

01

València ja és al mapa turístic

Una anàlisi dels impactes de la turistificació a escala de barri

VALENCIA IS NOW FIRMLY ON THE TOURIST MAP. THIS ANALYSIS LOOKS AT THE IMPACTS OF TOURISTIFICATION AT NEIGHBOURHOOD LEVEL

DAVID DE LA OSADA SAURÍ
Universitat de València
david.osada@uv.es
ORCID: 0000-0001-7066-1670

rebut: 31/03/2026
acceptat: 10/04/2026
publicat: 29/09/2026
<https://doi.org/10.28939/iam.debats-140.10>
debats #140 (p. 170_195)



RESUM

Aquest article analitza la transformació urbana i social de València a partir de la inserció en els circuits del turisme de masses. Mitjançant una metodologia quantitativa i espacial multivariable, s'integren dades oficials de l'INE (2019-2025) i *big data* per avaluar l'impacte d'aquesta transició. Els resultats confirmen la consolidació d'una «taca de calor turística» que articula un corredor continu entre el nucli històric, la Ciutat de les Arts i les Ciències i la Marina-platges del nord, que delimita un «triangle d'or» de pressió màxima on l'allotjament ha esdevingut un component estructural del paisatge urbà i amb característiques i conseqüències diferents.

L'estudi demostra com la revalorització estètica i la densificació fotogràfica (Flickr) actuen com a indicadors avançats de la turistificació, i precedeixen el desplaçament de la pressió cap a la perifèria. Aquesta dinàmica opera com un vector de gentrificació que altera el mercat residencial, amb una escalada de preus que segmenta la ciutat segons renda i nacionalitat, força l'expulsió de les llars joves i altera el relleu generacional. En conclusió, el model actual de residència temporal i especialització funcional de diversos barris posa en risc la cohesió social de la ciutat consolidada i transforma el dret a l'habitatge en un actiu de consum global i amb canvis socials i econòmics que afecten tota la ciutat, en major o menor grau.

Paraules clau: turistificació; gentrificació turística; anàlisi espacial; big data turístic; mercat de l'habitatge; branding urbà

ABSTRACT

This article analyses the urban and social transformation of Valencia in the context of its integration into mass tourism circuits. A multivariable quantitative and spatial methodology is employed, integrating official data from the INE (2019–2025) and big data to evaluate the impact of this transition. The results confirm the consolidation of a 'tourist hotspot' forming a continuous corridor between the historic city centre, the City of Arts and Sciences, and the Marina and northern beaches. This "Golden triangle" is an area of maximum pressure, where accommodation has become a permanent feature of the urban landscape, with various implications.

The study demonstrates how aesthetic revaluation and photographic densification on Flickr act as leading indicators of touristification, preceding the shift of pressure towards the city's periphery. This dynamic operates as a vector of gentrification, altering the residential market with price escalation that segments the city by income and nationality. This forces the displacement of young households and alters generational succession. In conclusion, the current model of temporary residence and functional specialisation of various neighbourhoods endangers the social cohesion of the established city. This transforms the right to housing into a global consumer asset and brings about social and economic changes that affect the entire city to a greater or lesser degree.

Keywords: Touristification; Tourism gentrification; Spatial analysis; Tourism Big Data; Housing market; Place branding

INTRODUCCIÓ

Com reflecteix la novel·la *Noruega*, de Rafa Lahuerta (2021), convertida en un referent contemporani de l'imaginari urbà (Bataller Català i Torrents i Sunyol, 2024), la ciutat de València ha experimentat una transformació profunda en les darreres dècades. L'obra evoca una ciutat que l'any 1984 encara era «una ciutat sense turistes [...] la gran joia oculta del Mediterrani» (p. 21), una imatge que contrasta amb la deriva descrita unes pàgines després, on l'autor lamenta com «l'imaginari urbà va sucumbir a la dinàmica uniforme del turisme de masses i les seues cadenes» (p. 49). Aquesta transició literària sintetitza l'essència de la turisticació i la mutació de les ciutats mediterrànies: el pas d'una perifèria relativa a una inserció plena, i sovint conflictiva, en els circuits globals. Aquest article analitza el cas de València com a exemple paradigmàtic d'aquest canvi de model i de les seues conseqüències sociourbanes.

La configuració turística de les ciutats constitueix un dels processos urbanístics més rellevants en la història recent d'Europa. Des dels processos de desindustrialització iniciats a partir de la dècada de 1980, juntament amb l'expansió urbana cap a les perifèries, moltes ciutats han orientat la seua estratègia cap a la terciarització de l'economia. En aquest context, la competència global entre ciutats s'ha intensificat mitjançant la promoció de projectes emblemàtics i iniciatives estratègiques, no solament amb l'objectiu d'atraure turisme, sinó també de captar inversions i de reforçar el seu posicionament en l'escala global.

Aquesta manera de concebre la ciutat s'ha conceptualitzat com a *city branding*; és a dir, la construcció d'una imatge urbana basada en relats, emocions i, sovint, estereotips, que es materialitza en estratègies pròpies del màrqueting (Bañales-Mallo *et al.*, 2015; Renaud Vuignier, 2016; Salom Carrasco i Pitarch-Garrido, 2017). Aquestes estratègies poden incloure des de campanyes de promoció turística internacional fins a modificacions en els instruments de planificació urbana, com el Pla General d'Ordenació Urbana (PGOU), així com la promoció de grans esdeveniments (Salom Carrasco i Pitarch-Garrido, 2017). En el cas de València, aquesta orientació es va sintetitzar en el lema, àmpliament difós per les institucions, de «posar València en el mapa» (Cucó, 2013; Santamarina Campos i Moncusí Ferré, 2013). Tot i que el PGOU de 1988 ja apuntava cap a la terciarització (Gaja, 1996), no fou fins a la dècada de 1990 i els inicis del segle XXI que aquesta estratègia es va accelerar sota un paradigma neoliberal clarament orientat a la competència interurbana (Burriel, 2009; Sorribes, 2015).

En aquest context, les ciutats van intensificar la seua competència per acollir grans esdeveniments internacionals, sovint acompanyats de la construcció de noves infraestructures i edificacions emblemàtiques. A Espanya, casos com l'Expo'92 de Sevilla o els Jocs Olímpics de Barcelona 1992 constitueixen exemples pioners d'aquesta estratègia de projecció internacional.

D'altra banda, amb independència de si responen a un esdeveniment concret com els anteriors, la proliferació d'edificis singulars com el Museu Guggen-

heim de Frank Gehry a Bilbao ha donat lloc a l'anomenat «efecte Bilbao», que subratlla el poder de l'arquitectura de prestigi en la regeneració del territori (Kern, 2022). Una característica fonamental d'aquest model és la recerca d'arquitectes de prestigi internacional, els anomenats *starchitects*, i la proliferació d'edificis amb una forta singularitat formal, alhora que repetida en el globus, associada a un nom reconegut (Moix, 2010; Muñoz, 2008).

En el cas de València, aquest procés s'ha interpretat com un «monocultiu Calatrava» (Moix, 2010), en referència al protagonisme de Santiago Calatrava en la configuració recent del paisatge urbà, especialment en el tram final del jardí del Túria. Així, la Ciutat de les Arts i les Ciències (a partir d'ara CAC), símbol inequívoc de la ciutat, no solament va ser un obra que va servir per a enllestir una part de l'antic llit del riu Túria, sinó també per a transformar els espais adjacents, especialment les àrees situades al marge nord, caracteritzades per la presència de vestigis d'un passat industrial en procés de degradació (Cucó i Yeves, 2013). Aquest procés és comparable a altres transformacions urbanes com les desenvolupades a la ria de Bilbao o al barri del Poblenou a Barcelona (Esteban, 2000; Mansilla i Milano, 2018). No obstant això, aquest no fou l'únic agent implicat en l'estratègia de transformació urbana. En el marc de la reconfiguració del front marítim, David Chipperfield va projectar l'edifici Veles e Vents, una peça emblemàtica concebuda per a la celebració d'esdeveniments internacionals. Aquesta intervenció s'emmarcava en la reconversió d'àrees portuàries degradades en una nova marina que va acollir la Copa de l'Amèrica i, posteriorment, el Gran Premi d'Europa de Fórmula 1.

Més recentment, trobem la Capitalitat Mundial del Disseny (2022) o la Capitalitat Verda Europea (2024) com a fites d'aquest *branding* territorial. Aquestes estratègies no només busquen atraure un perfil de turista de major poder adquisitiu (*expats* i nòmades digitals), sinó que es materialitzen en la creació de nous parcs i la rehabilitació de places per a guanyar espai públic per als vianants, que es configuren com a noves referències arquitectòniques a la ciutat. L'eficàcia d'aquest posicionament és palesa en

la guia anual d'Eurostat (2026), on destaca el pes del binomi port-turisme. Aquesta realitat transcendeix les dades: és present en el discurs mediàtic, en les publicacions culturals i en textos acadèmics.

Així, no és estrany que en el debat popular apareguen des de fa aproximadament una dècada termes i expressions relacionades amb el turisme i la transformació urbana, fins ara exclusius al camp acadèmic, com massificació, «turistificació», «gentrificació turística» o «turismefòbia», que sovint s'usen de manera indiscriminada. Aquest ús excessiu i poc rigorós tendeix a diluir el significat original dels conceptes i, alhora, a desvirtuar la realitat, i converteix en generalitzacions vagues qüestions tan rellevants com la gestió urbana i el desenvolupament dels sectors econòmics associats.

Realment, aquests termes són diferents entre si, tot i que no disposen d'una definició única, com ocorre sovint en les ciències socials, i influeixen mútuament. La massificació turística (també coneguda com a *overtourism*) és un fenomen quantitatiu que es produeix quan el nombre de visitants supera la capacitat de càrrega d'un espai i afecta l'experiència sense transformar la societat local. La turistificació és un procés funcional en què els serveis i l'espai urbà es reorienten o es construeixen específicament per al consum del turista, i modifiquen la vida quotidiana del barri. La gentrificació turística implica una substitució social; així, els efectes turístics pejoratius expulsen els residents originals i buiden el barri, ocupat ara per una població més adinerada i temporal. Finalment, la turismefòbia és la reacció emocional de la població local davant d'aquests processos, que reflecteix el malestar i la resistència social (Blanco Romero *et al.*, 2021; Milano *et al.*, 2019; Sequera i Nofre, 2018).

Totes aquestes dinàmiques emanen de tres corrents estructurals propis de la societat contemporània, que operen en paral·lel i es retroalimenten. En primer lloc, el creixement sostingut i pràcticament ininterromput, des de finals del segle xx, dels transports *low cost* (Costa i Ribeiro de Almeida, 2011), que han contribuït decisivament a la democratització relativa dels desplaçaments nacionals i internacio-

nals. En segon lloc, la consolidació d'un paradigma postmodern que situa el consum cultural i l'experiència turística com a eixos centrals en la configuració de les pràctiques socials i les identitats en les societats occidentals (Circunegui, 2019). Finalment, l'emergència i expansió dels habitatges d'ús turístic (HUT), especialment en el context posterior a la crisi econòmica de 2008, període en què el turisme esdevé un sector estratègic en les economies del sud d'Europa, fortament afectades per la recessió (Sequera i Nofre, 2018).

En aquest marc, els HUT s'han integrat plenament en les dinàmiques de l'economia de plataforma (tot i que van començar sent considerats com a economia col·laborativa) (Sequera, 2020), i han contribuït a una reconfiguració profunda dels mercats residencials urbans. Aquesta transformació implica la mercantilització creixent de l'habitatge i la seua reconversió en actiu turístic, amb impactes significatius en termes d'accessibilitat residencial, segregació socioespacial i redefinició dels usos urbans (Bugalski, 2020; Franco i Santos, 2021; López-Gay *et al.*, 2021). En conseqüència, aquest fenomen ha esdevingut un dels principals focus de debat públic i acadèmic, així com un àmbit prioritari d'intervenció política, en què s'han desplegat diverses iniciatives reguladores amb l'objectiu de contenir una expansió que, durant uns anys, es va produir en gran manera al marge de mecanismes de control efectius (De la Encarnación, 2016).

La hipòtesi d'aquest treball és que el fenomen turístic a València ha evolucionat cap a un model urbà consolidat i internacionalitzat i s'ha convertit en un motor estructural de transformació econòmica, social i espacial. Aquesta consolidació genera concentració en nuclis centrals, diversificació de mercats emissors, prolongació de l'estada mitjana i creixement dels sectors vinculats al turisme, alhora que exerceix pressió sobre l'espai urbà i contribueix a fenòmens de gentrificació i reconversió territorial.

Té els objectius secundaris següents:

- Analitzar l'evolució de l'ocupació, les pernoctacions i l'estada mitjana a València per a determinar la consolidació de la ciutat com a destinació turística urbana.

- Examinar la distribució territorial del turisme i identificar les zones de més pressió turística sobre l'espai urbà.
- Avaluar la transformació del teixit empresarial i la dinàmica econòmica associada al turisme.
- Estudiar l'origen i la diversificació dels mercats turístics emissors, tant nacionals com internacionals.
- Identificar els processos de turistificació, mesurant la presència d'allotjament turístic i serveis orientats als visitants en diferents barris.
- Analitzar els efectes de la pressió turística sobre els residents i l'ús de l'espai públic, incloent-hi la saturació de serveis i HUT.
- Estudiar si hi ha conseqüències demogràfiques derivades del turisme i el seu impacte en l'augment de preus i mesurar el nivell de renda.

METODOLOGIA

Per assolir els objectius proposats, la investigació adopta una aproximació quantitativa i espacial multivariable, una estratègia necessària per a contrarestar la fragmentació de la informació turística actual (Peñarrubia, 2018). El disseny metodològic s'articula mitjançant la correlació espacial de variables heterogènies (socials, econòmiques i digitals), la qual cosa permet identificar amb precisió els patrons de pressió sobre el territori. Aquest procediment, que integra tant fonts oficials com dades massives (*big data*), s'estructura en tres eixos analítics, el primer dels quals es detalla a continuació:

Dinàmica turística i demanda (INE)

Aquest bloc mesura la consolidació de València com a node internacional mitjançant dades de l'INE (període 2019-2025, tot i que de 2019 tan sols recull mig any). S'analitzen els fluxos de pernoctacions, la despesa del turista i l'estada mitjana per a determinar la capacitat de retenció de la ciutat, així com els principals mercats per tal de mostrar la robustesa del turisme i el marcat creixen. Es fa a través de l'estadística experimental de l'INE, que, tot i les limitacions, pot ser una font innovadora sobre la qual treballar, amb les eines d'«Estimació de l'ocupació en allotjaments turístics a partir de dades de platafor-

mes digitals», «Estudis de mobilitat a partir de la telefonia mòbil» i «Despesa que fan els visitants estrangers en les seues visites a Espanya».

Transformació econòmica i urbana (estadística municipal)

Per avaluar l'impacte del turisme en la morfologia física i funcional de la ciutat, s'analitzen les dades municipals a escala de barri i districte. Aquesta anàlisi s'articula mitjançant l'estudi de la demografia empresarial («Estudi de la constitució i extinció de societats per a identificar l'especialització terciària i el risc de monocultiu turístic»), que permet monitorar el grau d'especialització terciària i el risc de monocultiu turístic en el teixit local. Complementàriament, s'usa el registre d'autoritacions de terrasses com a indicador de la mercantilització de l'espai públic; tot i presentar una sèrie temporal fragmentada que en dificulta l'anàlisi evolutiva, aquesta font proporciona un testimoni precís de la pressió sobre les àrees de convivència ciutadana.

Impacte territorial i indicadors de pressió: vulnerabilitat, mercat i petjada digital (INE, GVA Turisme, Idealista.es i API Flickr)

Aquest eix metodològic integra variables socioeconòmiques i digitals per a evidenciar els processos de substitució poblacional. S'articula mitjançant l'encreuament de l'«Atles de distribució de renda de les llars» amb el «Mesurament del nombre d'habitatges turístics a Espanya i la seua capacitat», així com el registre d'hotels/hostals i pensions (a partir d'ara allotjaments tradicionals) de GVA Turisme, que permeten identificar àrees de vulnerabilitat resident davant la pressió inversora. Complementàriament, s'hi incorporen les metadades geolocalitzades de l'API de Flickr (2015-2025) com a indicador de la petjada digital, que revela la intensitat de la presència de visitants i la validació dels recursos turístics en el territori.

Per analitzar la dinàmica demogràfica i immobiliària, es combina la sèrie històrica d'informació municipal (des de 1991) amb les dades del Padró muni-

cipal (INE) per seccions censals, desglossades per nacionalitat i grups d'edat (únicament les dades de 2015, 2020 i 2025, ja que permeten contrastar l'evolució del territori en etapes de creixement turístic accelerat). Així mateix, s'examina l'evolució dels preus de lloguer i venda obtinguts del portal Idealista. L'anàlisi d'aquesta darrera font se circumscriu al període 2015-2022. Si bé des de 2015 la disponibilitat de dades a escala de barri és gairebé total, les modificacions en la metodologia de la plataforma a partir de 2023 dificulten l'obtenció de dades desagregades en barris.

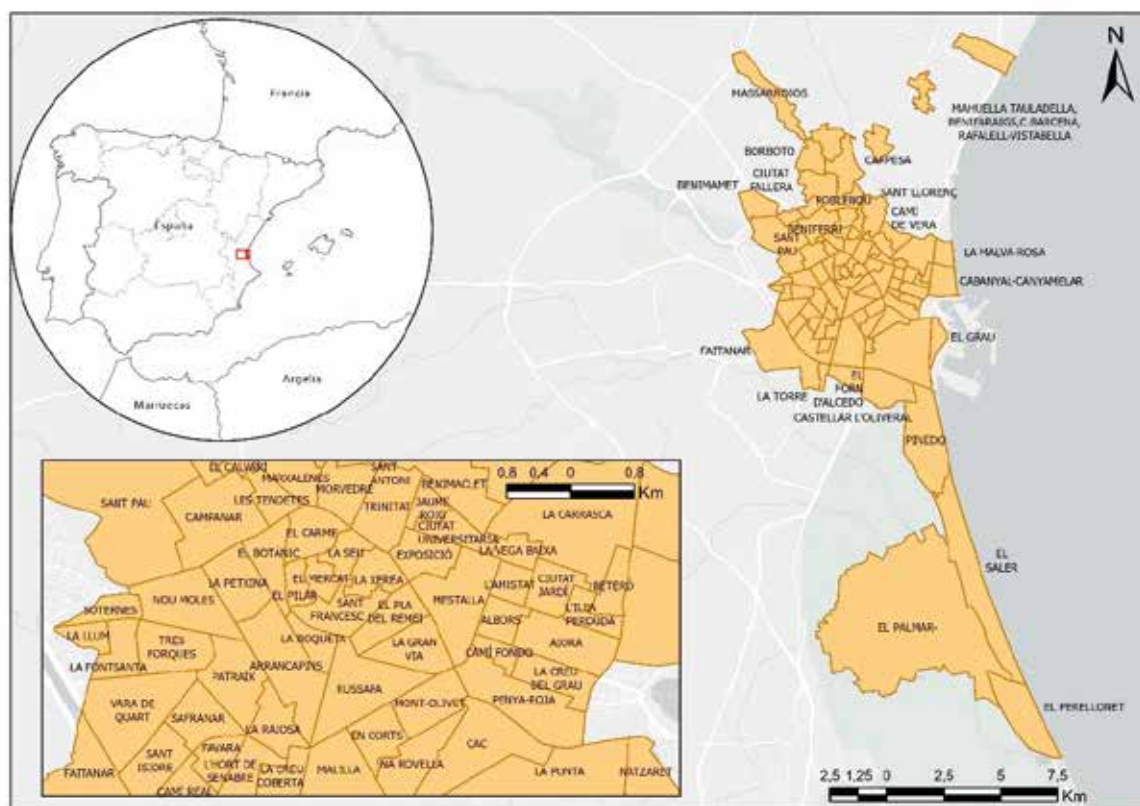
Sobre aquestes dades, s'apliquen els següents indicadors tradicionals en l'estudi del turisme:

- Taxa de funció turística (TFT): relació entre places turístiques i població resident.
- Índex d'intensitat turística (IIT): densitat de visitants per unitat de superfície.
- Densitat d'allotjaments per llars: percentatge d'HUT sobre el total del parc residencial.
- Places per km²: concentració absoluta de l'oferta en el territori.

Per avaluar l'impacte demogràfic del turisme, es defineixen taxes específiques basades en els indicadors de la gentrificació turística (Aledo i Nogués-Pedregal, 2019; Jover *et al.*, 2018; López-Gay *et al.*, 2021):

- Taxa de creixement poblacional: identifica el «buidatge» de barris o l'estancament residencial derivat de la substitució d'habitatge permanent per HUT.
- Taxa de joventut: analitza famílies (calcula menors de setze anys sobre el total de població), l'accés dels quals queda restringit per l'encariment de l'immoble i la degradació de les xarxes de convivència.
- Taxa d'envelliment: observa la immobilitat de les cohorts de major edat (més de 65) davant l'èxode de la població activa, ja que també abandonen el barri.
- Migracions i procedència: s'ha calculat la taxa d'estrangeria tradicional i la de la immigració laboral de renda baixa (provinents de països d'Europa de l'Est, Amèrica Llatina, Àsia i Àfrica). La diferència entre les dues es pressuposa que és població transnacional d'alta renda (Europa Occidental i

FIGURA 1. LOCALITZACIÓ DE VALÈNCIA I ELS SEUS BARRIS. Font: elaboració pròpia.



Amèrica del Nord) Aquesta distinció permet cartografiar la dualitat entre els perfils amb accés als nodes turístics i aquells exclosos o desplaçats cap a la perifèria.

RESULTATS

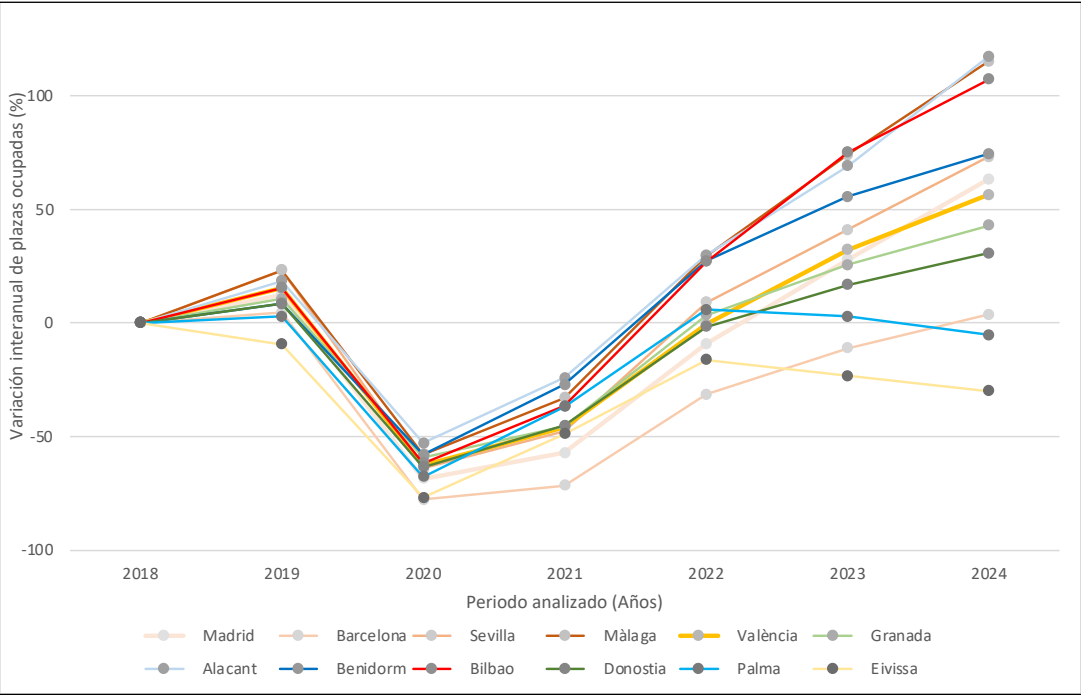
València en el mercat turístic: anàlisi d'ocupació, despesa, pernoctacions i estada mitjana.

En el context del sistema turístic urbà espanyol, València (figura 1) s'ha posicionat com la cinquena potència urbana en termes d'ocupació, fins a assolir els 484.927 registres en 2024. Aquesta xifra la col·loca immediatament després de nodes consolidats com Madrid, Barcelona, Sevilla i Màlaga, i marca una distància creixent respecte de ciutats com Granada (324.331) o Alacant (188.867).

Des d'una perspectiva temporal, València destaca per la seua resiliència postpandèmia: partint dels 357.000 allotjaments de 2019, la ciutat no tan sols s'ha recuperat de la inflexió de 2020, sinó que presenta un creixement net del 35,8% (2019-2024). Aquesta dinàmica expansiva (+18,2% interanual en 2024) contrasta amb l'esgotament del model de «sol i platja» de destinacions com Palma o Eivissa, que mostren retrocessos significatius.

A l'arc mediterrani, el ritme de València suggereix una convergència estratègica amb Màlaga i multiplica per 2,5 el volum d'ocupació d'Alacant, fet que consolida una menor dependència de l'estacionalitat. En definitiva, el salt de 74.000 allotjaments ocupats en l'últim exercici reflecteix la vigència d'un model urbà on una oferta en expansió, impulsada pels HUT i els nous allotjaments tradicionals, respon a

FIGURA 2. EVOLUCIÓ DE PLACES OCUPADES PER PUNTS TURÍSTICS.
Font: Elaboració pròpia a partir de l'INE.



TAULA 1. PERNOCTACIONS PER PUNTS TURÍSTICS D'ESPANYA.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

Destinació	2019 (base)	2020 (pandèmia)	2024	Var. absoluta (24-19)	Creixement (%)
Madrid	2.978.000	1.060.000	4.419.797	1.441.797	48,40%
Barcelona	3.763.000	1.104.000	4.185.013	422.013	11,20%
Màlaga	1.197.000	455.000	2.355.732	1.158.732	96,80%
Sevilla	1.368.000	437.000	2.128.307	760.307	55,60%
València	1.417.000	509.000	2.067.160	650.160	45,90%
Granada	657.000	255.000	906.433	249.433	38,00%
Alacant	494.000	202.000	857.173	363.173	73,50%
Benidorm	446.000	166.000	771.761	325.761	73,00%
Bilbao	178.000	72.000	351.975	173.975	97,70%
Sant Sebastià	209.000	75.000	269.836	60.836	29,10%
Palma	301.000	109.000	291.105	-9.895	-3,30%
Eivissa	143.000	40.000	104.912	-38.088	-26,60%

TAULA 2. ESTADA MITJANA PER PUNTS TURÍSTICS.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

Destinació	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Benidorm	5,1	5,1	4,9	5,1	5,5	5,4	5,5
Barcelona	4,1	4,1	5,7	6,1	5,1	4,8	4,7
Alacant	4,7	4,8	4,9	4,9	5,1	4,7	4,5
Palma	4,4	4,3	5	4,9	4,6	4,4	4,5
València	4	4	4,4	4,6	4,5	4,3	4,3
Màlaga	3,7	3,6	4	4,2	4,2	4,1	4,1
Madrid	3,5	3,5	4,4	4,7	4	3,8	3,6
Eivissa	3,7	3,7	4	3,9	3,8	3,6	3,5
Sant Sebastià	3,3	3,2	3,4	3,5	3,5	3,4	3,4
Sevilla	3	3,1	3,3	3,3	3,6	3,5	3,4
Bilbao	2,8	3	3,6	3,3	3,3	3,2	3,3
Granada	2,6	2,6	2,7	2,8	2,9	2,8	2,8

una demanda que es manté robusta tot i el context inflacionista.

Pel que fa a les pernoctacions (taula 1), València ha transcendit el seu paper de destinació de pas per convertir-se en un node consolidat de residència temporal. En 2024, la ciutat va superar la fita dels dos milions de nits ocupades (2,06 milions), un creixement del 45,9% respecte de 2019 que reflecteix una alta capacitat de retenció de la demanda.

Aquesta evolució situa la ciutat en competència directa amb Sevilla i evidencia una convergència competitiva fruit d'un ritme de creixement superior al d'altres capitals consolidades. La solidesa del model es referma en el període postpandèmia: l'activitat en 2024 quadruplica la de 2020 i manté una tendència expansiva, amb un increment del 18% només en el darrer exercici, que consolida el seu pes en el sistema urbà estatal.

L'anàlisi de l'estada mitjana (taula 2) revela una notable estabilitat estructural, amb valors que oscil·len de manera sostinguda entre els 4,0 i els 4,6 dies durant el període 2018-2024. Aquesta regularitat contrasta amb la volatilitat d'altres destinacions urbanes

més sensibles a canvis conjunturals. Des d'una perspectiva comparada, València es configura com un model híbrid: amb una mitjana de 4,3 jornades, supera el *city-break* convencional de capitals com Madrid o Sevilla, sense assolir la intensitat dels nodes turístics de litoral com Benidorm. Tot i la lleugera tendència descendent iniciada en 2022, després de l'anòmal repunt de l'estada durant l'escenari pandèmic i l'actual escalada de preus en el sector, la ciutat manté un llinar de pernoctació superior a la mitjana del seu segment, fet que en reforça la capacitat de retenció.

En conjunt, València s'ha consolidat com una destinació híbrida i competitiva dins del sistema turístic espanyol, i ha superat el seu paper secundari per a integrar-se com un node urbà rellevant. Aquest posicionament es fonamenta en una elevada capacitat de retenció de la demanda, estades superiors a les quatre nits i una estabilitat en les pernoctacions que la diferencia de models de litoral més volàtils. Una vegada confirmada aquesta maduresa en els fluxos, cal analitzar quins són els mercats que alimenten aquesta dinàmica i com ha evolucionat la seua procedència.

Procedència dels fluxos turístics: Mercats emissors

L'anàlisi del període 2019-2026 revela una transformació estructural en la composició dels fluxos, definida per una internacionalització creixent del model. Després de la inflexió de 2020, el sistema ha superat els llindars pre pandèmics entre 2024 i 2025, amb el mercat europeu com a eix vertebrador. El domini en el mercat europeu ha sigut el motor clau per a refermar València com a destinació, que assegurant una aflluència estable de turistes.

Dins del mercat europeu, destaquen especialment Itàlia i el Regne Unit (figura 4), que evolucionen cap a posicions capdavanteres en termes de volum i dinamisme, amb una trajectòria ascendent especialment acusada en el cas italià. Paral·lelament, es constata l'emergència del mercat nord-americà com un dels fenòmens més rellevants del període analitzat. Tot i partir d'una presència relativament modesta en 2019, el creixement experimentat a partir de 2024 evidencia un canvi en el perfil del visitant, amb una major incidència del turisme de llarga distància i amb una capacitat de despesa superior.

D'altra banda, la dimensió estacional continua sent un factor estructural clau en la configuració dels fluxos turístics. Així, el mes de març, associat a la celebració de les Falles, igual que l'agost, es mantenen com a mesos de màxima pressió turística, amb un pes creixent del turisme internacional. Finalment, l'anàlisi per regions evidencia una progressiva diversificació dels mercats emissors, amb taxes de creixement relatives més elevades en regions com Amèrica i Àsia, així com la consolidació de mercats madurs i estables, com el dels Països Baixos, que reflecteixen un alt grau de fidelització cap a la destinació.

Tot i la puixança internacional, el turisme domèstic es manté com l'eix vertebrador del sistema valencià per la seua elevada resiliència (figures 3, 4 i 5). Madrid es consolida com el principal mercat emissor, impulsat per l'alta velocitat i la liberalització ferroviària, factors que han consolidat el model de *day trip* i estades curtes. Per la seua banda, el turisme de proximitat (Alacant i Castelló) aporta una reactivació clau en contextos adversos, tot i la seua dependència de l'estacionalitat festiva, mentre que Barce-

lona reforça el corredor mediterrani amb fluxos vinculats als negocis.

En termes globals, el mercat nacional sosté l'estructura del model des de 2022, tot i que s'observen *sorpassos* puntuals del visitant estranger en mesos clau. Aquesta combinació configura un sistema equilibrat: el turisme internacional aporta rendibilitat i estades llargues, mentre que el nacional garanteix estabilitat mitjançant fluxos recurrents.

L'anàlisi de l'evolució de la despesa turística internacional entre 2017 i 2025 (figura 6) mostra la consolidació turística de la ciutat de València amb un dinamisme que anterior a la pandèmia i en contrast amb l'estancament relatiu de destinacions com Benidorm, fet que evidencia un desplaçament cap a un model urbà.

Tot i la caiguda generalitzada de 2020, la recuperació ha estat clarament més intensa a la capital, que assoleix màxims històrics en 2024 i reforça el seu paper en el turisme internacional, especialment vinculat a esdeveniments i oferta urbana. En conjunt, es configura una estructura de macrocefàlia turística, on València concentra la despesa i actua com a motor del sistema provincial. La lleugera desacceleració de 2025 apunta a una fase estatal, en la qual sembla que el nou turisme d'HUT i l'augment de preus provoca una menor despesa internacional (BBVA, 2026).

Configuració, evolució i distribució de l'oferta turística: Una aproximació multivariable a través de càlculs i registre fotogràfic.

Consolidada la posició de València, cal analitzar la distribució de l'allotjament com a catalitzador de les mutacions urbanes. L'anàlisi dels establiments tradicionals (2015-2025) mostra una expansió de l'oferta reglada que pressiona el teixit urbà: el nombre d'establiments ha crescut un 86% (de 131 a 244), fins a les 22.944 places. Destaca el repunt de 2024-2025, amb 1.472 nous llits que acompanyen l'escalada de fluxos internacionals.

Aquesta evolució reflecteix un canvi tipològic on la reducció de la mida mitjana dels establiments suggereix una proliferació de formats *boutique* i rehabilitacions d'edificis històrics. Es tracta d'una estra-

FIGURA 3. MERCATS INTERNACIONALS TURÍSTICS PER CONTINENT A VALÈNCIA.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

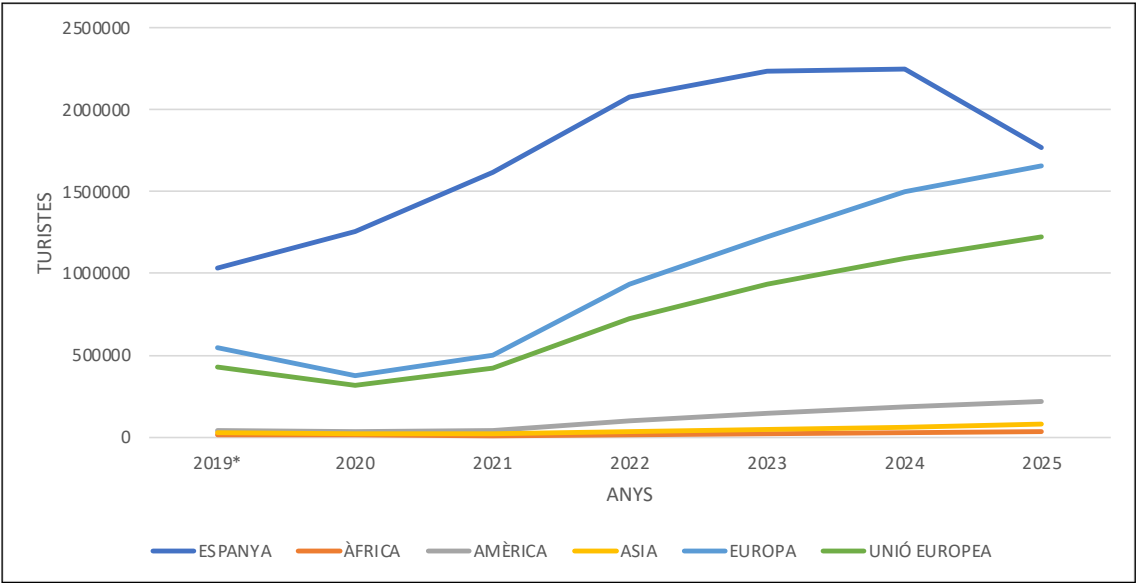


FIGURA 4. MERCATS INTERNACIONALS TURÍSTICS PER PAÍS A VALÈNCIA.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

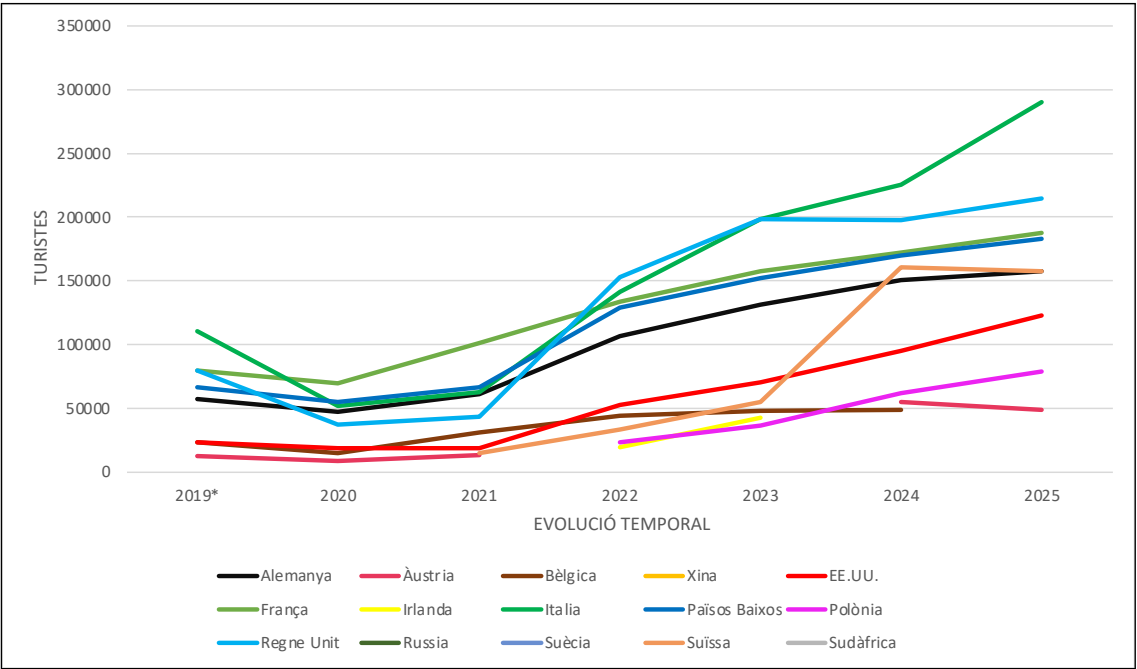


FIGURA 5. PROCEDÈNCIA PER PROVÍNCIA DE TURISTES A VALÈNCIA.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

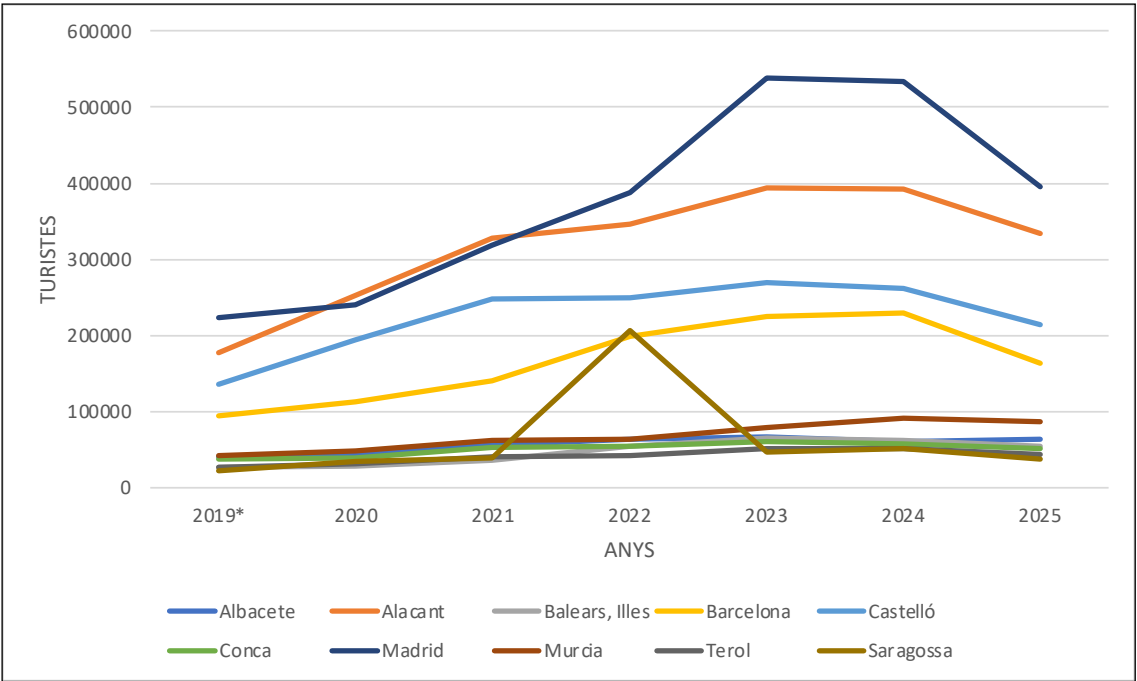
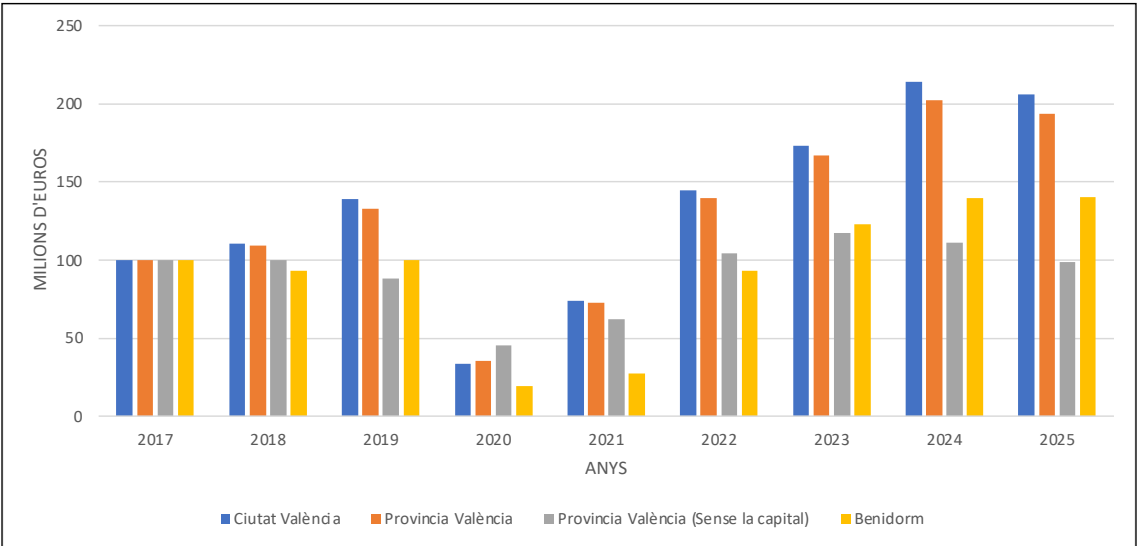


FIGURA 6. EVOLUCIÓ DE LA DESPESA DEL TURISTA INTERNACIONAL EN VALÈNCIA, PROVÍNCIA DE VALÈNCIA I BENIDORM (BASE 100 = 2017). Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.



TAULA 3. EVOLUCIÓ D'ALLOTJAMENTS TRADICIONALS A LA CIUTAT DE VALÈNCIA.
Font: elaboració pròpia a partir de GVA Turisme.

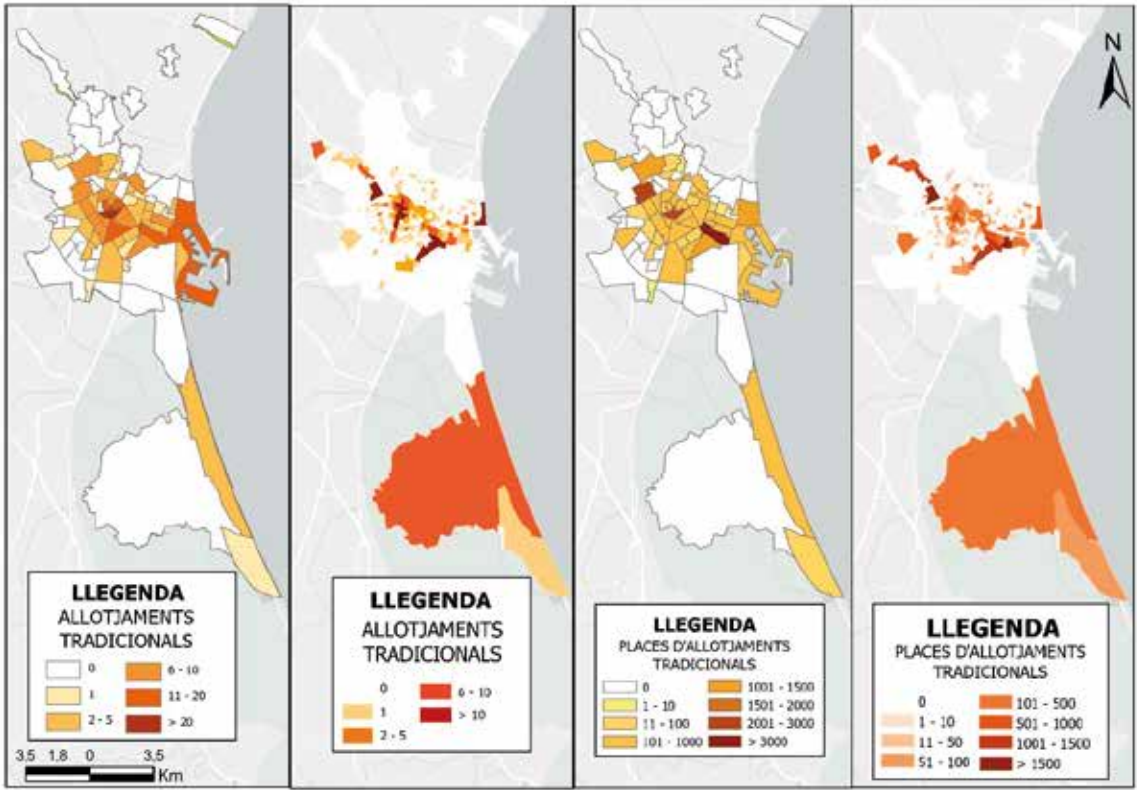
Any/Variable	Volum	Places
2015	131	17706
2020	168	19346
2024	214	21472
2025	244	22944

tègia que busca maximitzar la proximitat al patrimoni, intensificant l'especialització dels espais amb més valor simbòlic.

Tanmateix, l'examen espacial de 2025 (figura 7) constata que la distribució de l'allotjament no és

homogènia. Així, a Ciutat Vella emergeix com a nucli central, amb seccions censals que superen els 20 establiments i una alta densitat de places atomitzades, resultat de la rehabilitació d'edificis antics destinats a hotels de mida mitjana. Aquesta concentració coincideix amb l'emplaçament dels monuments més rellevants, com la Llotja de la Seda, el Mercat Central i la Catedral, fet que evidencia que l'atractiu històric és un factor determinant en la localització de l'allotjament. Els corredors que connecten el centre històric amb la CAC articulen l'oferta hoteuera i turística de gran capacitat destinada al mercat internacional i de negocis, amb nodes significatius a Quatre Carreres (de forma destacada, l'àrea al voltant de la CAC i del recent Roig Arena) i l'avinguda de les Corts Valencianes (barri de Sant Pau, on es

FIGURA 7. LOCALITZACIÓ DE L'ALLOTJAMENT TRADICIONAL I LES SEUES PLACES PER BARRIS I SECCIONS CENSALS EN 2025. Font: elaboració pròpia a partir de GVA Turisme.



localitza el Palau de Congressos), on els hotels de gran format concentren més de 1.500 places per barri, tot i tindre un nombre menor d'establiments que el nucli antic.

L'anàlisi dels HUT (figura 8) revela una distribució que, tot i coincidir amb l'oferta tradicional a Ciutat Vella i el litoral, presenta una difusió territorial molt més invasiva. A diferència dels hotels, els HUT colonitzen barris de forta identitat residencial i actuen com un agent de transformació urbana d'abast perifèric.

En el període 2020-2024, s'observa una expansió des del centre i Russafa cap a la costa. Als Poblatos Marítims, especialment al Cabanyal-Canyamelar, la desinversió històrica i els preus baixos han facilitat una reconversió massiva en HUT que ha generat una «turistificació de resistència», on la fisonomia tradicional esdevé un atractiu clau al costat de la costa. En paral·lel, l'expansió cap a Pinedo i el Saler evidencia que el model ja no és exclusivament urbà, sinó que colonitza l'entorn paisatgístic i natural.

Aquesta coexistència d'allotjaments genera tres patrons de sobrecàrrega: 1) saturació al centre històric, per convergència de models; 2) efecte contagi a Extramurs i zones adjacents a Russafa per desplaçament de l'oferta, i 3) segregació funcional a barris de nova planta (Quatre Carreres, Camins al Grau), on els HUT creen enclavaments d'alta densitat pròxims a la CAC.

Les metadades de Flickr (figura 9) confirmen una correlació directa entre l'atractiu visual i la distribució de l'allotjament, que delimiten un «triangle d'or» (Ciutat Vella, CAC i el front marítim, confirmat per la Marina-platges del nord) de pressió màxima. L'evolució d'aquests patrons revela tres dinàmiques: 1) l'hegemonia del nucli, que va liderar la recuperació postpandèmia impulsada pel turisme monumental; 2) la complementarietat territorial, amb l'expansió cap a Pinedo i el Saler (natura i família), i 3) una varietat funcional, on Ciutat Vella concentra el valor patrimonial, mentre que Russafa s'especialitza en el turisme de *lifestyle*; i Sant Pau destaca pel turisme corporatiu, amb una gran densitat de places hoteleres i una petjada digital clarament diferenciada.

Aquest fenomen és especialment visible al litoral nord, on la densificació fotogràfica es desplaça de la costa cap a l'interior del barri. Aquesta revalorització estètica precedeix la transformació social i la dispersió de la pressió turística cap a zones amb atractiu patrimonial emergent, actuant com un indicador avançat de futurible turistificació.

En definitiva, s'ha consolidat una «taca de calor turística» que articula un corredor continu des del centre cap a l'est i el sud, coincidint amb els nous espais turístics impulsats per les polítiques de *branding* descrites en la introducció. L'allotjament ha transcendit la seua condició d'element puntual per esdevenir un component estructural del paisatge urbà que, malgrat les restriccions al nucli històric, es desplaça cap a la perifèria. Aquesta transició cap a un model de residència temporal altera profundament la dinàmica social i econòmica de la ciutat consolidada i actua com un motor de gentrificació que transforma tant l'ús de l'habitatge com el teixit comercial dels barris.

Canvis del teixit empresarial i configuració de la ciutat

La transformació funcional de València es reflecteix clarament en la seua demografia empresarial. Entre 2020 i 2025, la constitució de societats ha crescut un 50% (3.276 noves empreses en el darrer exercici), impulsada per una terciarització focalitzada en el turisme: hostaleria (CNAE 56), activitats immobiliàries (CNAE 68) i comerç al detall (CNAE 47). Aquest dinamisme empresarial, tot i ser positiu en termes macroeconòmics, revela una especialització excessiva que desplaça el comerç tradicional de proximitat.

Tot i l'augment de la mortalitat empresarial (932 extincions en 2025), el sector serveis manté una alta resiliència gràcies al flux constant de visitants. El turisme actua així com a motor de substitució econòmica, transmutant sectors tradicionals en activitats immobiliàries i de consultoria. Les dades de la taula 5 constaten la fragmentació de l'activitat econòmica en quatre models de comportament empresarial segons el barri:

- Saturació i terciarització (Ciutat Vella): consolidació d'un *hub* de serveis al visitant global amb 11.233 unitats de negoci (+14,1% des de 2020).

FIGURA 8. VOLUM, DISTRIBUCIÓ I EVOLUCIÓ DELS HUT A LA CIUTAT DE VALÈNCIA (2020-2024). Font: elaboració pròpia a partir d'INE.

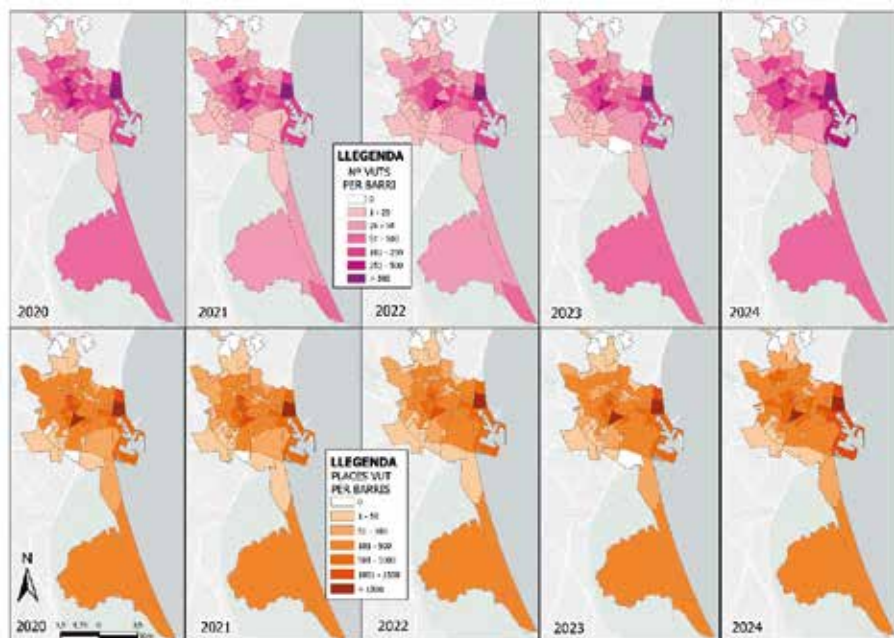
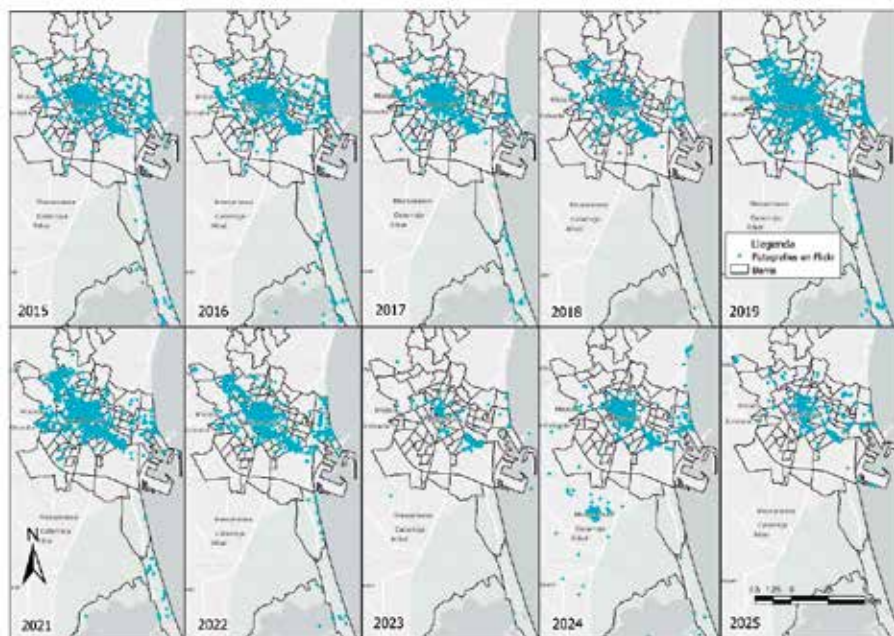


FIGURA 9. LOCALITZACIÓ DE FOTOGRAFIES PUBLICADES A FLICKR A VALÈNCIA. Font: elaboració pròpia a partir de l'API de Flickr.



TAULA 4. CONSTITUCIÓ I EXTINCIÓ DE SOCIETATS SEGONS SECTORS D'ACTIVITAT (CNAE 2009) MÉS FREQUËNTS SOBRE TOTA LA CIUTAT DE VALÈNCIA.

Font: elaboració pròpia a partir de l'estadística de l'Ajuntament de València.

SECTOR D'ACTIVITAT	2011 (C / E)	2015 (C / E)	2020 (C / E)	2025 (C / E)
TOTAL	1.939 / 583	2.178 / 687	2.175 / 660	3.276 / 932
Comerç al detall	147 / 44	127 / 56	131 / 66	180 / 62
Serveis de menjars i begudes	116 / 27	202 / 33	167 / 7	297 / 54
Activitats immobiliàries	197 / 73	154 / 48	223 / 23	472 / 95
Consultoria de gestió	45 / 13	83 / 18	79 / 29	155 / 25
Altres sectors*	1.434 / 426	1.612 / 532	1.575 / 535	2.172 / 696

C= Constitucions i E= extincions.*Inclou: Agricultura, Energia, Construcció, Comerç a l'engròs, Informàtica, Activitats financeres, Serveis jurídics, Arquitectura, Publicitat, Educació i Sanitat.

TAULA 5. ACTIVITATS PRINCIPALS PER DISTRICTE

Font: elaboració pròpia a partir de l'Ajuntament de València.

DISTRICTE (TIPOLOGIA)	2010 (T)	2010 (%)	2020 (T)	2020 (%)	2025 (T)	2025 (%)	Var. 20-25 (%)
BLOC 1: SATURACIÓ							
1. Ciutat Vella	5.820	45,20%	9.845	39,10%	11.233	36,80%	14,10%
BLOC 2: HÍBRIDS							
2. L'Eixample	6.094	47,10%	9.417	35,20%	10.190	33,40%	8,20%
3. Extramurs	4.193	49,80%	7.138	33,10%	7.947	31,50%	11,30%
BLOC 3: LITORAL							
11. Poblat Marítims	2.507	64,80%	4.312	42,10%	4.812	39,20%	11,50%
12. Camins al Grau	3.239	57,60%	5.910	39,70%	6.645	35,40%	12,40%
BLOC 4: ESTRATÈGICS							
10. Quatre Carreres	3.251	59,40%	5.890	39,20%	6.360	36,70%	7,90%
13. Algirós	2.220	58,10%	3.420	39,10%	3.734	34,60%	9,10%
BLOC 5: ALTRES							
Altres districtes*	14.341	58,40%	25.348	40,30%	28.542	35,20%	12,60%
TOTAL VALÈNCIA	41.665	57,80%	71.280	40,20%	79.463	35,90%	11,50%

Suma dels districtes residencials i perifèrics: Campanar, la Saïdia, el Pla del Real, l'Olivereta, Patraix, Jesús, Benimaclet, Rascanya, Benicalap i Pobles del Nord, Oest i Sud. T= Total empreses. %: Comerç, restaurants, hostaleria.

- Economia híbrida i nòmades digitals (Eixample i Extramurs): transició cap a serveis tecnològics, *coworking* i oci prèmium.
- Especulació i recuperació d'actius (Poblat Marítim): forta expansió immobiliària (472 noves empreses) que capitalitza la degradació històrica del barri.
- Especialització perifèrica i CAC (Quatre Carreres, Algirós): serveis d'alta qualitat vinculats a la fita arquitectònica, en contrast amb la corona residencial (Olivereta, Patraix), que manté un teixit comercial més estable i de menor rotació.

Un factor clau en la reconversió del teixit urbà és l'ocupació de l'espai públic, especialment a través de les terrasses de restauració, que reforcen les dinàmiques ja observades en la distribució d'activitats. S'observa una dualitat en la implantació de l'activitat terciària: l'eix central (Ciutat Vella i Eixample) aposta per la quantitat i la proximitat d'establiments. En contrast, els districtes del litoral i de l'expansió sud mostren una menor atomització empresarial, compensada per una major extensió

superficial de les terrasses, fruit d'una morfologia urbana més oberta.

Entre aquests districtes s'identifiquen diferències internes: Ciutat Vella presenta establiments més menuts i fragmentats, orientats al consum ràpid, mentre que l'Eixample concentra locals més grans i d'orientació més especialitzada. Al mateix temps, el predomini d'activitats anuals sobre les de temporada evidencia un procés de desestacionalització, però també una pressió contínua sobre l'espai urbà i el resident.

Finalment, districtes com Quatre Carreres i Camins al Grau apareixen com a àrees d'expansió, amb establiments de major superfície i una funció complementària respecte del centre, vinculada als nous pols d'atracció i a la necessitat de desconcentrar l'activitat turística.

En conclusió, el turisme s'ha consolidat com a motor estructural de València. En 2025 reflecteix una forta especialització en els sectors serveis i immobiliari, articulada al voltant del «triangle d'or». Aquest model configura un sistema interdependent

FIGURA 10. DISTRIBUCIÓ DEL PARC DE TERRASSES A VALÈNCIA: NOMBRE, VOLUM I SUPERFÍCIE OCUPADA. Font: elaboració pròpia a partir de l'Ajuntament de València.

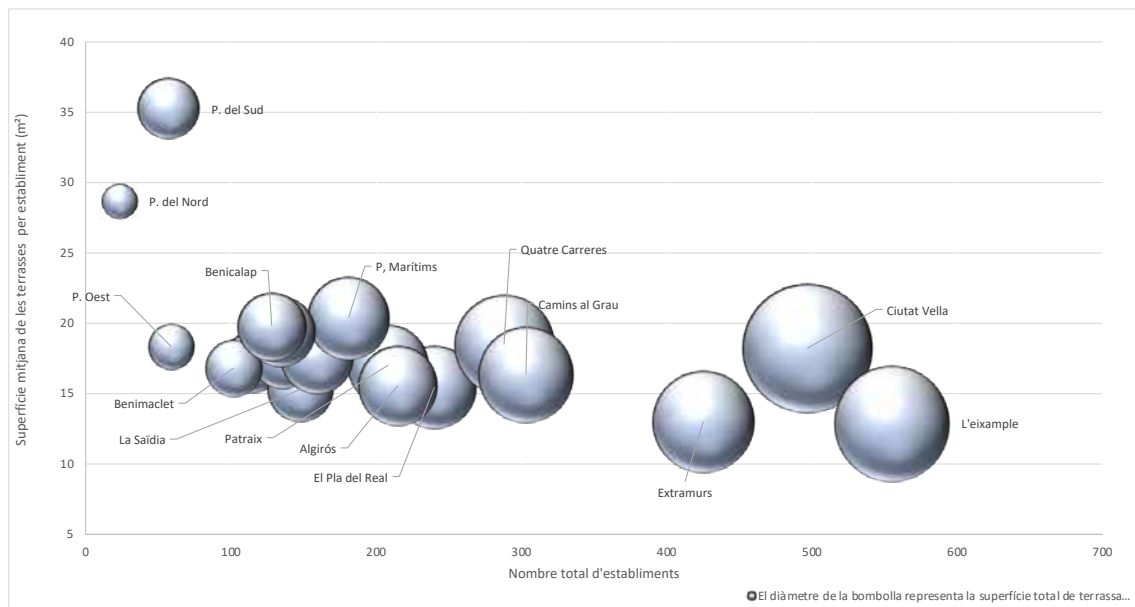
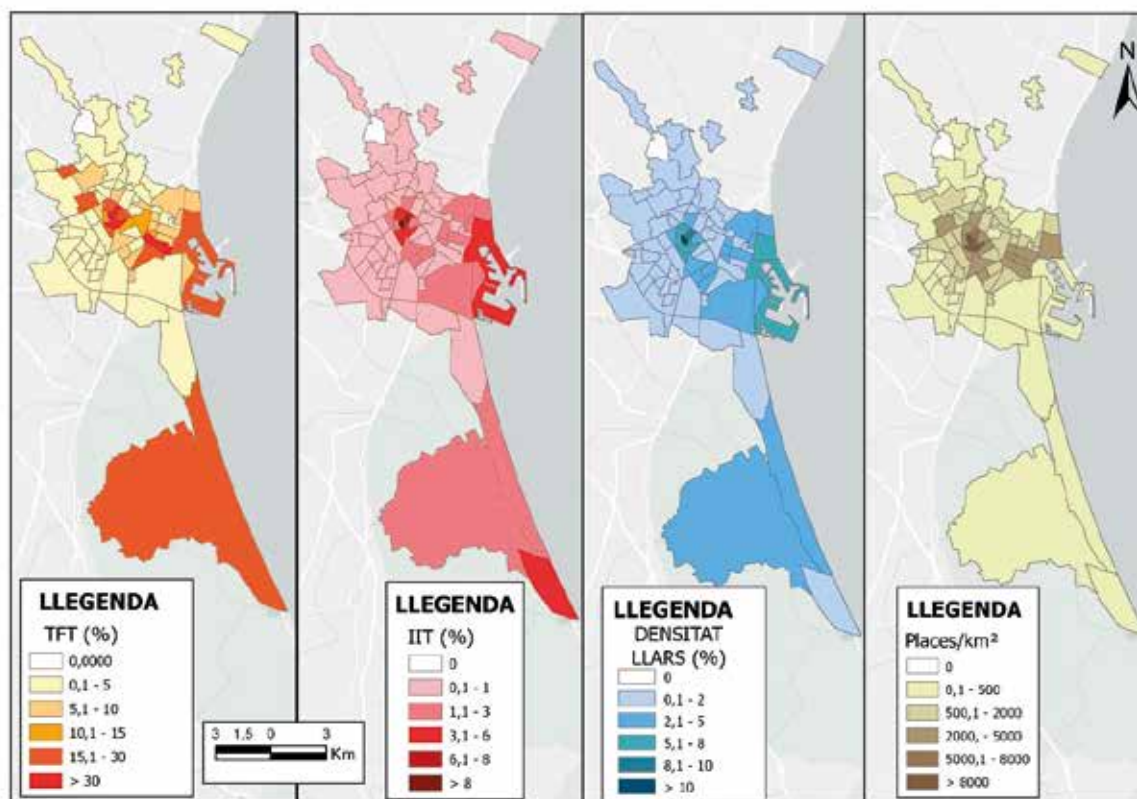


FIGURA 11. PRINCIPALS CÀLCULS DE TURISME A LA CIUTAT DE VALÈNCIA PER BARRI.

Font: elaboració pròpia a partir d'un mix de les fonts aportades a la metodologia.



on, mentre el nucli concentra la pressió, la perifèria manté una funció residencial més estable, tot i la creixent dependència del flux turístic.

Anàlisi multivariabile de la pressió turística: nuclis de saturació i desplaçament

Una volta identificades les dinàmiques sectorials, cal precisar la intensitat de la càrrega turística sobre el territori. Per fer-ho, s'integren els quatre indicadors definits en la metodologia (figura 11): la taxa de funció turística (TFT), l'índex d'intensitat turística (IIT), la densitat d'allotjaments per llar i la concentració de places per km² (figura 11).

La primera variable, TFT, mostra com els barris de Ciutat Vella i Pinedo/El Saler superen l'indar

del 30%, la qual cosa mostra clarament que l'espai urbà ja no és ocupat pels veïns, sinó que va conquistant territori el visitant.

Els indicadors mostren una clara transformació urbana a València. La TFT supera el 30% a Ciutat Vella i Pinedo-El Saler, i això evidencia la substitució residencial pel turisme, mentre que l'IIT concentra els valors més alts al nucli històric i s'estén cap a la façana marítima, especialment al Cabanyal-Canyamelar. La densitat de llars destinades a lloguer turístic supera el 10% en diversos barris i s'acosta en altres, fet que indica l'extensió generalitzada del fenomen, i la densitat de places arriba a més de 8.000 places/km² al centre, cosa que mostra una forta hiperconcentració.

La comparació conjunta dels indicadors evidencia que Ciutat Vella és el nucli de saturació principal, amb dominància turística i desplaçament residencial. Russafa reflecteix un procés avançat de gentrificació, mentre que zones com la CAC i el barri veí de Penya-roja mostren un turisme intens però localitzat. La façana marítima registra un augment agressiu dels indicadors, amb alta vulnerabilitat social, mentre que els barris propers evidencien un efecte contagi. Altres zones, com Mestalla o Sant Pau, mantenen un turisme regulat i més resistent a la pressió.

L'anàlisi revela una València fragmentada en tres realitats: un nucli central i marítim (*waterfront* nord de la ciutat) amb altes densitats d'allotjament; un eix d'expansió vinculat a la CAC i a Sant Pau amb dinàmiques pròpies de pressió, i una corona perifèrica que, malgrat preservar el teixit residencial, comença

a rebre els impactes col·laterals de la turistificació global de la ciutat.

L'impacte del turisme en la vulnerabilitat residencial: preus, renda i canvi social a escala de barri

La transformació econòmica descrita comporta un cost social evident en l'accessibilitat residencial. L'evolució del mercat immobiliari (figura 12) confirma una expansió sistèmica de la inflació de preus que transcendeix el centre històric per esdevenir una dinàmica municipal. Aquest fenomen de «taca d'oli» mostra com la pressió del lloguer s'ha desplaçat radialment i ha eliminat les zones assequibles a la perifèria. Barris obrers com l'Olivereta, Jesús o Rascanya han vist com les rendes passaven d'un llindar inferior a 500 € a superar els 800-1.000 € en només set anys.

Aquesta escalada correlaciona amb la terciarització del sòl: l'augment del preu de l'habitatge segueix

FIGURA 12. EVOLUCIÓ DELS PREUS DE LLOGUER I VENDA A VALÈNCIA (2015-2022).

Font: Elaboració pròpia a partir d'Idealista.com

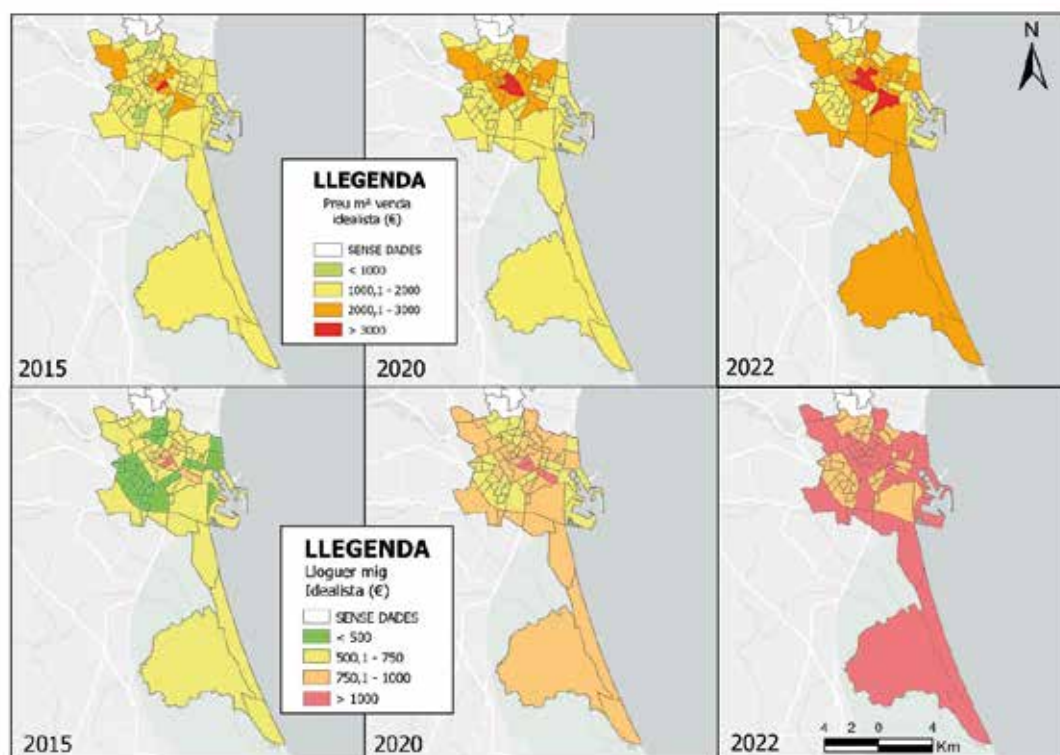
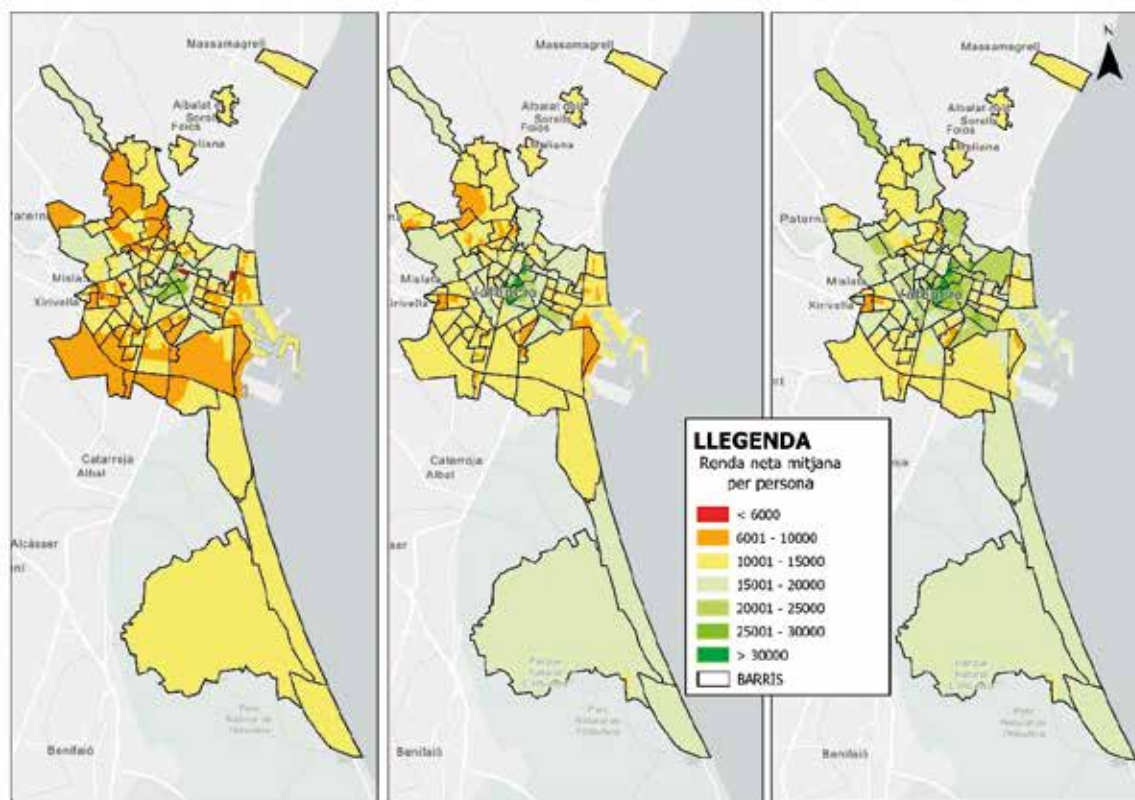


FIGURA 13. RENDA NETA MITJANA PER PERSONA A VALÈNCIA PER SECCIONS CENSALS.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.



el rastre de l'expansió de terrasses i serveis turístics, i homogeneïtzar a l'alça el cost de vida. En 2022, pràcticament tota la ciutat consolidada es troba sota una pressió que dificulta el relleu generacional i expulsa la població cap a l'àrea metropolitana. València consolida així un model on l'espai urbà es revaloriza com a actiu d'inversió en detriment de la seua funció social i del dret a l'habitatge.

La correlació entre allotjaments reglats, HUT i preus confirma tres efectes: 1) substitució, on l'habitatge esdevé actiu d'inversió i expulsa el lloguer tradicional; 2) gentrificació territorial, estesa cap al sud i les zones paisatgístiques; i 3) inestabilitat residencial, per un increment de preus molt superior als salaris.

L'encreuament de rendes (figures 13 i 14) amb el mercat immobiliari revela una ciutat polaritzada:

mentre que els preus han crescut més del 100% (2015-2022), la renda mitjana s'estanca en l'interval de 10.001-20.000 €. Aquesta bretxa d'assequibilitat accelera la substitució poblacional per actors amb més poder adquisitiu, en què s'identifiquen tres dinàmiques de pressió:

- Gentrificació per inversió: al Cabanyal-Canyamelar, la Malva-rosa i els Pobles del Sud, on el capital extern reforça la revalorització del sòl i l'expulsió local.
- Resiliència de rendes altes: l'Eixample, el Pla del Real i Campanar (>25.000 €) presenten més resistència a la inflació turística.
- Arc de precarietat: l'Olivereta, Jesús i Quatre Carreres mostren una vulnerabilitat creixent davant l'expansió del lloguer turístic.

En síntesi, la convergència de terciarització i inflació immobiliària consolida una ciutat dual: un eix centre-costa dominat pel mercat globalitzat enfront d'una perifèria que no pot competir amb la rendibilitat del capital turístic. La turistificació esdevé, així, un vector directe de desigualtat social.

Si revisem la demografia, la figura 15 de l'evolució de la població entre 1991 i 2025, combinada amb dades d'edat (figura 16) i nacionalitat (figura 17), permet comprendre com la pressió del mercat immobiliari i el turisme han reconfigurat l'estructura social de la ciutat. A finals del segle xx (1991-2001), el centre històric i els seus barris adjacents encara concentraven el gruix demogràfic gràcies a polítiques com el pla RIVA, que van aconseguir contrarestar el deteriorament del nucli urbà mentre la perifèria, encara poc

urbanitzada, acollia menys del 20% dels habitants totals en un context de creixement moderat.

En canvi, el període 2001-2015 va marcar un canvi substancial cap a un model d'expansió exterior, on barris de nova planta com Malilla o Benicalap van absorbir el creixement, mentre sectors centrals com Ciutat Vella i Russafa iniciaven una fase de reducció poblacional. Aquesta dinàmica va coincidir amb l'inici de la terciarització del centre i l'escalada de preus, amb vendes que ja superaven els 2.000 €/m² i lloguers al voltant dels 900 €, que van forçar una migració interna de famílies i joves cap a les zones més assequibles de la perifèria i l'àrea metropolitana.

Finalment, entre 2015 i 2025 s'ha consolidat aquest model descentralitzat i heterogeni, on el dinamisme poblacional s'acumula exclusivament en els

FIGURA 14. MITJANA DE LA RENDA PER UNITAT DE CONSUM A VALÈNCIA PER SECCIONS CENSALS. Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

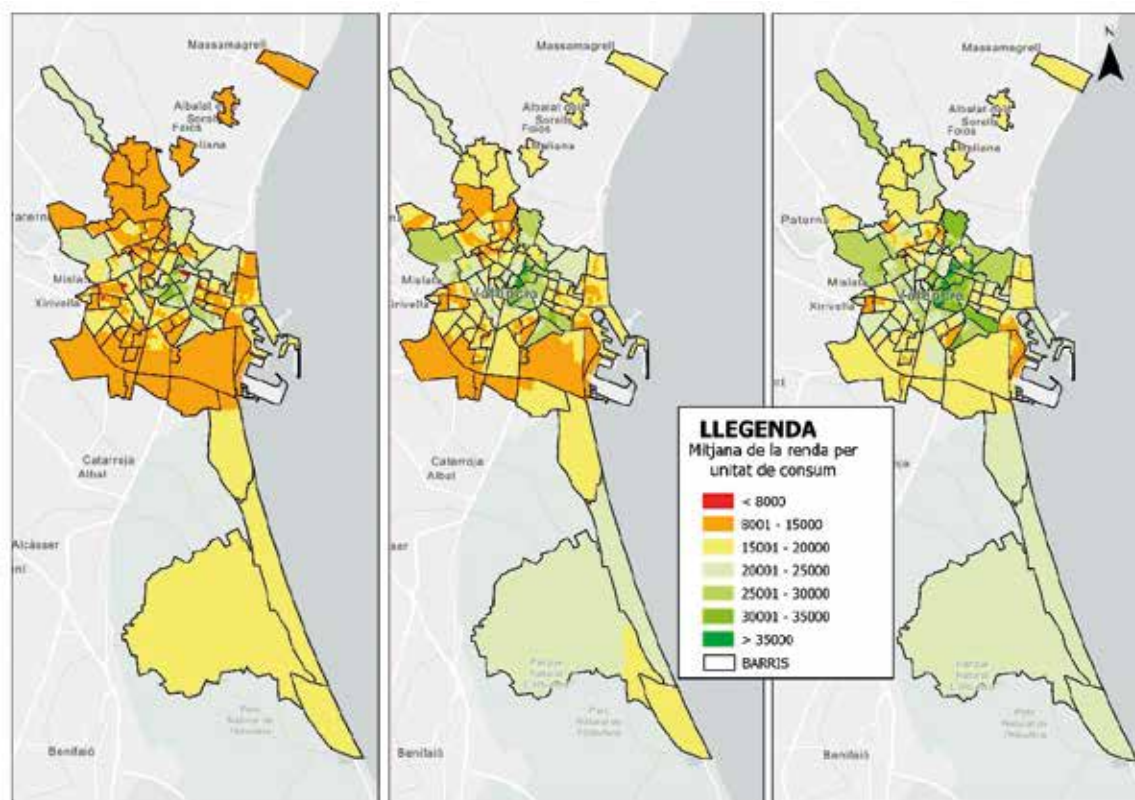


FIGURA 15. EVOLUCIÓ DE LA POBLACIÓ 1991-2025 PER BARRIS A VALÈNCIA.
Font: elaboració pròpia a partir de l'estadística de l'Ajuntament de València.

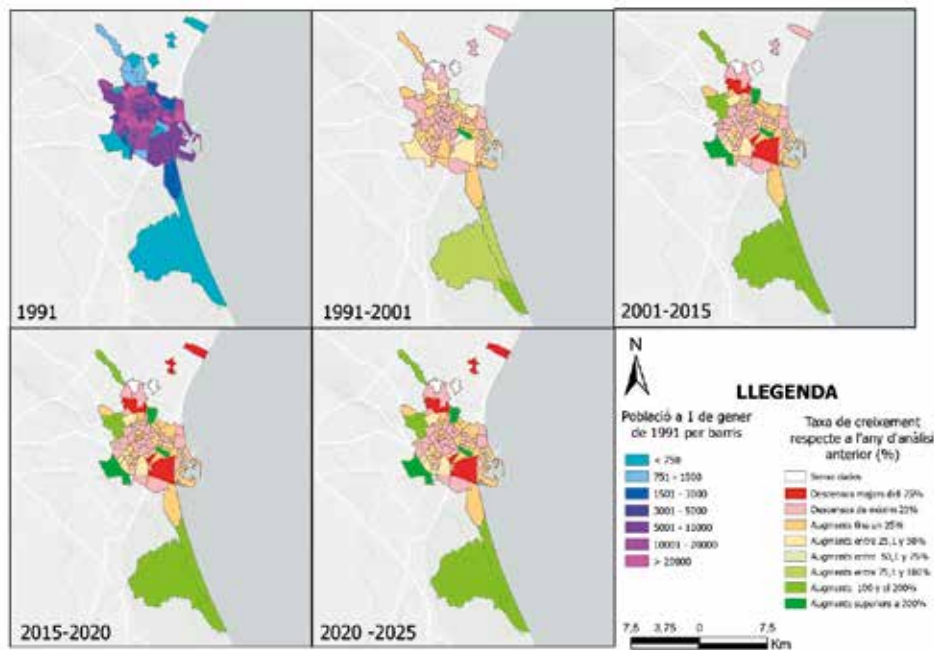


FIGURA 16. TAXES D'EDAT DE VALÈNCIA PER BARRI.
Font: elaboració pròpia a partir de l'INE.

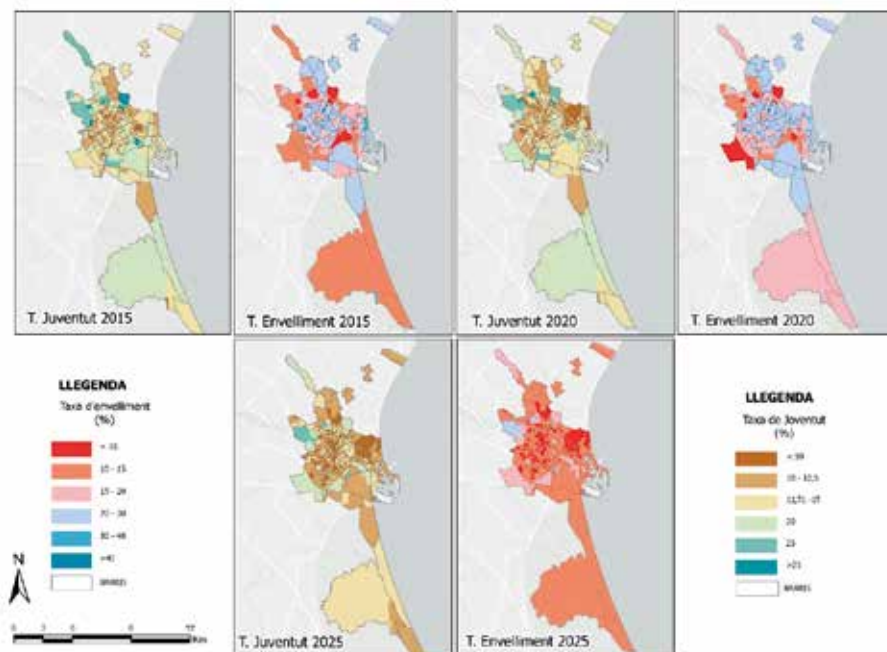
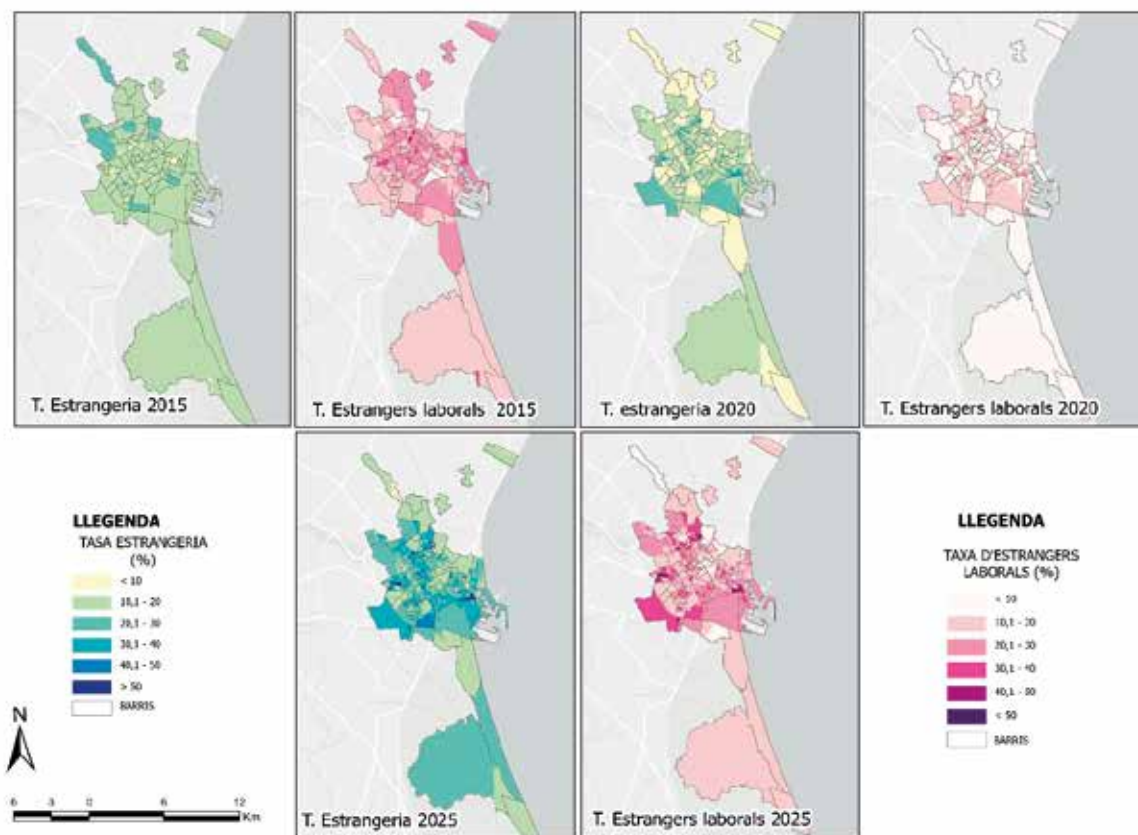


FIGURA 17. TAXES SEGONS LA NACIONALITAT.

Font: elaboració pròpia a partir d'INE.



barris de recent urbanització, amb increments anuals de fins al 2,5%, mentre que el centre es manté estancat demogràficament, s'hi prioritza l'allotjament turístic sobre el residencial i espenta part de la població expulsada cap a la perifèria i els municipis de l'àrea metropolitana.

Pel que fa a l'estructura d'edat, entre 2015 i 2025 es consolida un envelliment generalitzat. La taxa de joventut (menors de 15 anys) disminueix a menys del 10% en més del 80% dels barris, mentre que la taxa d'envelliment (major de 65 anys) augmenta fins al 15-25% generalitzat, amb punts crítics com Algirós i Extramurs, que superen el 35%. Aquesta homogeneïtzació d'edats evidencia que la ciutat ha passat d'una dualitat centre jove/perifèria envellida a una

estructura de població més uniforme, però amb envelliment sostingut.

En paral·lel, la població estrangera experimenta un increment significatiu, amb concentració especial en barris de renda mitjana-baixa com Orriols, l'Oli-vereta, Rascanya o Benicalap. En aquests espais, la immigració laboral també és elevada i actua com a motor demogràfic, ja que són els barris amb més presència de població en edat de treball i amb major nombre de xiquets. La seua presència es concentra en zones d'habitatge assequible dins d'una ciutat amb preus elevats.

Als barris centrals i la seua perifèria immediata (l'Eixample, el Pla del Real), l'augment d'estrangers d'alt poder adquisitiu no frena l'envelliment, sinó

que accelera la substitució de joves autòctons i la inflació immobiliària (>3.000 €/m²). Aquesta interacció entre turisme, HUT i capital transnacional fragmenta la ciutat en tres realitats:

- Nucli i façana marítima: envelliment sever, pressió turística extrema i substitució poblacional per fluxos de curta estada.
- Perifèria de relleu: concentració d'immigració laboral i població activa en barris assequibles que actuen com a escenari de reubicació forçada de residents locals.
- Zones d'expansió: maduresa demogràfica i creixement vinculat a rendes mitjanes-altes.

En definitiva, el turisme actua com a catalitzador de migracions internes: espenta les famílies cap als marges, mentre la immigració exterior de renda similar se suma a aquestes destinacions i els d'alta renda, normalment joves sense fills, ocupen els llocs de moda de la ciutat. València es configura com un model urbà dual i segmentat: el centre s'orienta al consum i a les rendes altes, mentre que la perifèria i l'àrea metropolitana absorbeixen la pressió residencial. Aquesta dinàmica és la clau per a comprendre els desequilibris socials i territorials de la València del futur.

DISCUSSIÓ I CONCLUSIONS

L'anàlisi, tot i les limitacions en la continuïtat i periodicitat de les dades estadístiques, confirma que València ha passat de ser una ciutat amb turisme a una ciutat turística, seguint la trajectòria, que no el volum, de Barcelona o Venècia (López Palomeque, 2015). Les dades demostren que el turisme no és un sector aïllat, ni es pot considerar un fenomen circumscrit a barris concrets, com alguns estudis sectorials havien apuntat anteriorment, sinó un agent estructural que altera la funcionalitat, la demografia i l'espai físic municipal.

En l'àmbit econòmic, la dinàmica empresarial revela una especialització terciària que, tot i aportar resiliència, genera una pèrdua de diversitat. A Ciutat Vella, el comerç de proximitat cedeix davant les franquícies i la restauració ràpida, fet que augmenta la vulnerabilitat del teixit local (De la Calle Vaquero,

2019). L'èxit de pernoctacions i PIB turístic coexisteix amb una inflació de serveis que redueix el poder adquisitiu del resident (Roberts *et al.*, 2022), mentre que l'espai públic es transforma en un recurs productiu (terrasses i hotels) que altera la convivència (Mansilla, 2022).

Demogràficament, es produeix un procés de substitució profunda. Als Pobles Marítics, la rehabilitació d'actius degradats, tot i ser un èxit visual (Grau Roda, 2022), amaga l'expulsió de joves autòctons en favor de perfils de renda alta (*expats* i nòmades digitals) (López-Gay *et al.*, 2021). Aquest canvi transforma barris tradicionals en *hubs* de serveis i en modifica la identitat cultural. En aquest context, l'àrea metropolitana esdevé determinant, ja que absorbeix la població que la ciutat central no pot retindre (De la Osada Saurí, 2025), fet que evidencia la necessitat d'una millor governança i connectivitat a escala metropolitana.

Finalment, el malestar social ja és una realitat articulada (De la Osada Saurí, 2026). Les associacions veïnals denuncien des de la contaminació acústica fins a l'expulsió residencial, i qüestionen unes polítiques municipals centrades quasi exclusivament en la regulació dels HUT (Arnandis i Agramunt, i García Marco, 2025). Tot i que els HUT centren el conflicte, l'oferta hotelera creix i els problemes persisteixen, mentre que debats com la taxa turística manquen de profunditat (FAAVV, 2026). Tot i que les darreres iniciatives institucionals, la creació de l'àrea metropolitana, la descentralització de l'activitat o el debat sobre la taxa turística apunten cap a una gestió integral, el risc de romandre en una reforma superficial és elevat. El model futur de València exigeix una definició estratègica davant la incompatibilitat entre l'expansió portuària i el creixement turístic. A més, aquesta planificació no pot obviar el context de crisi energètica i l'emergència climàtica, factors que obliguen a transcendir la simple promoció per prioritzar la sostenibilitat social i la qualitat de vida de la població resident.

REFERÈNCIES:

- Aledo, A., i Nogués-Pedregal, A. M. (2019). Turismo residencial internacional. In E. Cañada i Canada. Murray (eds.), *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. (p. 113–144). Editorial Icaria.
- Arnandis i Agramunt, R., i García Marco, B. (2025). ¿Es posible limitar el turismo?: Una revisión a la normativa regional sectorial española sobre la saturación turística. *Cuadernos Geográficos*, 64(2), 30–50. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v64i2.30662>
- Bañales-Mallo, A., Aguirre-García, M. S., i Santos-Vij, M. L. (2015). El valor del «city branding» en la competitividad urbana: el caso de Bilbao. *Boletín de Estudios Económicos*, 20(215), 255–280. Vist en 03/2026 en http://newsletter.alumnidba.es/files/descargas/1482418025_1.pdf#page=65
- Bataller Català, A., i Torrents i Sunyol, J. (2024). Turistificació a València: Noruega i altres mirades literàries. *Compàs d'amalgama*, 9, 27–31. <https://doi.org/10.1344/Compas.2024.9.6>
- BBVA. (2026). El gasto turístico con tarjeta creció un 8% en 2025, impulsado por el turismo nacional. BBVA Research. Vist en 03/2026 en <https://www.bbva.com/es/es/economia-y-finanzas/bbva-research-el-gasto-turistico-con-tarjeta-crecio-un-8-en-2025-impulsado-por-el-turismo-nacional/>
- Blanco Romero, A., De la Calle, M., Fernández Tabales, A., García Hernández, M., Lois González, R. C., Mínguez García, M. . del C., Navalón García, R., Navarro Jurado, E., i Troitiño Torralba, L. (2021). *Diccionario de turismo*. Cátedra.
- Bugalski, Ł. (2020). The Undisrupted Growth of the Airbnb Phenomenon between 2014–2020. The Touristification of European Cities before the COVID-19 Outbreak. *Sustainability*, 12(23), 9841. <https://doi.org/10.3390/su12239841>
- Buriel, E. (2009). Planificación urbanística y ciudad. En J. Hermosilla (ed.), *La ciudad de Valencia: historia, geografía y arte de la ciudad de Valencia*. (p. 144–171). Universitat de València.
- Circunegui, J. M. (2019). *Miseria Planificada. Derechos humanos y neoliberalismo*. Ediciones Dado.
- Costa, V., i Ribeiro de Almeida, C. (2011). *Low cost airlines, airport and tourism. The case of Faro Airport*. 51st Congress of the European Regional Science Association. <https://www.econstor.eu/handle/10419/120137>
- Cucó, J. (2013). Poniendo a Valencia en el mapa global. Políticas, desarrollos urbanos y narrativas sobre la ciudad. En J. Cucó Giner (Ed.), *Metamorfosis Urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. (p. 157–180). ICARIA.
- Cucó, J., i Yeves, T. (2013). A la sombra de la Ciudad de las Artes y las Ciencias gentrificación en Penya-roja. En J. Cucó (ed.), *La ciudad pervertida: Una mirada sobre la Valencia global* (pp. 41–66). Antrophos Editorial.
- De la Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 83. <https://doi.org/10.21138/bage.2829>
- De la Encarnación, A. M. (2016). El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, 5. <https://doi.org/10.24965/real.v0i5.10350>
- De la Osada Saurí, D. (2025). Cartografías de la turistificación. Una metodología para el análisis de la presión turística sobre las ciudades de Barcelona, Bilbao, Madrid y València (2000–2020). [Universitat de València]. <https://hdl.handle.net/10550/108342> .
- De la Osada Saurí, D. (2026). La detecció de la turismefòbia a partir dels baròmetres locals: un estudi de Barcelona i València. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 72(1), 51–83. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.1257>
- Esteban, M. (2000). *Bilbao, luces y sombras del titanio. El proceso de regeneración del Bilbao Metropolitano*. Servicio Editorial del País Vasco.
- FAAVV. (2026). *La Federación vecinal califica de decepcionante la nueva regulación de apartamentos turísticos de Valencia*. Faavv.es. Vist en 03/2026 en <https://faavv.es/es/la-federacion-vecinal-califica-de-decepcionante-la-nueva-regulacion-de-apartamentos-turisticos-de-valencia/>
- Franco, S. F., i Santos, C. D. (2021). The impact of Airbnb on residential property values and rents: Evidence from Portugal. *Regional Science and Urban Economics*, 88, 103667. <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2021.103667>
- Gaja, F. (1996). La Transformación de Valencia (II): Plan General de 1988: la última gran propuesta urbanística que ha dibujado el paisaje de la capital levantina. Urbanismo. *Revista Oficial del Colegio de Arquitectos de Madrid*, 29, 76–81.

- Grau Roda, M. (2022). La gentrificació atomitzada al barri del Cabanyal (València): del projecte de destrucció a la mercantilització de l'habitatge. Entre la regeneració i la vulnerabilitat. Disjuntiva. Crítica de les Ciències Socials, 3(2), 9. <https://doi.org/10.14198/DISJUNTI-VA2022.3.2.1>
- Jover, J., Berraquero-Díaz, L., Barrero-Rescalvo, M., i Jiménez-Talavera, A. (2018). Turistificación y movimientos urbanos de resistencia experiencias desde Sevilla. En C. Milano i J. Mansilla (Eds.), *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. (p. 403–438). Pol·len Edicions.
- Kern, L. (2022). *La gentrificación es inevitable y otras mentiras*. Bellaterra.
- Lahuerta Yúfera, R. (2021). *Noruega*. Drassana.
- López-Gay, A., Cócola-Gant, A., i Russo, A. P. (2021). Urban tourism and population change: Gentrification in the age of mobilities. *Population, Space and Place*, 27(1). <https://doi.org/10.1002/psp.2380>
- López Palomeque, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 483–506. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.296>
- Mansilla, J. (2022, Novembre 9). El turismo vende lo que no es suyo. *El Salto Diario*. Vist en 03/2026 en <https://www.elsaltodiario.com/opinion/terrazas-turismo-vende-lo-que-no-es-suyo>
- Mansilla, J., i Milano, C. (2018). Introducción a la ciudad de vacaciones. Apuntes sobre turismo y malestar social en barcelona. En C. Milano i J. Mansilla (eds.), *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. (p. 19–80). Pol·len Edicions.
- Milano, C., Novelli, M., i Cheer, J. M. (2019). Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357. Vist en 03/2026 en <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21568316.2019.1599604>
- Moix, L. (2010). *Arquitectura milagrosa. Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim*. Anagrama.
- Muñoz, F. (2008). *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. GG Mixta.
- Peñarrubia, M. P. (2018). *Los datos estadísticos públicos y su uso en el conocimiento del comportamiento de los turistas en destinos inteligentes*. [Universitat de València]. [https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/67526/Tesis Doctoral Maria Pilar Peñarrubia Zaragoza Julio 2018.pdf?sequence=1&iisAllowed=y](https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/67526/Tesis%20Doctoral%20Maria%20Pilar%20Pe%C3%B1arrubia%20Zaragoza%20Julio%202018.pdf?sequence=1&iisAllowed=y)
- Renaud Vuignier. (2016). Place marketing and place branding: A systematic (and tentatively exhaustive) literature review. *Working Paper de l'IDHEAP*. Vist en 03/2026 en https://www.researchgate.net/publication/304626244_Place_marketing_and_place_branding_A_systematic_and_tentatively_exhaustive_literature_review
- Roberts, T., Renda, A., i Pinto, P. (2022). Residents' Perceptions on Tourism Impacts and Quality of Life: The Case of Faro. , 10(1), 39–57. <https://doi.org/10.34623/z1zj-5q27>
- Salom Carrasco, J., i Pitarch-Garrido, M.-D. (2017). Análisis del impacto en el turismo de la estrategia de desarrollo urbano basada en megaproyectos. El caso de la ciudad de Valencia. *Cuadernos de Turismo*. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310111>
- Santamarina Campos, B., i Moncusí Ferré, A. (2013). De huertas y barracas a galaxias faraónicas. Percepciones sociales sobre la mutación de la ciudad de Valencia. *Paper*, 98, 365–391. Vist a 03/2026 en https://ddd.uab.cat/pub/papers/papers_a2013m4-6v98n2/papers_a2013m4-6v98n2p365.pdf
- Sequera, J. (2020). *Gentrificación. Capitalismo cool, turismo y control del espacio urbano*. Catarata.
- Sequera, J., i Nofre, J. (2018). Shaken, not stirred. *City*, 22(5–6), 843–855. <https://doi.org/10.1080/13604813.2018.1548819>
- Sorribes, J. (2015). *Valencia 1940–2014: Construcción y destrucción de la ciudad*. Publicacions Universitat de València.
- UE. (2026). *Eurostat regional yearbook – 2025 edition. Publications Office of the European Union*. Vist en 03/2026 en <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-flags-hip-publications/w/ks-01-25-037>