

Memoria 2017



La Marina de València

Créditos de la publicación:	La Marina de València son:
Coordinación: Ramon Marrades	Paola Selles Enrique Moner Nuska Sánchez Barbara De Prat
Análisis de indicadores y redacción: Carole Dusserre Marta Pérez Dima Yankova	Esther Pérez Manuela Gras Alicia Gimeno Manoel Michel Germán Gil Gustavo Benavent José Manuel Silvestre Jesús Vera Miguel Leiria Shila Ghanipour Víctor Montesinos Miguel Ángel Zamorano
Asistencia técnica: AtAdlerAdvisory	Carlos Almela Marina Aguilera Juan José Martínez
Edición de textos: María Fuster	Ramón Escobar Raquel Ballester Víctor Villalba Carole Dusserre Beatriz Ballester Marco Edesa Mónica Cayuela Vicent Llorens Ramon Marrades Julio López María Fuster
Diseño gráfico: Raquel Navalón	
Impresión: Gráficas Benlliure	
Fotografía: Pablo Casino María Visuales	
Colaboradores: Carlos Almela Víctor Montesinos Esther Pérez	

La Marina de València, la dársena histórica, ha sido devuelta a la ciudad. Las personas han recuperado su frente marítimo, que se consolida como uno de los espacios públicos de mayor calidad urbana de València.

La percepción sobre La Marina ha cambiado. La ciudadanía la considera como un lugar (no como un “no lugar”) propio e identitario, relacional e histórico.

Los emprendedores y las empresas ven La Marina como un espacio de oportunidades para un desarrollo económico que contribuya a la generación de empleo y a la modernización del tejido productivo de nuestra ciudad sobre la base de la economía del conocimiento.

El 2017 ha sido importante para avanzar en la consecución de nuestros objetivos estratégicos: la apropiación ciudadana y la activación productiva mediante la mejora de la calidad del espacio público, la náutica, la cultura y la actividad deportiva, y la innovación.

La Marina está dejando de ser un problema. Valga como ejemplo que, por primera vez desde la constitución del Consorcio València 2007 (CV07), las cuentas económicas del año 2017 se han cerrado con beneficios operativos.

Al mismo tiempo, y con la colaboración de los concesionarios del CV07 y con las empresas de servicios, hemos abordado un programa de mejora de las instalaciones y del espacio público y de

incremento de la calidad de los servicios. Y también de nuestro patrimonio histórico de carácter industrial. Y hemos iniciado un proceso de participación ciudadana que se plasmará de inmediato en los nombres de las calles y de las plazas de La Marina.

Los que trabajamos en La Marina tenemos una consigna propia “que las cosas buenas sucedan”. Y cada vez más personas, asociaciones e instituciones y empresas desarrollan actividades musicales, artísticas, deportivas, de dinamización económica, etc..., en nuestros escenarios.

El año 2018 va a ser estratégico. Va a suponer la concreción definitiva del proyecto de recuperación y mejora del espacio público. Pero al mismo tiempo, la consolidación de la zona como un área de desarrollo económico basado en la náutica y en el deporte, en la innovación y en el conocimiento, en la creatividad y en la cultura, en la sostenibilidad.

Tenemos todavía muchos aspectos en los que mejorar: hay que ser más ágiles, más eficaces y eficientes, más participativos, incrementar nuestra capacidad de coordinación y de desarrollo de proyectos conjuntos con administraciones, instituciones, asociaciones, empresas, iniciativas individuales... No va a ser fácil, pero estamos convencidos de que con todos vamos a conseguir que las cosas buenas sucedan en La Marina de València.

Vicent Llorens

Director general del Consorcio
València 2007

Introducción

La Marina de València representa la reconciliación emocional y física del Port Vell (la Dársena Histórica) con la ciudad. La conexión definitiva entre el agua y los valencianos a través del espacio público. Es la punta de lanza de la transformación del modelo productivo de València hacia una economía arraigada en el territorio. Ofrecemos el espacio con más valor de la ciudad a aquellos que generarán las transformaciones más importantes en el futuro y no a los usos especulativos.

El proceso de activación productiva y apropiación ciudadana de La Marina de València que iniciamos en 2016 es un proceso de uso y rehabilitación, no de construcción. Un proceso sencillo, generador de complicidades, próximo, de relativo bajo coste y con resultados inmediatos. Es un proceso del que pueden aprender otras muchas ciudades que tienen que reinventar infraestructuras sin uso. Es un proceso a escala humana que ha demostrado ser económicamente rentable.

La publicación de este documento persigue varios objetivos: en primer lugar, la rendición de cuentas hacia la ciudadanía y los agentes empresariales y sociales involucrados en el proceso de transformación de La Marina; en segundo lugar, la sistematización de todos los indicadores cuantitativos de gestión elaborados para tomar mejores decisiones; en tercer lugar, la evaluación de la evolución de la estrategia presentada en marzo de 2017.

Esta memoria, que ha sido elaborada por el equipo del Consorcio València 2007 con el asesoramiento técnico de la consultora AtAdlerAdvisory, muestra avances significativos en todos los indicadores agrupados en nuestras cuatro principales áreas estratégicas: la náutica, el desarrollo económico, los usos públicos y la gestión operativa. Pese a la delicada situación financiera de la entidad, con una deuda superior a los 400 millones de euros, los

resultados operativos son esperanzadores: se han producido beneficios operativos por primera vez y el grado de ejecución de la estrategia ronda ya el 30%.

En estas páginas encontraréis la siguiente información: en el primer apartado, un resumen que resalta los aspectos más relevantes del informe. En el segundo apartado detallamos los indicadores de gestión con datos pormenorizados en cuanto a la actividad empresarial, los eventos, la marina deportiva, el aparcamiento de pago y la explotación global. En el tercer apartado se explican las principales acciones acometidas en 2017. En el cuarto apartado se describe con detalle la estrategia de comunicación y sus impactos en medios. En el quinto apartado se muestran los resultados de las encuestas realizadas a usuarios y empresas ubicadas en La Marina y la observación de los usos del espacio público. En el sexto apartado describimos la evolución de la estrategia presentada en marzo de 2017 y su grado de cumplimiento. Por último, en el apartado 7 se señalan las principales acciones que realizaremos en 2018.



La Marina de València, nuestro frente marítimo. El antiguo puerto de la ciudad, convertido en un espacio público de un millón de m² abierto a la innovación y la náutica.

7	1. Resumen ejecutivo
11	2. Indicadores de gestión
14	2.1 Actividad empresarial
16	2.2 Eventos
18	2.3 La marina deportiva
20	2.4 Parking edificio Veles e Vents
22	2.5 Informe de explotación
23	3. Qué se ha hecho en 2017
29	4. Comunicación
39	5. Encuestas entre usuarios y concesionarios
41	5.1 Encuestas a los concesionarios
42	5.2 Encuestas a los usuarios
45	6. Evolución de la estrategia
49	6.1 La evaluación del sumario estratégico
49	Tabla 1: Resumen estratégico de la marina náutica
50	Tabla 2: Resumen estratégico del desarrollo económico en La Marina
52	Tabla 3: Resumen estratégico del acercamiento de La Marina a la ciudad
53	Tabla 4: Resumen estratégico del modelo de gestión de La Marina
55	7. Próximos pasos: 2018
59	8. Conclusión

1. Resumen ejecutivo

¿Qué objetivo persigue esta memoria 2017?

Esta memoria está elaborada con el fin de compartir públicamente los principales datos y actividades realizadas durante 2017 por el Consorcio València 2007; un ejercicio de transparencia con el objetivo de mostrar los resultados ante la ciudadanía y las instituciones

mayores esfuerzos y recursos, y conocer la opinión con respecto a los servicios y la forma de llegada al recinto marítimo tanto de residentes como de turistas, para adaptar La Marina a los usos y necesidades de sus usuarios.

¿Qué indicadores de gestión se van a tratar?

Los indicadores de gestión son los encargados de medir el funcionamiento de La Marina en diversos ámbitos. Este trabajo incorpora los datos recogidos en 2017 relacionados con la explotación de la marina deportiva, los eventos, el parking del edificio Veles e Vents como indicador de tránsito de gente, la actividad empresarial y la comunicación, así como la gestión operativa del CV07. El balance final es positivo: La Marina de València ha visto incrementados considerablemente todos sus ingresos y actividades con respecto al año 2016.



¿Qué se ha hecho en 2017?

En 2017 se ha apostado por la consolidación de la náutica como parte de la identidad intrínseca de La Marina; por el fomento de los usos públicos del recinto marítimo; por la creación de un distrito basado en la innovación que favorezca el desarrollo económico; por las mejoras en la calidad y en la gestión del espacio y por la aplicación de la estrategia de comunicación.

¿Cómo han evolucionado las actuaciones contempladas en el Plan Estratégico?

Los objetivos previstos en el Plan Estratégico han evolucionado favorablemente. La inmensa mayoría de las propuestas se han realizado o se encuentran en proceso de desarrollo. Incluso en el ejercicio 2017 ya se han puesto en marcha iniciativas previstas para los años siguientes. Las actuaciones evaluadas en este informe son las relacionadas con la náutica, el desarrollo económico, el acercamiento de La Marina a la ciudad y la agilidad y eficiencia del modelo de gestión por parte de la entidad.

¿Qué recoge el estudio estadístico entre usuarios y concesionarios?

El estudio estadístico elaborado en diciembre de 2017 recoge datos, procedentes de encuestas, de las empresas concesionarias de La Marina de València y de sus usuarios y visitantes. Estas últimas encuestas a ciudadanos se completaron con observaciones a pie de calle.

¿Cuáles son los pasos previstos para 2018?

La medición se realizó con dos objetivos: recabar las necesidades de los concesionarios y de los visitantes para detectar los ámbitos donde destinar

Muchas de las actuaciones previstas para 2018 ya se encuentran en proceso desde el año pasado. De nuevo, en 2018 la náutica tendrá un papel relevante en la estrategia de La Marina: se seguirán organizando regatas y otros eventos con el fin de acercar la náutica a la ciudadanía, así como también se ejecutarán proyectos relacionados con la náutica industrial y la formación e innovación en el sector náutico. El espacio público y la participación ciudadana centrarán otro de los ejes estratégicos principales, con el objetivo

de visibilizar el espacio de La Marina a través de la mejora de sus accesos y la adecuación de sus edificios más emblemáticos. Por otro lado, el desarrollo económico girará en torno a la innovación, a través de iniciativas como la plataforma de experimentación urbana Living LAB y otros proyectos de atracción de capital intelectual. Y, por último, se emprenderán planes y mejoras con respecto a la gestión y la promoción del espacio, como por ejemplo, la implantación de una programación cultural propia, ya iniciada en 2017.

¿Qué conclusiones se pueden extraer tras la lectura de esta memoria 2017?

La Marina de València ha progresado más que adecuadamente durante el año 2017. Cabe destacar todas las actuaciones

realizadas con el fin de mejorar el espacio desde su estudio en profundidad, que han posibilitado la adecuación de estrategias concretas. Así, los principales ejes de cambio durante el año han sido la apertura de procesos de participación para implicar a la ciudadanía en la construcción de su propia Marina; la promoción de la innovación y la cultura como motores económicos; la activación de espacios que estaban en desuso; la mejora en la accesibilidad al recinto marítimo y la promoción de la náutica. Los resultados permiten concluir que el Consorcio València 2007 está haciendo las cosas bien y que La Marina de València es un espacio rico y con un gran potencial en la actualidad.



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals

2. Indicadores de gestión

Náutica:

La marina deportiva

Polo de desarrollo
económico:

Actividad empresarial

Espacios y usos
públicos:

Eventos

Parking edificio
Veles e Vents

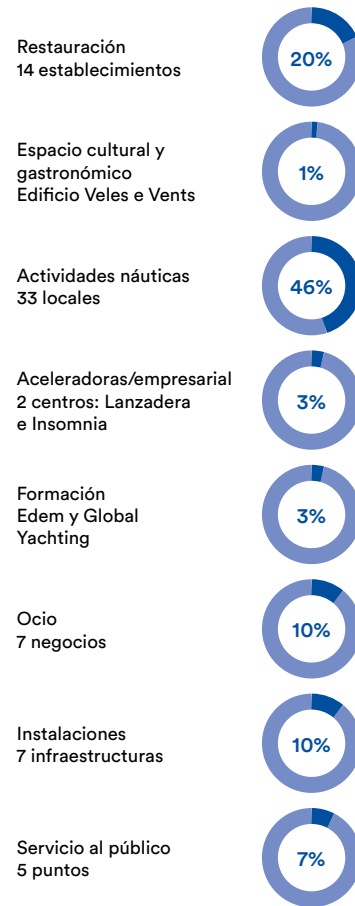
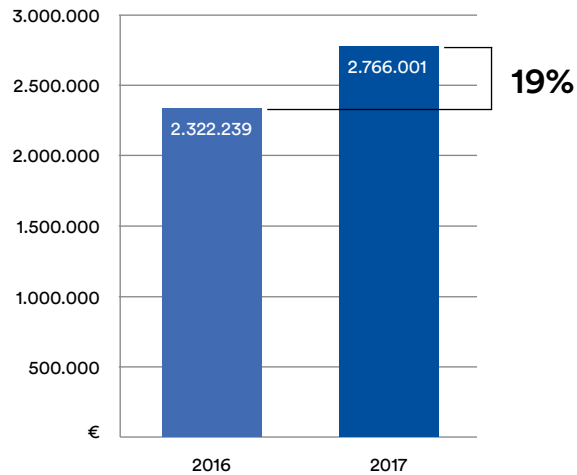
Gestión operativa:

Informe de explotación

2.1. Actividad empresarial

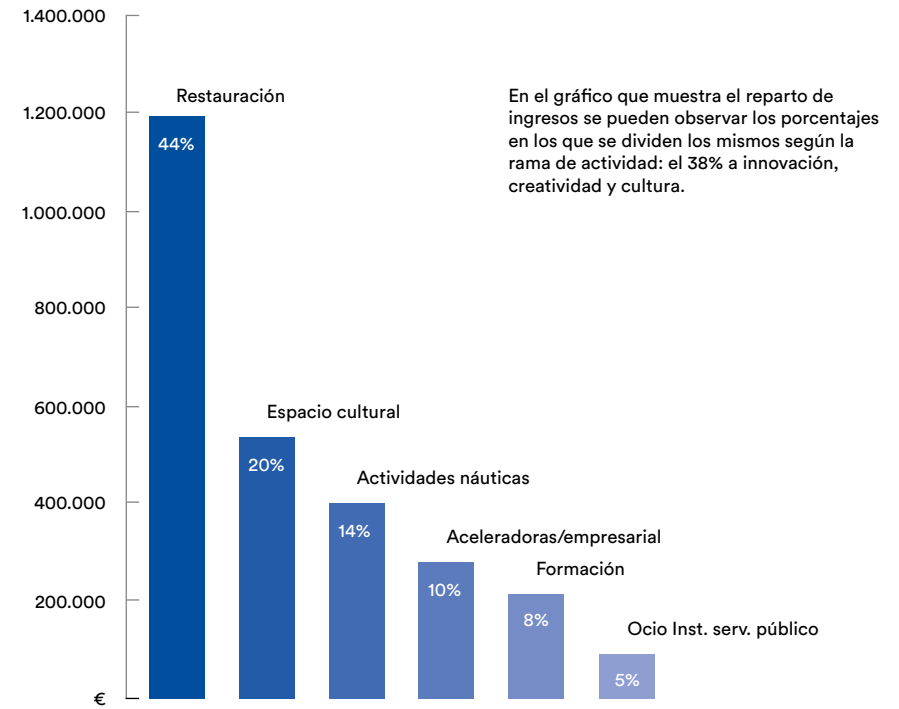
Los datos referentes a la actividad empresarial denotan el carácter pluri-sectorial de La Marina, que concentra actividades diferentes como las relacionadas con la restauración, la náutica, la aceleración e innovación empresarial, la formación, etc. Hay 71 concesiones y autorizaciones. La concesión media es de una duración de 4 años. En este promedio se ha excluido EDEM y Lanzadera, cuyas concesiones temporales son muy superiores a la media (50 años).

Evolución de ingresos



Ocho de estas concesiones no generan ingresos por la naturaleza de sus servicios sin ánimo de lucro de carácter público. Son datos de todas las empresas con actividad durante 2017, siguiendo o no en La Marina a finales de año.

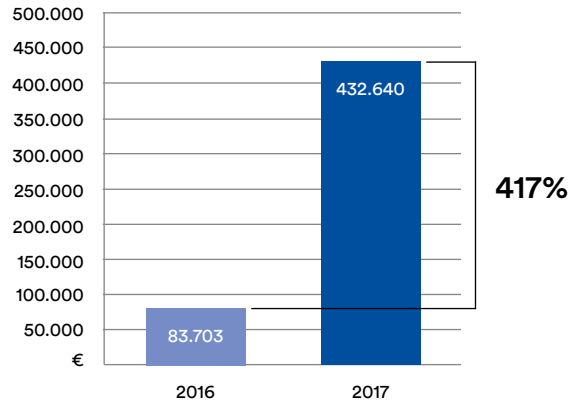
Reparto de ingresos



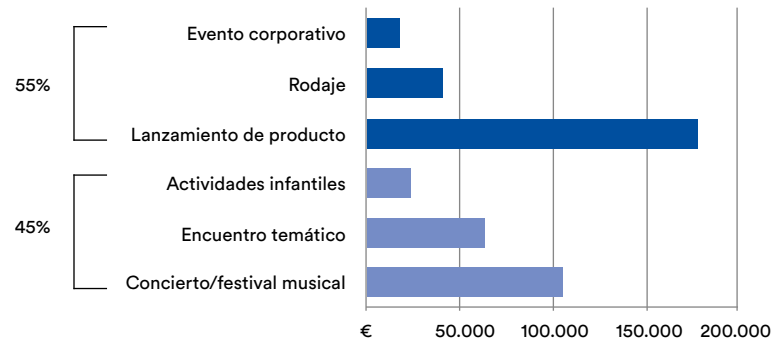
2.2 Eventos

En 2017 se organizaron 64 eventos: 31 de tipo empresarial, 19 populares y 14 de actividades de ocio y deporte. Los eventos populares, por su naturaleza, no generan ingresos directos.

Evolución de ingresos



El fuerte crecimiento de este año (417%) se debe principalmente a la campaña de comunicación organizada por Audi para el lanzamiento del A8 (38% de ingresos totales).



Destaca la diversidad en la programación de los eventos: se propusieron actividades de índole tanto deportiva como familiar y cultural. El resultado de esta variedad ha sido muy positivo con una gran afluencia de público en La Marina, en vista de convertirse en un referente cultural de València.



2.3 La Marina deportiva

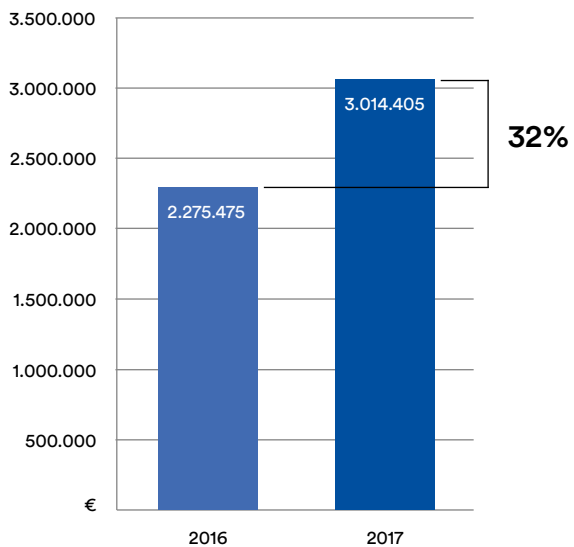
La tendencia al alza que se aprecia en la evolución de ingresos es una constante desde el inicio de su explotación, lo que consolida a La Marina de València como referente en el sector náutico.

Acciones 2017:

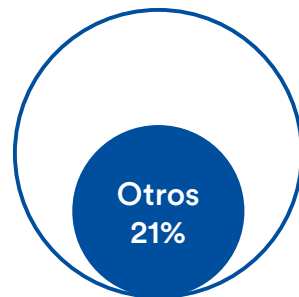
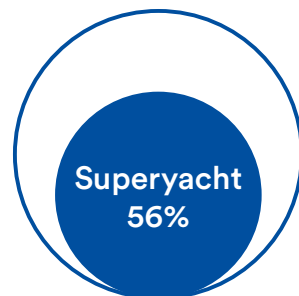
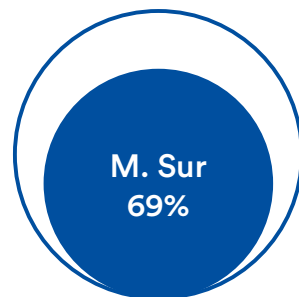
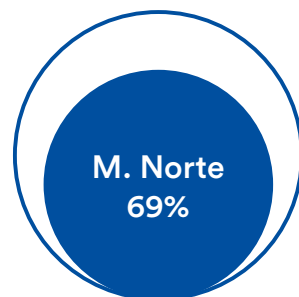
- Desarrollo del Poblado Náutico con 33 locales y una gran variedad de servicios
- Consolidación del salón náutico Valencia Boat Show
- Organización de las regatas Melges 40
- Celebración del primer mercado náutico

En cuanto a la procedencia de las embarcaciones, el 70% es de origen española, el 24% proviene de toda Europa con un dominio de clientes británicos y franceses, el 6% restante, de unos veinte países diferentes (Suiza, Estados Unidos, Australia, etc.)

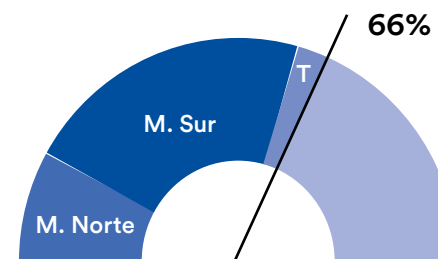
Evolución de ingresos



Ocupación marinas

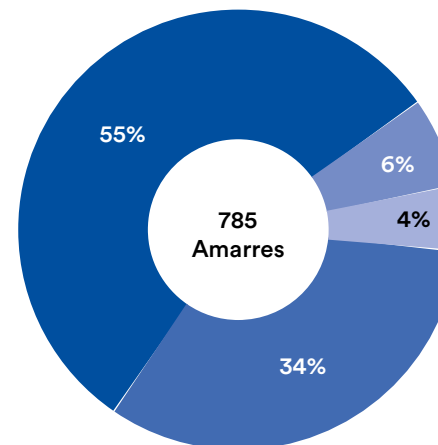


Ocupación



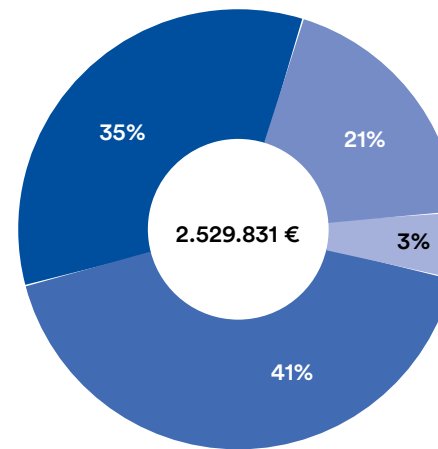
Distribución amarres

Marina Sur 55%
Marina Norte 34%
Superyacht 6%
Otros 4%



Ingresos por marinas

Marina Sur 35%
Marina Norte 41%
Superyacht 21%
Otros 3%



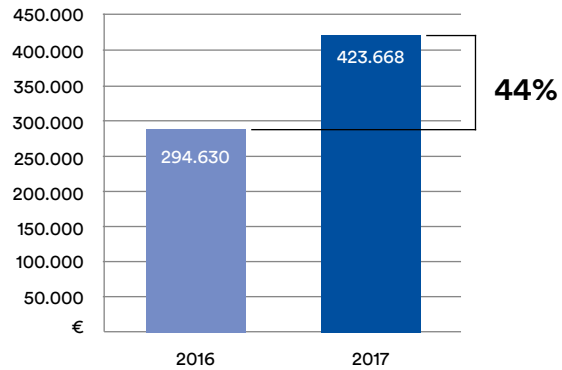
Ingresos procedentes de amarres

2.4 Parking edificio Veles e Vents

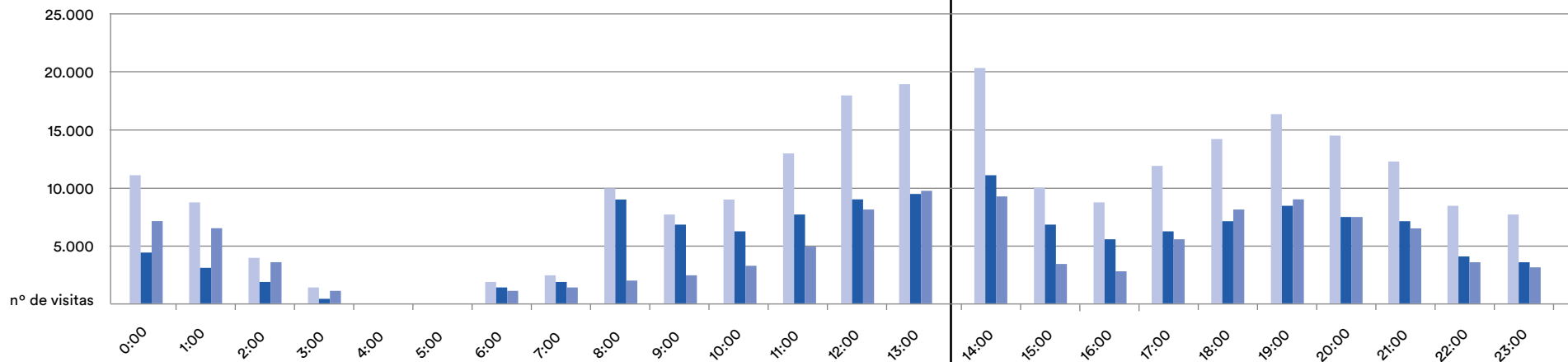
Los ingresos obtenidos en el parking del edificio Veles e Vents son un indicador aproximativo del número de visitantes de La Marina. La evolución de ingresos entre 2016 y 2017 es un claro reflejo

del crecimiento general que está experimentando La Marina de València. Entre los meses de abril y agosto, se han registrado más de 25.000 visitas por mes, siendo los meses de junio y julio los de mayor afluencia (sobre todo durante julio). De media, las estancias son de 2,5h

Evolución de ingresos

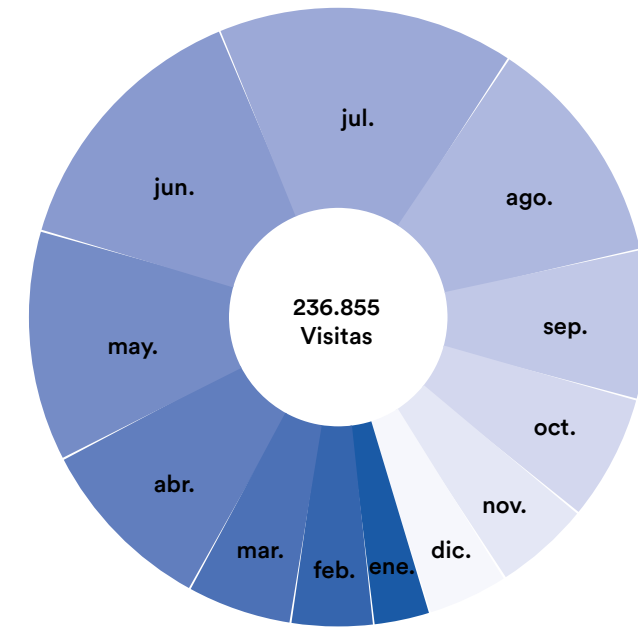


Frecuencia horaria



Destaca el pico en el número de entradas que se registra durante la semana entre las 8:00 AM y las 10:00 AM. Este dato es un indicativo del dinamismo de la actividad empresarial en La Marina (por aquellas personas que vienen a trabajar, por el colectivo de empresas, etc.).

- Total
- Semana
- Fin de semana



2.5 Informe de explotación

Resumen económico	2015	2016	2017
Ingresos	4.123.821	5.226.546	6.694.702
Marina deportiva	2.137.546	2.275.475	3.014.405
Concesionarios	1.696.724	2.322.239	2.766.301
Parking edificio Veles e Vents	161.842	294.630	423.668
Otros ingresos	30.848	250.500	57.688
Eventos	96.861	83.703	432.640
Gastos	5.402.027	5.727.855	6.600.777
Mantenimiento instalaciones	959.589	990.438	1.432.235
Suministros	879.473	921.329	1.052.757
Vigilancia	496.445	507.410	534.757
Profesionales indeptes.	121.159	260.870	419.084
Limpieza	219.790	273.160	316.987
Otros gastos corrientes	116.442	132.548	305.500
Comunicación	11.840	13.728	87.096
Seguros	94.027	91.373	79.465
Slidos-salarios-seg. Social	1.240.995	1.179.141	1.178.532
Tasas autoridad portuaria	1.262.267	1.357.857	1.194.363
Resultado	-1.278.206	-501.308	93.925

El incremento de los ingresos en 28% respecto al año anterior se debe a:

- La consolidación de la marina deportiva (+32%)
- El atractivo del recinto tanto para base de actividad empresarial (+19%) como para localización a nivel promocional (+417%);
- El interés ciudadano (+44%)

Los gastos, si bien se han llegado a controlar, han aumentado un 15% por:

- Un análisis global del recinto: estudios de potencial, puntos débiles, viabilidad económica, etc.
- Un esfuerzo en la mejora de las instalaciones
- Una mayor visibilidad con campañas de comunicación

Situación financiera

El CV07 viene atendiendo la gestión de la operativa diaria con el objetivo de alcanzar un balance positivo, y trabajando en paralelo para alcanzar una solución definitiva para las deudas contraídas para financiar las infraestructuras de la 32ª America's Cup.

3. Qué se ha hecho en 2017

Durante el año 2017, se han alcanzado los principales retos marcados y se han conseguido resultados positivos en los distintos ejes estratégicos.

Náutica

La Marina de València se consolida como marina urbana referente. En 2017, su tasa de ocupación se ha incrementado en un 26% y el número de ingresos por amarres ha crecido un 37% con respecto al año 2012. En lo referente a instalaciones, se han ejecutado otras obras menores en baños y paños, se ha reformado la zona T-Superyacht y se ha adecuado un canal de navegación junto al espigón.

El fomento de la náutica popular también ha obtenido sus frutos: además de la adecuación del nuevo canal, se ha acercado la actividad náutica a la ciudadanía con iniciativas como las jornadas de puertas abiertas y la celebración del décimo aniversario de La Marina de València. La náutica industrial y con valor añadido ha sido

otro eje de actuación. Durante el año, ha aumentado en un 20% el número de empresas instaladas en La Marina; en la actualidad, el recinto acoge a más de 40 empresas dedicadas a actividades y servicios náuticos. En cuanto a eventos náuticos, destaca la celebración de las regatas Melges 40 y *M32 Valencia Winter Series*, las competiciones y exhibiciones náuticas con motivo de la celebración del décimo aniversario y la consolidación del salón náutico Valencia Boat Show, que en su edición de noviembre contó con 14.728 visitantes y 75 expositores de 12 países diferentes. En septiembre se desarrolló también la segunda edición de *Beers & Sailing* donde se explicó el Plan Estratégico de la entidad a clientes y concesionarios.

«La Marina de València es un lugar fantástico, a la altura de nuestro campo de regatas de Miami». –Håkan Svensson, propietario de M32 World



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals

Espacio público

La Marina de València ha experimentado cambios y mejoras en término de espacio y usos públicos durante el 2017. Entre las actuaciones realizadas, destacan las siguientes: la eliminación de barreras arquitectónicas en el entorno del edificio varadero con el objetivo de mejorar la imagen de la dársena y eliminar parte de los vestigios del trazado de la Fórmula 1; la apertura al público el tramo 1 del paseo en el cantil sur; la reforma de las gradas de la dársena norte y del aparcamiento cubierto; la mejora de la accesibilidad al recinto marítimo a través de la ordenación del mobiliario urbano y la supresión de barreras arquitectónicas; la instalación de una red de aparca-bicis; la mejora de la zona de carga y descarga y la instauración de un plan de gestión de residuos. Por último, se ha rehabilitado la pérgola modernista y se le ha dotado de un nuevo uso; desde finales de 2017, acoge conciertos de música durante el fin de semana. Todas estas actuaciones repercuten en una marina pública y accesible, donde las personas son las protagonistas y el mar vuelve a darle la cara a la ciudad.

«Poco a poco se está consiguiendo que La Marina sea un barrio más de la ciudad y que Valencia deje de estar de espaldas al mar». –Luis Faguas, jefe de monitores de la Federación de Vela de la Comunitat Valenciana

En la línea de fomentar una marina abierta, cabe destacar el proceso abierto a la participación ciudadana con el fin de crear la nueva toponimia para los espacios de La Marina, bajo la coordinación de la

cooperativa de arquitectos valenciana Crearqció. El nombre es el principal elemento para reconocer un lugar y, hasta el momento, muchos viales y explanadas del recinto carecían de identidad propia y se identificaban con referencias genéricas.

Desarrollo económico

Con la consolidación de un distrito innovador, La Marina de València ha experimentado un importante desarrollo económico impulsado por factores como la formación en masa crítica, la ventaja competitiva, la calidad del lugar, la diversidad e inclusión y la cultura de la colaboración. En 2017 se puso en marcha la plataforma Living Lab, un espacio de experimentación con tecnología a escala urbana, con el objetivo de que las empresas pudieran probar sus productos. Un ejemplo de aplicación ha sido un sistema de recarga de bicicletas eléctricas con energía solar.



«La factoría cívica que ha impulsado La Marina de València es un ejemplo de innovación social, del nuevo urbanismo y de participación colaborativa; la ciudad deber ser capaz de producir ciudadanía para tener un modelo sostenible en el tiempo». –Augusto Barrera, ex alcalde de Quito

Con respecto a los eventos, aquellos con mayor retorno económico fueron la campaña de comunicación organizada por Audi para el lanzamiento de un nuevo modelo, la presentación del vehículo eléctrico Smart y otros congresos y conferencias. También se ha fomentado la realización de eventos de

carácter deportivo, cultural y familiar, a través de bonificaciones en las tarifas de alquiler de espacios. Por otro lado, se han desarrollado iniciativas para mejorar indicadores de calidad de los restaurantes y de la oferta turística de la zona a través del programa de certificación SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos). Además, se ha abierto una nueva oficina de información en la Plaza del Ayuntamiento desde donde promocionar las actividades náuticas y la oferta gastronómica y de ocio de interés para turistas y residentes.

En cuanto al balance en promoción y gestión, destaca un dato: el número de visitantes a La Marina se ha incrementado un 80% y sus ingresos han crecido en un 28%. Se ha creado una comisión técnica, integrada por representantes de las tres administraciones consorciadas y el Consorcio València 2007, con el fin de elaborar



un informe que analice la viabilidad del Consorcio València 2007 desde todas las perspectivas. También se ha establecido un canal de diálogo continuo con los agentes vecinales.

«La Marina de València es perfecta para crear un ecosistema emprendedor que atraiga a agentes internacionales». –Gabe Turner, CEO de Draper Ventures (Silicon Valley)

«La Marina de València será el gran hub de emprendimiento e innovación del Mediterráneo». –Sandra Gómez, primera teniente alcalde del Ayto. de València



4. Comunicación

Durante el año 2017, se ha llevado a cabo la consolidación de la nueva identidad corporativa y visual de La Marina de València y se ha iniciado el proceso para recuperar la confianza, la credibilidad y la empatía de la ciudadanía en una marca hasta ahora desdibujada y carente de contenido.

Paralelamente se ha trabajado en instaurar un nuevo relato, a través de un plan de comunicación al servicio de dos objetivos principales del Plan Estratégico 2016-2021: la apropiación ciudadana y la activación productiva de La Marina de València.

En marzo de 2017, se presentó públicamente el Plan Estratégico y la nueva imagen corporativa de La Marina de València, así como su nueva web y perfiles sociales. En diciembre, se puso en marcha también la nueva APP de La Marina. Esta identidad y relato busca acercar La Marina a la sociedad y mostrarla como un espacio público abierto, participativo, sostenible y de oportunidades. En la misma línea, se ha desarrollado un plan de comunicación destinado a identificar y aproximarse a los distintos públicos internos y externos de La Marina de València a través de diversos canales: redes sociales, publicaciones propias, medios de comunicación y acciones de comunicación y marketing.

La presencia de La Marina en las redes sociales ha generado una imagen positiva en la ciudadanía y ha cambiado por completo la concepción. Una imagen cuidada que se abre a la ciudad para mostrar los rincones de un espacio tan singular y mensajes que refuerzan la estrategia de La Marina están calando entre el público. Como resultado, hoy la comunidad online es de tamaño bastante considerable y muy participativa.

Facebook es la red social que más ha crecido, pasando de 800 seguidores, el 12 de enero del 2017, a 6147 actualmente; más de 5000 nuevos seguidores en esta red social. Twitter presenta un índice de crecimiento constante muy positivo; todos los días hay una media de 3 nuevos seguidores. Instagram cuenta con un

alto porcentaje de interacción con la comunidad, una media de 100 me gustas por publicación y una visualización de los Storie muy alta. Eso significa que cada día se amplía y fortalece un público virtual que aporta valor al proyecto global de La Marina de València.



El plan de comunicación se ha apoyado en la calidad de los contenidos y en la atención personalizada a periodistas y medios, sin partidas presupuestarias destinadas a la publicidad o a la inserción de reportajes. Durante el 2017, desde el Consorcio València 2007 se han enviado 108 notas de prensa a una lista de distribución formada por 174 direcciones de medios. El resultado de esta y otras acciones de gabinete de prensa ha sido un total de 2555 impactos en titulares en medios de comunicación, que reflejan las principales líneas estratégicas en la gestión de La Marina de València.

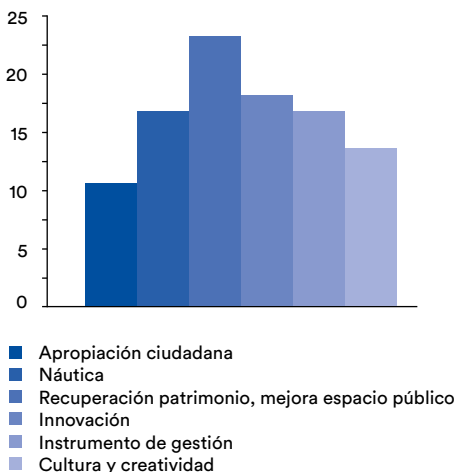
El retorno económico de los impactos en prensa es difícilmente cuantificable, pero sí pueden medirse en activos intangibles como la credibilidad, la confianza, la empatía, la responsabilidad social, la percepción de calidad, la evolución de una trayectoria o el orgullo de pertenencia de las personas que trabajan día a día en La Marina de València.

Los impactos de prensa han potenciado una buena percepción de la marca “La Marina de València”; han servido como herramienta fundamental para la directiva; han contribuido a difundir los

mensajes en redes con mayor credibilidad; han mejorado el conocimiento de la marca entre la ciudadanía y otros públicos objetivos como futuros inversores; y han consolidado el nuevo naming (el 90% de los titulares usan la marca “La Marina de València”). La suma de todos estos factores contribuye al prestigio, al reconocimiento y al crecimiento de La Marina de València.

«La marca de La Marina de València pretende simbolizar el vínculo entre las personas y el mar. Es una identidad gráfica sencilla y atemporal que, además, transmite empatía y optimismo».
 –Enrique Casp y Antonio Ballesteros, diseñadores de la nueva identidad visual de La Marina de València

Titulares de La Marina de València según áreas de interés estratégico



Náutica

El primer mercado de ocasión para navegantes toma La Marina.

Levante - EMV – 17 dic. 2017

Mercado Náutico en La Marina de Valencia.

Panorama Náutico – 14 dic. 2017

El Valencia Boat Show llevará a La Marina más de 150 embarcaciones de astilleros y 80 expositores en noviembre.
 20minutos – 24 oct. 2017

Música y náutica en La Marina de Valencia durante todo el fin de semana.
 Las Provincias – 13 oct. 2017

Los Melges 40, en La Marina de Valencia.

ABC – 11 oct. 2017

Las 52 Super Series regresan a Valencia.
 Expansión – 11 ago. 2017

Una limpieza submarina en defensa de los fondos marinos.
 Cadena SER – 3 jun. 2017

El Consorcio abordará la ampliación de La Marina con otros 600 amarres.

Las Provincias – 30 abr. 2017

La Marina de València acoge actividades náuticas y descuentos en restaurantes el próximo lunes.

Levante - EMV – 27 abr. 2017



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals

La Marina de València tendrá un centro integrado de I+D y formación de náutica de recreo.

valenciaplaza – 27 mar. 2017

Innovación

‘La Noche de las Startups’ reunirá a más de 200 profesionales del sector en La Marina de València.
 valenciaplaza – 11 dic. 2017

Vicent Llorens apuesta por una Marina de València cercana, innovadora y generadora de riqueza.
 Levante - EMV – 2 nov. 2017

València albergará un gran ‘hub’ de emprendimiento en Industrias Creativas y Culturales.

valenciaplaza – 26 nov. 2017

La Marina de Valencia busca ser el Silicon Valley español (y ha rechazado a Tesla).

El Confidencial – 15 oct. 2017

La dársena de la innovación atrae a grandes ‘players’.
 El Mundo – 28 sept. 2017

Consorcio València 2007 da vía libre para que la Estación Marítima sea un hub de emprendedores.
 valenciaplaza – 14 sept. 2017

La Marina de València abrirá el centro de innovación náutica con la colaboración de Microsoft.

valenciaplaza – 29 ago. 2017

La innovación releva al glamour en La Marina diez años después de la Copa América.
 La Vanguardia – 11 jun. 2017

‘Marina Genius Lab’: cómo dejar en manos de los niños la creación de una nueva Valencia.
valenciaplaza – 6 jun. 2017

La Agencia de la Innovación negocia instalar una sede en la base del Alinghi.
El Mundo – 20 may. 2017

La Marina sorprende a los gurús de Silicon Valley.
Las Provincias – 1 may. 2017

Cultura y creatividad

La Pérgola de La Marina de Valencia respira música.
El Mundo – 26 ene. 2018

El concierto de Simple Minds será en La Marina de València.
Levante - EMV – 17 ene. 2018

La Fura dels Baus será el nuevo atractivo turístico de La Marina de València.
Levante - EMV – 17 ene. 2018

El Circo Raluy Legacy: un espectáculo diferente en La Marina de València.
ABC – 15 dic. 2017

Leonardo Sbaraglia charla con el público este sábado en los “Talents” de La Marina de València.
La Vanguardia – 24 nov. 2017

El 9 d’Octubre lleva grupos valencianos a los Concerts de La Marina.
ComarcalCV – 30 sept. 2017

“La Pamela”, de Manolo Valdés, nuevo icono de La Marina de Valencia.
Las Provincias – 21 sept. 2017

El Piromusical ‘Ola de luz Mediterráneo’ reunirá a miles de personas en La Marina de Valencia.
Levante - EMV – 10 jul. 2017

Live The Roof llega a Valencia con conciertos exclusivos en un espacio único.
valencia Extra – 25 jun. 2017

Un espectáculo piromusical «único» de Ricardo Caballer en La Marina para la feria de julio de 2017.
Las Provincias – 15 jun. 2017

La Diputación de València y La Marina ultiman el proyecto ‘La Mar de València’.
eldiario.es – 26 may. 2017

Tapas con Swing, el evento gastronómico y musical en La Marina de València.
Las Provincias – 11 may. 2017

Mejora del espacio público/ recuperación del patrimonio y nuevos usos

El Consorcio València 2007 asegura que el Tinglado 2 estará rehabilitado a finales de 2018.
valenciaplaza – 4 ene. 2018

Consorcio Valencia 2007 da vía libre para que la Estación Marítima sea un hub de emprendedores.
valenciaplaza – 14 sept. 2017

Un hotel, un centro cultural y una base tecnológica, lo próximo en La Marina de València.
Cadena SER – 13 sept. 2017

La Marina eliminará todos los aparcamientos indebidos para ganar espacios peatonales.
Las Provincias – 28 nov. 2017

La Marina de Valencia sacará a concurso la explotación de la Estación Marítima tras presentarse tres ofertas.
valenciaplaza – 28 nov. 2017

La Marina de Valencia abrirá al público otro tramo de paseo en la dársena.
ABC – 23 nov. 2017

Llorens: “Estamos negociando poder traer un museo Sorolla al edificio del reloj.
Levante - EMV – 15 nov. 2017

El Consorcio construirá jardines y zonas de descanso en La Marina.
Las Provincias – 3 nov. 2017

La Marina abre una plaza en la dársena a la espera de la reforma de los tinglados.
Las Provincias – 22 ago. 2017

La Marina de València construirá un ‘skatepark’.
valenciaplaza – 2 ago. 2017

València recupera el edificio Docks y cede su explotación a La Marina.
eldiario.es – 28 jul. 2017

La Marina de València tendrá un centro integrado de I+D y formación de náutica de recreo.
valenciaplaza – 27 mar. 2017



La Marina de València dará nombres a sus espacios en un proceso participativo.

valenciaplaza – 23 mar. 2017

[Apropiación ciudadana](#)

La Marina de València se llena de vida este 2018.

Comunidad Valenciana – 26 ene. 2018

La Marina de València estrena las primeras ‘Bicis Solares’, gratis para los visitantes.
eldiario.es – 3 oct. 2017

La Marina acoge el primer macro festival de yoga de España junto al mar.

Las Provincias – 25 sept. 2017

La XII Marcha Ciudad de Valencia, en La Marina.

Las Provincias – 27 sept. 2017

Las bandas del Marítimo recuperan la pérgola de La Marina de València.

Las Provincias – 13 sept. 2017

La Marina acoge una feria accesible.

Las Provincias – 6 jun. 2017

La Marina de Valencia se llenará de colores el 23 de septiembre por la igualdad y contra la violencia de género.

Las Provincias – 11 sept. 2017

La Marina de València celebra su décimo aniversario.

valenciaplaza – 25 jul. 2017

Más de mil personas pedalearán juntas en la Marina Real.

Levante - EMV – 23 jun. 2017

‘Del tros al plat A la fresca’ convoca a más de mil personas en La Marina para reivindicar las cenas al aire libre.

20minutos.es – 20 jul. 2017

La Marina recibe el ‘Solsticio de Verano’ con food trucks y actividades infantiles y acuáticas.

Europa Press – 20 jun. 2017

El ‘Rainbow Warrior’ de Greenpeace amarra en La Marina de València.

valenciaplaza – 7 jun. 2017

La Marina de València abre un quiosco de información sobre su oferta en la plaza del Ayuntamiento.

valenciaplaza – 30 may. 2017

Días en La Marina: Fin de semana saludable en La Marina Real de València.

ComarcalCV – 18 may. 2017

Jornada de Puertas Abiertas en La Marina de Valencia.

Las Provincias – 29 abr. 2017

[Instrumento de gestión ágil y eficiente](#)

La Marina de València pasa de registrar pérdidas millonarias a vislumbrar el superavit.

Levante - EMV – 23 ago. 2017



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals

La Marina de Valencia refuerza la gestión para el cobro a morosos de 680.000 euros por amarres.

Las Provincias – 10 ago. 2017

La Marina de València incrementa un 27% sus ingresos por alquiler de amarres y espacios.
valenciaplaza – 31 may. 2017

Un grupo de técnicos analizará la viabilidad de La Marina de Valencia.

EL PAÍS – 30 may. 2017

El Gobierno prepara una propuesta para reducir la deuda de La Marina.

Cadena SER – 25 may. 2017

La Marina fija una serie de exigencias y costes adicionales para macrofestivales.

valenciaplaza – 19 abr. 2017

Cambios en las competencias gestoras de La Marina.

Cadena SER – 15 dic. 2017



5. Encuestas a concesionarios y usuarios

Durante el año 2017, el Consorcio València 2007, a través de los servicios de consultoría de AtAdlerAdvisory, redactó un Informe de Transparencia, cuyos objetivos fundamentales consistieron en dotar de mayor inteligencia estratégica a la gestión y toma de decisiones del Consorcio València 2007; apoyar a las empresas y concesionarios que tienen su sede de negocio en La Marina en sus actividades económicas a través de información a nivel agregado; responsabilizarse con los concesionarios y los residentes de València dotando de transparencia a las acciones estratégicas y, por último, mejorar la experiencia de los visitantes de La Marina de València.

El informe se realizó a través de datos extraídos de encuestas realizadas a concesionarios y visitantes de La Marina (residentes y turistas nacionales y extranjeros), de información adicional proporcionada por el mismo consorcio y de la realización de observaciones a pie de calle en dos áreas concretas del recinto, el entorno del Tinglado 2 y el acceso por el Paseo Marítimo. Las encuestas se realizaron durante los meses de abril, mayo, octubre y noviembre de 2017 y fueron diseñadas con el propósito de entender mejor la experiencia de los residentes y turistas y medir el su grado de satisfacción con los servicios.

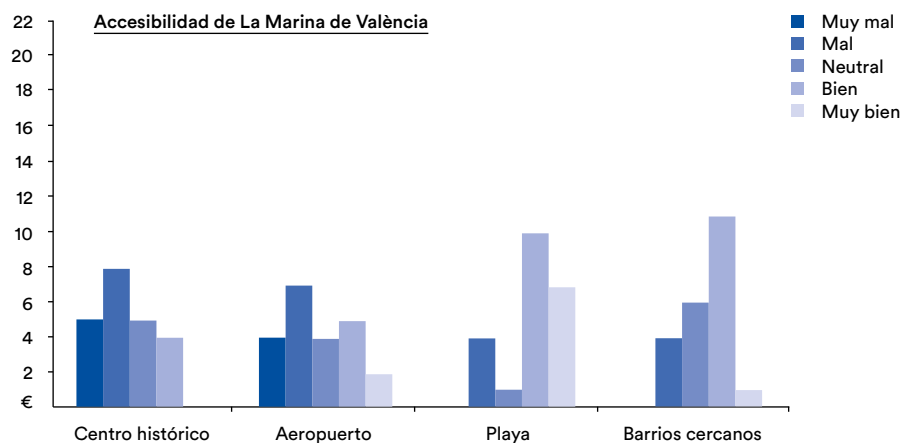
5.1. Encuestas a los concesionarios

Una de las prioridades del CV07 es conocer las necesidades, intereses y opiniones de las empresas que operan en La Marina de València. El objetivo de las encuestas a los concesionarios es medir su grado de satisfacción con el espacio en el que se sitúan, y por ende con la entidad que lo gestiona, el Consorcio València 2007, y así extraer las percepciones de las empresas sobre las fortalezas y las debilidades de La Marina y de su gestión. Los datos resultantes están siendo utilizados para mejorar el Plan Estratégico del CV07, las acciones a escala local en el territorio y la comunicación. Las encuestas se enviaron a 50 concesionarios y

22 de ellos respondieron el cuestionario. Las empresas participantes son relativamente nuevas, habiendo iniciado todas ellas su actividad después del 1992, y la mitad hace menos de 10 años. El total de las empresas-concesionarios llegaron a La Marina después del 2006 y llevan instaladas en el recinto una media de cinco años. El período medio de concesión es de cuatro años, excluyendo de dicha media a EDEM y Lanzadera (50 años de concesión).



En términos de satisfacción general, los resultados son muy favorables. El 75% de los concesionarios encuestados están satisfechos con el trabajo del Consorcio València 2007 y un 85% consideran positiva o muy positiva la relación que mantienen con el Consorcio. Uno de los temas tratados en la encuesta fue la accesibilidad del espacio. Se midió la opinión de los concesionarios sobre la accesibilidad en una escala del 1 al 10. La puntuación media fue de un 5'28, resultado compartido por los residentes encuestados y que se encuentra por debajo de ser considerado satisfactorio, por lo que se deberán desarrollar líneas de mejora en los próximos trimestres. Las conexiones con el centro histórico y el aeropuerto fueron las peor valoradas de las ubicaciones que se les mostró (de entre las cuales estaban la playa y los barrios cercanos). La conexión con el centro histórico recibió una puntuación promedio de 4'72 y la conexión con el aeropuerto, un 5'4, ambas por debajo de la media de satisfacción general en términos de accesibilidad. Con respecto a las prioridades de acción,



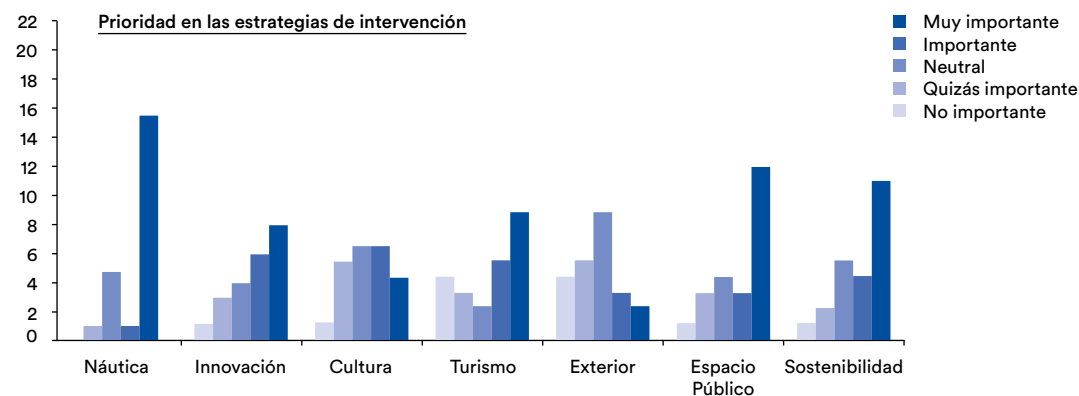
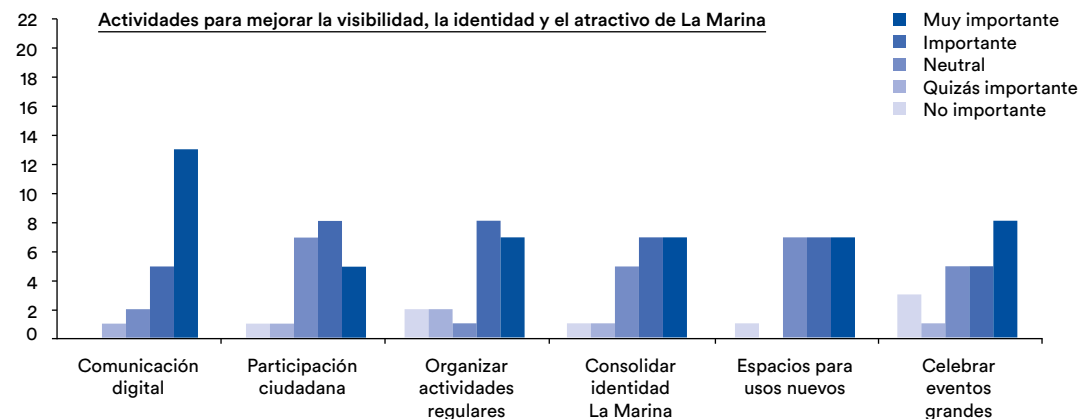
los concesionarios otorgaron una mayor relevancia a la necesidad de actuar sobre tres ámbitos: las mejoras en comunicación, en espacio público y en transporte. Cuando se preguntó en la encuesta cómo mejorar la visibilidad, el atractivo y la identidad de La Marina, más del 50% de las empresas encuestadas recomendaron las mejoras en comunicación como las inmediatamente prioritarias y necesarias, y en segundo lugar, la mejora en términos de espacio público.

Una vez detectadas las actividades consideradas prioritarias en el marco de actuación del Consorcio, también se preguntó sobre las intervenciones estratégicas que consideraban relevantes para conseguir llegar a esos objetivos destacados como prioritarios. Las acciones estratégicas sobre el espacio público y la sostenibilidad fueron unas de las que más peso adquirieron en las diferentes escalas de relevancia aplicadas en la encuesta (de nada importante a muy importante). La intervención más altamente demandada como “muy importante” fue la relacionada con las actividades náuticas. La prioridad peor valorada fue la referente a la mejora de las áreas exteriores adyacentes, por lo que se puede concluir que los concesionarios quieren que el Consorcio València 2007 centre su atención en las intermediaciones de La Marina.

5.2 Encuestas a los visitantes

Gracias al estudio de las 303 encuestas realizadas durante los meses de octubre y noviembre entre los visitantes de La Marina y al conteo realizado a pie de campo en la zona del Tinglado 2 y en las proximidades al Paseo Marítimo, se han podido determinar los principales rasgos del perfil del visitante de La Marina de València.

- El 69% de los visitantes son residentes en la ciudad (un 30% viven en Poblatos Marítims y Playa de la Malvarrosa y un 16%, a unos 10-15 km de La Marina)
- El 31% son turistas (21% extranjeros y 10% españoles).
- El 52% son hombres y el 48%, mujeres.
- El 86% de los visitantes llegan individualmente o en pareja.
- En cuanto a la frecuencia de visitas: un 35% afirmó visitarla “diariamente”, un 29% “semanalmente” y un 23% “mensualmente”. Estos resultados permiten relacionar directamente la frecuencia de visita a La Marina con la proximidad de sus hogares al área, así como con la satisfacción con los servicios ofrecidos. El número de encuestados que indicó visitar a diario La Marina residía en barrios en el radio de un kilómetro del frente marítimo.



Para la mejor comprensión de las fortalezas de La Marina, también es relevante conocer las principales motivaciones que atraen la visita al frente marítimo.

- Un 63%, tanto residentes como turistas, visitan La Marina para pasear y disfrutar del paisaje. El grueso de gente que eligió esta motivación como la principal, acude a La Marina a pie, en bicicleta o en transporte público. El coche no es el medio de transporte más usado por parte de las personas que con más frecuencia visitan La Marina.
- Un 32% vienen a comer o tomar algo y un 28%, a pasar el día en la playa.
- El 13% de visitantes vienen a trabajar, el mismo porcentaje de personas que acuden motivadas por la vida nocturna.
- Definidas como “otras actividades”,

se incluyen motivaciones como las actividades náuticas, las actividades familiares o los eventos culturales. Esta categoría no es tan representativa individualmente como en su conjunto.

También se preguntó a los visitantes por el gasto económico que realizaban en La Marina de València. Un 66% de los encuestados no quiso responder.

- El 24% afirmó no gastar nada en La Marina.
- El 69% gastó alrededor de 20 euros de media.
- Los turistas gastaron tres veces más que los residentes.
- El 76% de los visitantes invirtió en La Marina más de 300 euros por día.

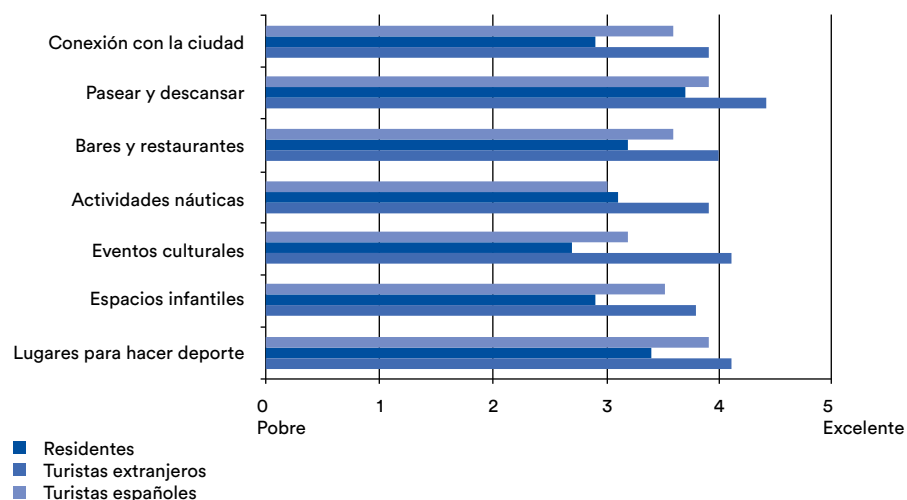
Con respecto a la **satisfacción general** de la visita a La Marina de València, basándose en las 303 respuestas procedentes de la encuesta a los visitantes, se calculó que el nivel de satisfacción con la Marina es de 3'8/5, siendo 5 excelente y 1 muy insatisfactorio. De media, los turistas estuvieron más satisfechos con su experiencia en el frente marítimo, otorgándole a La Marina una puntuación de 4'2/5. En cambio, los residentes fueron más críticos y exigentes y puntuaron su satisfacción en un 3'6/5. Este sentido crítico más pronunciado entre los residentes se puede deber a que, en primer lugar, visitan La Marina con mucha o bastante frecuencia (a diferencia de los turistas que normalmente lo hacen por unas horas en su viaje) y por tanto conocen mucho mejor el área y la historia que le precede, además de sentirse más comprometidos con el territorio. En resumen, en una tabla del 1 al 10, el nivel de satisfacción general de los visitantes de La Marina es el siguiente:

- Turistas españoles: 8,2
- Turistas extranjeros: 8,6
- Residentes: 7,2

Respecto a la satisfacción con los diferentes servicios de La Marina de València, “pasear y descansar” fue el mejor valorado tanto por residentes como por turistas, seguido por la satisfacción con los “bares y restaurantes”, con los “lugares para hacer deporte”, etc. En general se puede afirmar que la satisfacción con los servicios es muy alta para todos los visitantes. Aun así, hay margen de mejora. Por ejemplo, el residente critica más las dificultades de acceso al espacio o que la información que se brinda al visitante no es del todo suficiente. Pero, en resumen, se está trabajando en ello a través de diversas actuaciones como la mejora de la señalización del recinto, la página web de La Marina, las redes sociales, la nueva oficina turística en la Plaza del Ayuntamiento, la nueva toponimia de los espacios, entre otras acciones.

6. Evolución de la estrategia

Satisfacción del visitante con los servicios en LMdV



«Valencia ofrece una extensa y muy notable propuesta de ocio, cultura y gastronomía, destacando en este sentido el hub gastronómico Veles e Vents». –The Guardian

El Plan Estratégico 2016-2021 de La Marina de València pretendió señalar las posibilidades económicas que brinda este espacio tanto para la ciudad como para los barrios marítimos que marcan su historia. La Marina posee unas características concretas que la definen como un lugar único en toda la ciudad, uno de sus espacios con más potencial y donde las cosas buenas pueden suceder. Casi un año después de la presentación del Plan Estratégico, es el momento de evaluar cuáles de esas estrategias se han ido cumpliendo, cuáles no y en cuáles hace falta dedicar más esfuerzo en los próximos años.

Las misiones principales del plan estratégico han sido conseguir una marina abierta, inclusiva, verde y dinámica; la activación productiva del frente marítimo hasta ahora infrautilizado; lograr que la ciudadanía se apropie de este área del antiguo puerto de València y llegar a la sostenibilidad económica y a la gestión eficiente propia de una agencia de desarrollo territorial.

En referencia a la activación productiva, se ha conseguido que La Marina acoja actividades de tipo innovador y creativo aprovechando las infraestructuras existentes, y favoreciendo que esta activación pueda servir de palanca de transformación de los Poblados Marítimos y de la ciudad de València en general.

«Esperamos que La Marina de València se reconozca como la casa de los emprendedores». –Patricia Pastor (Connector de VitEmprende e InnDEA)

«Las startups sueñan y crean en los antiguos astilleros de los barcos». –El Mundo



La apropiación ciudadana tiene su eje de acción en la re-conexión de los Poblados Marítimos y de la ciudad con su marina, tanto de manera física como simbólica. Así pues, La Marina de València pretende convertirse en un espacio público que rebose vida y que reúna las características necesarias para ser un espacio abierto a la participación.

«Encontramos una Marina que se está activando y donde había mucho flujo de gente paseando». –Louisa Raluy, Circo Raluy Legacy

«La Marina será el polo de atracción turística de València que conecte nuestra ciudad y a sus visitantes con el mar». –Joan Ribó, Alcalde de València

Por último, en cuanto a la **sostenibilidad económica y la gestión eficiente**, se ha articulado el modelo de gestión de La Marina. El objetivo último es que La Marina no dependa de las aportaciones económicas de los entes consorciados. La forma de conseguirlo es convirtiéndose en una agencia de desarrollo territorial, donde la activación productiva y los usos públicos se refuercen mutuamente.

Actualmente ya se han alcanzado el 30% de los objetivos marcados en el Plan Estratégico 2016-2021. La totalidad de las actuaciones previstas para el 2016 han sido realizadas: convertir el Tinglado 2 en una plaza abierta, instalar en la Base 2 la aceleradora fintech Bankia Fintech by Innsomnia y alojar en la Base Alinghi la plataforma participativa de la factoría de innovación urbana, Civic Factory Fest.

«La instalación de Bankia Fintech en la Marina València, junto con EDEM, Lanzadera y el centro cultural Veles e Vents, constituye un nuevo paso para que este espacio se transforme en un futuro clúster de conocimiento y cultura». –Ximo Puig, president de la Generalitat

«Bankia Fintech by Innsomnia será un vértice más del gran proyecto colectivo que es hacer de este magnífico puerto de València uno de los principales polos tecnológicos de Europa». –Fran Estevan, CEO de Innsomnia

En el 2017 no se han podido finalizar por completo algunos de los objetivos planteados, como son la dignificación del entorno del Tinglado 2, el Centro

de Formación Profesional en náutica o la rehabilitación de la planta baja del edificio Alinghi, actuaciones que se realizarán en 2018. En cambio, sí se han ejecutado el resto de acciones e incluso iniciado otras previstas para el año 2018. A grandes rasgos, algunos de los hitos logrados en 2017 han sido la mejora de las condiciones de los pescadores, la creación de un espacio transitorio para grandes conciertos, la adecuación de un canal de navegación y la reconversión de la base Alinghi en un espacio para albergar de manera temporal eventos relacionados con la innovación.

«Civic Factory Fest La Marina es un ejemplo de experimentación; una necesidad frente al inmovilismo en las políticas urbanísticas tradicionales».
–Manu Fernández, arquitecto urbanista

Con respecto a 2018, las acciones programadas y ya en proceso son las relacionadas con el nuevo plan de usos de la Estación Marítima y de los Tinglados 4 y 5, la apertura total del cantil sur, la mejora del espacio público, el Museo del Mar, el circuito de *running*, la rehabilitación del Tinglado 2, la adecuación de espacios para uso infantil y deportivo y la creación de una nueva zona comercial e industrial náutica.



6.1. La evaluación del Sumario Estratégico

A continuación, analizamos los principales ejes estratégicos en tablas donde se indicará en qué fase del proceso se encuentra cada propuesta.

La primera de las estrategias consiste en hacer de La Marina el **epicentro de la náutica**. El primer paso es convertir el frente marítimo en un área urbana referente y nicho de la náutica popular.

En este propósito, un indicador favorable es el crecimiento sostenido de la tasa de ocupación. Potenciar una Marina basada en la náutica industrial y con valor añadido también ha sido una de las principales estrategias del plan, donde el reposicionamiento del Valencia Boat Show fue uno de los éxitos más destacados. En la Tabla 1 se especifican el resto de actividades que fueron programadas en náutica para el 2017.

Estrategias	Conseguido	En proceso	Por conseguir
La Marina urbana referente		- El incremento de los amarres y la mejora de los servicios a través de la gestión por concesión administrativa	
La Marina de la náutica popular	- La adecuación de un canal de navegación junto al espigón - Las jornadas de puertas abiertas y la celebración del 10º aniversario de La Marina de València		- La construcción de un polideportivo náutico
La Marina de la náutica industrial y con valor añadido		- La construcción de un varadero industrial en la Marina Sur vía concesión administrativa - Un primer centro de Formación Profesional en reparación de embarcaciones - La creación de una escuela taller para la reparación de embarcaciones - El desarrollo de una superficie comercial e industrial náutica que complemente la oferta del varadero en Marina Sur - La construcción de un poblado náutico para acoger de manera digna el comercio y los servicios relacionados con la dársena deportiva	

Tabla 1: Resumen estratégico de la Marina náutica

La segunda de las estrategias establecidas hace referencia a **La Marina como polo de desarrollo económico**; generar un espacio de innovación y con capacidad emprendedora. En este sentido, se han desarrollado las siguientes iniciativas: el proyecto Marina Challenge donde, a modo de ejercicio, los alumnos de EDEM elaboraron propuestas de estrategias para la reactivación de La Marina; la concesión de la Base 2 a

Bankia Fintech by Innsomnia, la primera aceleradora fintech de España; y la co-organización, junto a CivicWise, del Civic Factory Fest Marina de València, factoría de innovación urbana participativa. Por último, el deporte, el ocio, el turismo y la gastronomía también son ámbitos de actuación en una Marina orientada a ser un espacio de convivencia. En la siguiente tabla se detallan el resto de actividades programadas en este ámbito:

Estrategias	Conseguido	En proceso	Por conseguir
La Marina innovadora y emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> - La Marina Living LAB: un espacio de experimentación a escala urbana - El plan de usos de la base Alinghi como espacio público-privado de emprendimiento e innovación - El desarrollo del espacio arrendable: la estación marítima y la parcela hotelera 	<ul style="list-style-type: none"> - Convertir el Tinglado 5 en un tinglado de la innovación - La adecuación de la planta baja del edificio Alinghi, que se encuentra en proceso de rehabilitación 	
La Marina creativa	<ul style="list-style-type: none"> - La creación de un espacio transitorio para grandes conciertos 	<ul style="list-style-type: none"> - El Museo del Mar - El equipamiento cultural en el edificio Docks - Un programa de residencias. - Convertir el Tinglado en 4 un espacio cultural flexible 	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboraciones para la programación cultural
La Marina turística y gastronómica	<ul style="list-style-type: none"> - La embajada de La Marina en la Plaza del Ayuntamiento - La mejora de las condiciones de los pescadores 	<ul style="list-style-type: none"> - La construcción de una infraestructura hotelera mixta 	
La Marina deportiva y lúdica		<ul style="list-style-type: none"> - Un plan de gestión de residuos 	<ul style="list-style-type: none"> - Un Plan de sostenibilidad energética: generación y eficiencia

Tabla 2: Resumen estratégico del desarrollo económico en La Marina



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals

La tercera de las estrategias consiste en acercar La Marina al resto de la ciudad de la que forma parte. Uno de los objetivos principales del Consorcio ha sido abrir sus puertas a la ciudadanía para favorecer la consulta y el intercambio de opiniones, y consolidar La Marina como el espacio público con mayor potencial de València. En esta línea, se han realizado las primeras intervenciones de seguridad en el Tinglado 2 para volver a albergar actividades y usos públicos y habilitarlo así como la plaza de los Poblados Marítimos. También se ha abierto el diálogo con agentes sociales con el fin de propiciar este acercamiento, como por ejemplo en las reuniones periódicas con las asociaciones de los barrios, con la Plataforma “*El litoral per al poble*”, con las distintas asociaciones de vecinos, etc. El siguiente paso para este acercamiento

a la ciudad ha sido construir una marina accesible, abierta y participativa. Otras actuaciones han sido el desarrollo del proyecto de la nueva identidad y un plan de comunicación.

La vertiente lúdica y deportiva es de especial importancia en La Marina de València como foco de atracción y de acercamiento a la ciudadanía, a los turistas y a los visitantes. La consolidación del espacio como sede de algunas competiciones (medio-maratón, triatlón, Pas Ras al Port, etc.) son un ejemplo de las actividades de refuerzo de esta imagen de espacio deportivo y de ocio. En la Tabla 3 se detalla el estado de realización de aquellas actividades programadas para el 2017 con este propósito. Cabe señalar que en este apartado estratégico no se encuentra ninguna actividad programada que no se haya podido realizar en 2017.

Estrategias	Conseguido	En proceso
La Marina pública	<ul style="list-style-type: none"> - El proceso de activación del espacio público - La mejora de los itinerarios para peatones 	<ul style="list-style-type: none"> - La modificación del Plan Especial del año 2013 - Convocatorias para intervenciones puntuales
La Marina accesible	<ul style="list-style-type: none"> - El plan de movilidad: tanto de acceso como interna - El plan de señalización - El plan de gestión del estacionamiento 	
La Marina abierta y participativa	<ul style="list-style-type: none"> - El proceso participativo para dar nombres a los espacios 	<ul style="list-style-type: none"> - Un consejo de participación - La Marina 2030: un congreso para establecer una visión colectiva del frente marítimo
La Marina deportiva y lúdica		<ul style="list-style-type: none"> - El circuito de <i>running</i> - El plan de deportes al aire libre - Dotaciones de ocio infantil

Tabla 3: Resumen estratégico del acercamiento de la Marina a la ciudad



La última de las estrategias recoge aquellas actividades dirigidas a la **agilidad** y la **eficiencia en la gestión**. Los ejes de acción fundamentales para conseguir este objetivo consisten básicamente en el establecimiento de una regulación apropiada para la gestión de un espacio único y en la gestión eficaz de los recursos. Con respecto a la regulación y gestión del espacio público, se ha elaborado

una propuesta de declaración de interés general y se han revisado los estatutos. Para desarrollar una gestión eficaz de los recursos, se estableció un plan de mejora de los servicios de las contratas, un programa de mejora del clima laboral, una propuesta de convenio colectivo y un plan de negocio. En este ámbito estratégico se han realizado o iniciado todas las actuaciones propuestas para 2017.

Estrategias	Conseguido	En proceso
El Consorcio València 2007 como agencia de desarrollo local	- La propuesta de modelo de gestión	
Una regulación apropiada para la gestión de un espacio único		<ul style="list-style-type: none"> - El libro blanco para la gestión de La Marina de València - El establecimiento de una comisión técnica - La declaración de interés general
Una gestión eficaz de los recursos	- El plan de informatización	<ul style="list-style-type: none"> - La nueva RPT - El plan de personal: sobre la gestión y la inclusión

Tabla 4: Resumen estratégico del modelo de gestión de La Marina



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals

7. Próximos pasos: 2018

Hemos revisado los principales canales de acción estratégica para el año 2017 por parte del Consorcio así como los propósitos y metas alcanzadas. En términos generales, se aprecia un crecimiento en diversas áreas, tanto a nivel económico como en el ámbito de la innovación, la oferta cultural, la promoción de la imagen de La Marina, la puesta en marcha de eventos de diversa índole, los estudios estadísticos en términos de uso de su espacio público, etc. Estos logros sirven de base para planificar y afianzar los compromisos para el 2018.

Con respecto a la náutica, se prevén otros eventos como la *52 Super Series*, el circuito más prestigioso del mundo para barcos monocascos, la *Valencia Sailing Week* en septiembre o la nueva edición del *Valencia Boat Show*, con el fin de contribuir a la visibilización del mundo náutico. Además, se mejorará la zona de vela ligera de La Marina y se desarrollará un área comercial e industrial náutica, actuaciones estrechamente relacionadas con el propósito de llegar a una concesión para la marina deportiva y para el planeado varadero industrial.

Por último, se pretende dotar de mayor espacio a las empresas náuticas proyectando un clúster náutico en la antigua base de New Zealand, como sector generador de valor añadido y de empleo. El propósito de estas actuaciones es acercar la náutica a la población y generar empleo en el entorno marino.

Por otra parte, las actividades relacionadas con el espacio público y la participación estarán dirigidas a la rehabilitación del Tinglado 2 y a la mejora de su entorno, así como a la ejecución del proyecto de señalización de los diferentes espacios de La Marina. Se va a proceder también a la construcción de una Skateplaza que sirva como puerta de visibilización y entrada al recinto marítimo, y se urbanizará el acceso al edificio Docks (plaza de la Aduana) con el objetivo de dignificar su arquitectura y darle un uso que revitalice la zona donde se ubica.

Todas estas mejoras irán acompañadas por una reordenación del aparcamiento en diferentes zonas de La Marina y por la previsión de abrir 3'5 hectáreas de plazas y jardines. La modificación del estacionamiento pretende evitar que La Marina sea un mero lugar de aparcamiento, como ha venido sucediendo en los últimos años, ya que el 79'1% de las personas que aparcan en La Marina no se quedan en el recinto, sino que se desplazan a la playa de la Malvarrosa o a otros barrios circundantes. El Consorcio mantendrá 1.450 plazas para estacionamiento, limitando aquellas indebidas y transformándolas en espacios peatonales, con mobiliario urbano y carriles bici.



El desarrollo económico y del polo de innovación de La Marina avanzará con la licitación de la antigua estación marítima como un *hub* tecnológico, así como con la siguiente fase del proyecto Living LAB que persigue asentar las bases de la participación ciudadana en los objetivos de generar innovación, creatividad y cultura. A su vez, se va a crear un programa de residencias para que investigadores, artistas y creativos desarrollen un proyecto en La Marina de manera periódica, y un plan de usos para los Tinglados 4, 5 y el edificio Docks. Por último, se prevé sacar a concesión el derecho de superficie para la construcción de un edificio terciario, que podrá acoger tanto actividades

hoteleras como otro tipo de alojamiento de medio plazo destinado a estudiantes, emprendedores y tripulaciones, así como uso comercial y de oficinas. Para ello, el edificio deberá cumplir los máximos estándares de sostenibilidad y convertirse en una referencia arquitectónica y de integración paisajista.

En términos de promoción y gestión, se desarrollará la propuesta cultural y de innovación de La Marina, cuya programación ya ha sido presentada e iniciada en 2017. Con esta iniciativa, se pretende llevar al borde del mar una programación continua de actividades con hilos conductores como la cultura, la innovación o la sostenibilidad. Algunas de estas actividades son los *Concerts de la Marina* en la Pérgola, *Talents a la Marina*, *València and...*, *Graneres a la Platja*, el congreso de cultura territorial *Metropolis*, *Espais d'Experiències*, la *Marina Living Lab* o *Bandes a la Marina*.

Por otra parte, en 2018 se pondrá en marcha el proyecto de conversión a la administración electrónica, se consolidarán los beneficios operativos de la entidad y la comisión técnica de expertos definirá la deuda pendiente asumible y establecerá una hoja de ruta para abordarla. Estas propuestas se completarán con una Declaración de Interés General que permita acortar los trámites necesarios para obtener una licencia por parte de las empresas interesadas en asentarse en La Marina, así como reducir los plazos para poner en marcha proyectos empresariales. Y, por último, se pretende conseguir la modificación del Plan Especial creado en el año 2013 a iniciativa del Ayuntamiento de València y la Autoridad Portuaria.



8. Conclusión

La transparencia y el acercamiento a la ciudadanía son dos requisitos fundamentales en la gestión de La Marina de València, que han inspirado esta memoria que pone a disposición pública los resultados obtenidos en 2017. En 2018, el Consorcio València 2007 incrementará los procesos de participación, con el fin de conocer los intereses de los ciudadanos y ciudadanas e implicarlos en la gestión del frente marítimo.

La Marina de València ha experimentado un viraje positivo desde la activación de este nuevo modelo de gestión sostenible y viable. En cuanto a indicadores económicos, un año y medio después del nombramiento de la nueva directiva, el Consorcio València 2007 ha obtenido beneficios operativos al finalizar el balance anual.

El CV07 está realizando las actuaciones propuestas, alcanzando los objetivos marcados y progresando hacia unos niveles que nunca había conocido en su historia. La evaluación final solo puede ser positiva, pero aún queda mucho por hacer. El compromiso es seguir trabajando y mejorando día a día en todas las iniciativas que consigan devolver La Marina a su ciudad y recuperar el encanto y atractivo que esta marina urbana del Mediterráneo merece, como espacio único y vibrante.



«Tiene la posibilidad de convertirse en un faro del Mediterráneo, con actividades empresariales, deportivas, lúdicas y de ocio, con restauración y cultura, cargado de historia y patrimonio, pensado para el disfrute de todos los valencianos. Queda mucho por hacer, pero la Marina ya camina con paso firme».
–valenciaplaza

«El plan estratégico se centra en que la Marina sea el epicentro de la náutica tanto popular como industrial, además de un polo de desarrollo económico, con espacio de innovación y emprendimiento, creatividad, turismo y gastronomía y deporte y ocio». –El País

«Las últimas inversiones, licitaciones y anuncios están convirtiendo en realidad lo que hace apenas unos años era un sueño dibujado sobre un papel». –El Mundo



Fotografía (c) Pablo Casino y María Visuals



« Llum i memòria;
l'essencialitat de tot.»
Antoni Clapés

La Marina de València

Consorcio València 2007
Muelle de la Aduana, s/n
46024, València. Spain

info@marinavalencia.com
www.lamarinadevalencia.com

T: +34 963 462 007
F: +34 963 405 577

[instagram.com/lamarinadevalencia](https://www.instagram.com/lamarinadevalencia)
[facebook.com/lamarinadevalencia](https://www.facebook.com/lamarinadevalencia)
twitter.com/lamarinadevlc