalizar este apartado de conclusiones señalando que la planificación es vista, en general, como una mera proyección mediática, tanto por las administraciones responsables como por el sector empresarial. Se apoyan planteamientos de planificación y buena gobernanza basados en criterios sostenibles a través de un buen acto promocional, pero sólo se acaban desarrollando documentos cargados de recomendaciones que no vinculan al sector.

Es más, los documentos consultados muestran una planificación sectorial sin visión supramunicipal, los propios planes de acción territorial no consensúan, por lo general, los objetivos con los planes existentes. La falta de coordinación entre municipios, entre administraciones, entre instituciones de ámbito local es nuestro peor enemigo para poder armonizar criterios y políticas. Subsanan esto debería ser nuestro objetivo prioritario. Tomar ejemplo de otras CCAA, como las Baleares, que han logrado superar estos baches y han implantado políticas de planificación territorial que preservan sus recursos puede ser un segundo objetivo. Con una base sólida, podemos determinar nuestra propia dirección.

Nuestra hipótesis de trabajo y punto de partida en esta investigación se ve, a través de los documentos tratados y de las entrevistas realizadas, confirmada. Es decir, en Valencia no existe hasta la fecha una planificación turística, entendida ésta desde los parámetros definidos en el trabajo.

7. Bibliografía

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1959): *Boletín de Información Municipal*. Año VII, segunda etapa, nº 21, primer trimestre de 1959. Secretaría General. Archivo histórico municipal.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1961): *Plan Parcial Golas del Perellonet y del Perelló (Plan Parcial nº31)*. Archivo municipal, Departamento de Urbanismo.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1966): *Plan General de Valencia y su Comarca adaptado a la "Solución Sur"*. Archivo municipal, Departamento de Urbanismo.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1980): *El Saler, Estudios previos para la orientación del Monte de La Dehesa*. Gabinete de Estudios Urbanos y Territoriales. Archivo histórico municipal.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1987): *La Valencia de los 90. Una ciudad con futuro*. Elaborado por el Gabinete de Alcaldía.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1988): *Plan General de Ordenación Urbana*. Archivo municipal, Departamento de Urbanismo.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1990): *Plan Especial de Ordenación del Paseo Marítimo*. Memoria del documento 1176. Archivo municipal, Departamento de Urbanismo.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1997): *Plan Estratégico Valencia 2015*. Editado por ProValencia, S.A. Oficina Técnica del Plan Estratégico de Valencia.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (1999): *Valencia, Ciudad en Marcha*.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (2000): *Valencia: Modelo de ciudad. La evaluación del desarrollo de la ciudad de Valencia entre 1.994 y 2.000*.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (2002): *La evaluación del desarrollo estratégico de Valencia*.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA (2008): *Revisión del Plan General de Valencia. Versión preliminar*. Departamento de Urbanismo (<http://participacionpgou.valencia.es/web/index.php>) [página consultada el 15 de mayo de 2009]

BANCO DE VIZCAYA (1966): *Urbanización de la Dehesa*. Revista Financiera, Mayo 1966, Número extraordinario dedicado a la Provincia de Valencia.

BOUAZZA ARIÑO, O. (2006): *Ordenación del territorio y turismo (Un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio)*. Barcelona, Editorial Atelier.

CONSEJO EUROPEO (1983): *Carta europea de la ordenación del territorio*. Adoptada en la sexta Conferencia Europea de Ministros Responsables de Ordenación del Territorio en Torremolinos. Citado en PUJADAS, R.; FONT, J. (1998): *Ordenación y Planificación Territorial*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.

CONSEJO EUROPEO (2003): *Implementation of strategies and visions for a sustainable spatial planning*. Decimotercera Conferencia Europea de Ministros Responsables de Ordenación del Territorio en Eslovenia. Bélgica. Council of Europe Publishing.

CENTRO DE ESTRATEGIAS Y DESARROLLO DE VALENCIA (2004): *Valencia en los primeros años del siglo XXI. Análisis de situación para la Estrategia 2004-2015: Documento para el debate ciudadano. Parte 1 y 2*.

CENTRO DE ESTRATEGIAS Y DESARROLLO DE VALENCIA (2006): *La Estrategia de Valencia 2007-2015, Propuesta de Visión, Misión, Ejes y Proyectos*.

CENTRO DE ESTRATEGIAS Y DESARROLLO DE VALENCIA. *El Centro de Estrategias y Desarrollo de Valencia: Un instrumento pionero para la gestión estratégica de las ciudades*. Documentos de trabajo para la elaboración de la nueva estrategia, n°1.

CONSELLERIA DE MEDIO AMBIENTE, AGUA, URBANISMO Y VIVIENDA (2008): *Plan de Acción Territorial de Protección de la Huerta de Valencia*. (<http://www.cma.gva.es/v/intro.htm>) [Página consultada el 15 de mayo de 2009]

CONSELLERIA DE MEDIO AMBIENTE, AGUA, URBANISMO Y VIVIENDA (2008): *Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana*. (<http://www.cma.gva.es/v/intro.htm>) [Página consultada el 4 de abril de 2009]

CONSELLERIA DE TERRITORIO Y VIVIENDA (2008): *Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunidad Valenciana*. (<http://www.cma.gva.es/v/intro.htm>) [Página consultada el 4 de abril de 2009]

CONSELLERIA DE TURISMO (2007): *Plan de Espacios Turísticos*. Directrices generales (<http://www.comunidad-valenciana.org>) [Página consultada el 5 de abril de 2009]

CONSELLERIA DE TURISMO (2007b): *Plan de Espacios Turísticos*. Directrices particulares, zona 9. (<http://www.comunidad-valenciana.org>) [Página consultada el 5 de abril de 2009]

Decreto 67/2006, de 19 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística.

EXCELTUR (2007): *Estudio Impactur de la Comunitat Valenciana 2007*.

FARINÓS, J. (2008): Apuntes-resumen asignatura *Gobernanza del territorio para usos turísticos* del Máster en Dirección y Planificación del Turismo. Universitat de València.

FERNÁNDEZ GÜELL, J.M. (2006): *Planificación estratégica de ciudades. Nuevos instrumentos y procesos*. Barcelona. Editorial Reverté S.A.

MURCIA (1978) Citado en FARINÓS, J. (2008) Apuntes-resumen asignatura *Gobernanza del territorio para usos turísticos* del Máster en Dirección y Planificación del Turismo. Universitat de València.

OBIOL MENERO, E. M. (1997): *Turismo y Ciudad: el caso de Valencia*. Estudios Turísticos. Nº 134. Páginas 3 – 21.

PUJADAS, R.; FONT, J. (1998): *Ordenación y Planificación Territorial*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.

Real Decreto 299/1979, de 28 de enero, sobre transferencia de competencias de la Administración del Estado al Consejo del País Valenciano en materia de agricultura, urbanismo, turismo, ferias internacionales y transportes.

TURISMO VALENCIA CONVENTION BUREAU (2008): *Plan Actuaciones 2009*, Documento base.

VALENCIA ATRACCIÓN (1981): Suplemento Informativo de la Revista de la Sociedad Valenciana Fomento del Turismo.

VERA REBOLLO, J.F. et al. (1997): *Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel, Barcelona.