



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

RECONVERSIÓN DE DESTINOS MADUROS

David Salvá Blanco

Grau en Turisme

Any acadèmic 2014-15

DNI de l'alumne: 43171628 F

Treball tutelat per Francesc Sastre Albertí

Departament de Economia



S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:

CICLO DE VIDA, RECONVERSIÓN, DESTINO MADURO, FORDISMO, POST FORDISMO.

ÍNDICE

RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	3
1. PARTE 1: MARCO CONCEPTUAL	4
1.1. INICIO DEL TURISMO DE MASAS	4
1.2. FORDISMO Y POSTFORDISMO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO	5
1.3. CAUSAS DE LA CRISIS DEL FORDISMO	5
1.4. BUTLER:TEORÍA DEL CICLO DE VIDA DE UN DESTINO TURÍSTICO	6
2. PARTE 2: OTROS MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO	7
2.1. LA TEORÍA DE GORMSEN: LAS PERIFERIAS TURÍSTICAS.....	8
2.2. MODELO DE EXPANSIÓN URBANA DE LUNDGREN.....	9
3. PARTE 3: PLANES DE RECONVERSIÓN DE DESTINOS MADUROS	10
3.1.1. PLAN DE MEJORA Y MODERNIZACIÓN DE LA PLAYA DE PALMA.....	11
3.1.2. EL CONSORCIO QUALIFICA DE LA COSTA DEL SOL.....	13
3.1.3. PLAN DE REHABILITACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS DE SAN AGUSTÍN,PLAYA DEL INGLÉS Y MASPALOMAS .	14
3.1.4. CONSORCIO DE REHABILITACIÓN DE PUERTO DE LA CRUZ.....	15
3.2 OTRAS PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN.....	16
3.2.1 PROPUESTA PÚBLICA: PAE EL CASO DE LA PALMA.....	16
3.2.2. PROPUESTA PRIVADA: SOL CALVIÀ RESORT MAGALUF	17
4. PARTE 4: CONCLUSIONES	17
5. PARTE 5: RECOMENDACIONES	19
BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA	19

RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo de fin de grado es hacer entender al lector el concepto de destino turístico maduro y las claves a seguir para asegurar la continuidad de éste adaptándola a las nuevas tendencias.

Posteriormente, se hará un análisis comparado de los planes de reconversión de destinos consolidados españoles que aparecen en el Plan Nacional de Turismo 2008-2012 (Consortio de la Playa de Palma, Plan Qualifica de la Costa del Sol Occidental, Maspalomas y Puerto de la Cruz), así como también la Propuesta de Actuación Especial de la Palma y la iniciativa privada por parte de la compañía hotelera Melià en Magaluf (Mallorca)

Al final del documento se llega a la conclusión generalizada del fracaso de la puesta en práctica de las iniciativas descritas, debido a fallos de coordinación por parte de las administraciones públicas, así como también por la falta de liquidez y recursos suficientes para realizar los planes de reconversión citados.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, estamos atravesando un momento en el que están apareciendo profundos cambios en el ámbito del turismo costero, especialmente en el caso de España.

Para poder adaptarse a las exigencias de los consumidores de bienes y servicios turísticos, muchos destinos españoles surgidos en la segunda etapa de la época franquista, necesitan una transformación, ya que en muchos casos, estas zonas presentan elevados niveles de obsolescencia.

Para hacer frente a este desafío, es necesario aplicar estrategias de renovación, las cuales se analizarán lo largo del presente documento.

En la primera parte del presente trabajo, se expone un marco conceptual, el cual es necesario para entender los antecedentes de la situación actual, así como también las causas que han conducido a los destinos mencionados a la fase de estancamiento.

En la segunda parte, además del clásico Ciclo de Vida de Butler, se incluyen las teorías de otros autores para hacer más comprensible el proceso de cambio que atraviesa la industria turística actualmente; las teorías geo-económicas (Periferias de Gormsen) y urbanísticas (expansión urbana de Lundgren).

En la tercera parte, se hace un análisis de 6 destinos maduros sujetos a planes de reconversión.

En la cuarta y última parte, aparecerá unas conclusiones en las que se evalúa en conjunto la situación del turismo litoral español en base a las teorías de los autores expuestas en la segunda parte, así como también posibles soluciones para resolver los problemas que están afectando a los destinos.

PARTE 1: MARCO CONCEPTUAL

Este apartado introductorio podemos dividirlo en tres partes: Inicio del turismo de masas, donde se remonta a los orígenes de los primeros flujos de viajeros y explica los factores que hicieron posible su nacimiento, Fordismo y post-fordismo en el ámbito turístico y causas de la crisis del fordismo, en donde se exponen las razones que supusieron el fin del turismo de masas.

1.1 INICIO DEL TURISMO DE MASAS

El periodo del "boom" turístico tuvo su inicio 5 años después del fin de la II guerra mundial, en 1950; tiene una duración de más de un cuarto de siglo, y finaliza en 1973, debido a la vertiginosa subida del precio del petróleo por parte de los países productores, he aquí los factores que hicieron posible la aparición del turismo de masas:

- **Factores políticos:** Durante este período, el mundo disfruta de una etapa de paz, salvo en algunas zonas localizadas donde tienen lugar guerras regionales (Corea, Vietnam...). Todo ello permite el desarrollo turístico en zonas de estabilidad política (Mediterráneo, Estados Unidos, etc...)
- **Factores económicos:** A partir de la década de los 50, tiene lugar un aumento del poder adquisitivo de amplias capas de la población en los países del mundo occidental, debido al desarrollo industrial y productivo. Se consolidan las clases medias.
- **Factores educacionales y culturales:** Debido a la expansión de la educación y la cultura aparece un mayor interés por conocer otros pueblos y civilizaciones
- **Factores sociológicos y laborales:** El crecimiento de la población urbana e industrial y las secuelas que ello conlleva como la vida contrarreloj, el estrés, contaminación, etc... contribuyen al deseo de evasión y descanso hacia ambientes más próximos a la naturaleza. Aparecen mejoras de las condiciones laborales; ello conllevó una disminución de las jornadas laborales y la aparición de las vacaciones anuales pagadas.
- **Factores tecnológicos:** Los avances en la comunicación y el transporte permitieron viajar con mayor rapidez y comodidad, con una bajada de precios de los medios de transporte, especialmente el avión.
- **Factores psico-comerciales:** La expansión de la publicidad y técnicas de márketing facilitan la atracción de mayor número de turistas hacia los destinos.

1.2 FORDISMO Y POSTFORDISMO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

Hay Autores como Ioannis y Debage o Agarwal, entre otros, que han relacionado las teorías del fordismo y del postfordismo con la evolución del turismo.

Extrapolándolo al ámbito turístico, el término fordismo, está relacionado con el turismo de masas que irrumpió en los años 50 y 60: producción en masa de experiencias de viaje consumidas masivamente por turistas de todas las clases sociales.

Características básicas del turista fordista:

- Su única motivación es el descanso y el recreo
- Consumidor rutinario: no busca añadir nuevas experiencias y entiende las vacaciones como un proceso vital más
- Sólo viaja durante los periodos vacacionales
- Tiene un limitado abanico de destinos

Por otro lado, las necesidades de un turista postfordista; van más allá del precio y se diferencian de las anteriores en que buscan romper completamente con la rutina. Dentro de este marco se incluyen las nuevas formas de turismo que han ido surgiendo a partir de los años 80 (turismo de salud, deportivo, ornitológico...)

Características de un turista postfordista:

- Suelen viajar más veces que los tradicionales
- Le da más importancia a nuevas experiencias, a diferencia del clásico turista fordista que busca la rutina en sus vacaciones.
- Abanico más amplio de destinos

1.3 CAUSAS DE LA CRISIS DEL FORDISMO

A principios de los 80, el fordismo empieza a llegar a su fin. En este período, se hacen latentes las principales tensiones derivadas del turismo tradicional y las debilidades estructurales del sistema.

Vera (1994) identifica cinco desequilibrios del modelo fordista:

- Desequilibrios sectoriales: El turismo fordista se ha basado en la especialización sectorial en torno a la playa y a la montaña principalmente, con una oferta completamente homogénea. Al ser la demanda totalmente uniforme, este proceso implica una gran debilidad de los destinos que basan su capacidad de desarrollo en una sola oferta turística. De forma simultánea a la demanda de otros bienes y servicios, la demanda turística inicia un proceso de diferenciación y segmentación que se traduce en nuevas necesidades y nuevas exigencias. La contradicción entre una oferta rígida y homogénea frente a las

innovaciones y el dinamismo constante post-fordista es uno de los primeros síntomas de la crisis del turismo fordista.

- Desequilibrios tecnológicos: la oferta turística fordista es incompatible con los avances tecnológicos actuales, a diferencia de las nuevas formas turísticas postfordistas, que guardan una estrecha relación con la aparición de las nuevas tecnologías, especialmente con las de la información y telemáticas
- Desequilibrios ambientales: El principal objetivo del turismo fordista ha sido la atracción del mayor número posible de visitantes, esto ha acarreado consecuencias negativas en la mayor parte de los destinos maduros, tales como superación de la capacidad de carga del territorio, gestión ineficaz de los recursos hídricos, y sobre todo, el impacto paisajístico negativo que se ve en estas zonas turísticas, con la construcción de edificios al estilo colmena en primera línea de playa (Cala Mayor, Benidorm...)
Las tendencias actuales de turismo sostenible y protección ambiental son incompatibles con el anticuado modelo fordista.
- Desequilibrios espaciales: El modelo fordista se caracteriza por la concentración de la oferta turística en un ámbito geográfico reducido, en torno al elemento de atracción (la línea costera, la estación de esquí...) y da lugar a una organización espacial caracterizada por la saturación en torno al elemento y el débil efecto del turismo más allá de este entorno. Por ello, una de las estrategias de reconversión turística más frecuente en los destinos maduros es la recuperación de la relación entre el interior y el litoral.
- Desequilibrios socioculturales: El modelo turístico fordista ha conllevado una tensión sociocultural entre la población local y los visitantes. La irrupción del turista y el deseo de mantener un espacio de relaciones por parte de la población local da lugar a una banalización de la cultura y identidad locales (Mc Cannell 1976).
Esta versión estereotipada de los destinos turísticos ha entrado en crisis desde la aparición del modelo postfordista, a inicios de los años 80.

1.4. BUTLER: TEORÍA DEL CICLO DE VIDA DE UN DESTINO TURÍSTICO

El Modelo de ciclo de vida de un destino turístico (Butler 1980), describe el desarrollo de un destino en el tiempo, con unas etapas diferenciadas que vienen marcadas por el número de turistas y las infraestructuras creadas en el destino, desde entonces esta teoría ha sido objeto de constantes debates acerca de la evolución de los destinos turísticos vacacionales.

Este modelo, debido a su facilidad interpretativa, tiene una presencia importante en el ámbito académico, tanto para el análisis de destinos turísticos como para el estudio de elementos colaterales al propio turismo.

De acuerdo con el modelo de ciclo de vida de un destino turístico (Butler, 1980), éste experimenta 6 fases:

- 1.- “Exploración”: La zona recibe visitantes en pequeñas cantidades, el entorno es virgen y apenas hay infraestructuras turísticas.
- 2.- “Implicación”: La comunidad local toma conciencia de los beneficios económicos que implica el turismo y empieza a ofrecer servicios básicos. Consolidación de una temporada turística.
- 3.- “Desarrollo”: El país receptor empieza a desarrollar y promocionar la zona, convirtiéndola en un destino turístico.
- 4.- “Consolidación”: En esta fase, aunque el número de turistas siga aumentando, lo hace en menor cantidad que anteriormente; empiezan las tensiones entre la comunidad local y los visitantes.
- 5.- “Estancamiento”: Se produce una disminución de las infraestructuras turísticas debido a su deterioro y desfase; el número de visitantes también puede experimentar una disminución, en función de las decisiones que tomen los agentes implicados en su conservación
- 6.- “Post-estancamiento”: En el futuro pueden pasar dos posibilidades: O bien el fin definitivo de la zona como destino turístico, repercutiendo en la desaparición de puestos de trabajo y en la degradación de la imagen de la zona (Declive) o la puesta en marcha de planes de reconversión para seguir atrayendo visitantes adaptando la zona a las nuevas tendencias (Rejuvenecimiento).

PARTE 2: OTROS MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

La necesidad de reconversión de los destinos turísticos empezó a plantearse en los últimos años del modelo fordista, a continuación se analizarán las teorías más conocidas de autores estudiosos en el tema, y en el momento de describir los planes de reconversión más adelante se relacionará lo expuesto por ellos con la situación actual de los destinos españoles que están sujetos a planes de remodelación.

2.1 LA TEORÍA DE GORMSEN: LAS PERIFERIAS TURÍSTICAS

Este modelo analiza la expansión del espacio turístico a nuevas áreas de forma paralela a los avances de los medios de transporte, sin tener en cuenta lo que sucede en los destinos.

Las teorías expuestas por ambos autores, permiten analizar una misma realidad desde diferentes perspectivas.

El modelo de Gormsen presenta 4 periferias, que son las zonas que fueron dando lugar al turismo, por orden de aparición:

- **Periferia I:** Se desarrolla a lo largo de las costas cercanas a las grandes ciudades industriales del s. XIX (Mar Báltico, Canal de la Mancha, Costa Este de EEUU). Se corresponde con las costas británicas y bálticas más cercanas a las áreas industriales de los S. XVIII y XIX, por ejemplo,

Blackpool y Brighton en el Reino Unido, Oostende en Bélgica, Dieppe en Francia o Scheveningen en Holanda. El ferrocarril es el medio de transporte que permite el desplazamiento hacia estas playas cuyo atractivo son los efectos del aire marino y temperaturas suaves durante los meses de verano; hay que destacar que la piel blanca en aquella época era visto como un signo de estatus social elevado y era la moda en aquel entonces, y la gente prefería evitar el contacto con el sol, más adelante como veremos a continuación esta tendencia irá desapareciendo.

Hoy en día estas zonas turísticas, en especial las de la costa de Reino Unido sufren un proceso de obsolescencia y muchos hoteles que antaño recibían afluencia de clientes, hoy en día están cerrados, debido a los cambios en las preferencias de la demanda y a los avances en los medios de transporte (Agarwal 2002).

- Periferia II: Zona costera del mediterráneo francés e italiano (Costa Azul, Liguria) que crece a partir del desarrollo del ferrocarril. Los enclaves de ésta periferia surgen a lo largo del primer tercio del S. XX, con grandes similitudes a la 1ª Periferia, y a lo largo de las costas del norte del Mediterráneo. Nacen como destino turístico la costa azul francesa o la Riviera italiana, así como en España, Alicante, Barcelona, Málaga o San Sebastián; este último muy popular entre los miembros de la realeza, que en aquella época tenía una notable importancia el turismo de balnearios.

El medio de transporte por excelencia es el ferrocarril, aunque las mejoras técnicas permiten realizar trayectos con mayor rapidez y comodidad, alcanzando cada vez mayores distancias. Se produce un cambio significativo en la percepción del turismo que coincide con el fin de la I Guerra Mundial: el turismo deja de considerarse una actividad exclusiva de las clases sociales más altas para pasar a ser una actividad accesible para todos los estratos sociales, debido al auge del transporte por carretera y a que un porcentaje cada vez mayor de la población de clase trabajadora recibe incentivos por parte del estado.

- Periferia III: Litoral Mediterráneo (Costa Brava, Costa del Sol) y norte de África.

Los destinos de esta periferia, al igual que los de la periferia anterior, también están sometidos a un cambio significativo que se sucede con el fin de otro conflicto bélico de gran importancia (en este caso la II Guerra Mundial); sin embargo en esta época se produce un cambio radical de las motivaciones y de la forma de viaje que supone un antes y un después en la historia del turismo.

Como se mencionó anteriormente, en las costas ya no se buscan los efectos del aire del mar o de temperaturas agradables en invierno, por el contrario, el objetivo del turista es encontrar destinos con temperaturas elevadas y playas donde sea posible tomar el sol y bañarse en el mar. Los destinos que van surgiendo se situarán en las costas del Mediterráneo y sus proximidades atlánticas: Mallorca, Costa Brava, Costa del Sol, Canarias, Costa Blanca ,...

El avance de los nuevos medios de transporte, el avión en este caso ha condicionado la aparición de éstos, así como también la forma de alojamiento, que cambia radicalmente con respecto a la periferia anterior; se construyen hoteles de gran tamaño para hospedar al mayor número de turistas posible y ofrecer experiencias a bajo precio. Estos nuevos destinos se consideran la cuna del modelo fordista descrito anteriormente y se consideran a día de hoy maduros y con necesidad de ser reconvertidos.

- Periferia IV: Todo el mundo (Caribe, SE Asiático, etc..). Supone la "mediterraneización" del globo (Amer 2009); surgen nuevos destinos a lo largo del Caribe, Índico y Pacífico, que además de sol y playa durante la época seca, ofrecen una cultura exótica y espacios naturales vírgenes, que en las otras periferias se han perdido prácticamente por completo. El alojamiento se considera un avance del de la tercera periferia; la mayor parte de los hoteles en esta periferia pertenecen a compañías turísticas reconocidas a nivel internacional (Meliá, Iberostar, etc...).

2.2 MODELO DE EXPANSIÓN URBANA DE LUNDGREN

El modelo de Lundgren (1974) se divide en tres fases, basado en la experiencia canadiense, que, como expresión del crecimiento de la ciudad, explica las alteraciones en el sistema de relaciones espaciales entre el centro urbano y el área o radio-corona de residencia secundaria. Las fases son las siguientes:

- Primera fase. La demanda de un centro urbano de tamaño mediano ha generado una pequeña área de segundas residencias, situada muy frecuentemente al socaire de un relieve accidentado o alrededor de una lámina de agua.
- Segunda fase. Conforme crece el área urbana, crece también la demanda de vivienda temporal, con la consiguiente expansión del área de residencia secundaria, principalmente fuera del núcleo secundario inicial. Para Lundgren, la expansión interior tiene en esta fase un carácter más urbano, mientras que el impulso exterior conserva todavía los rasgos propios de la vivienda vacacional.
- Tercera fase. El área original secundaria es absorbida por la expansión metropolitana y forma parte ahora de la propia ciudad, de suerte que las antiguas residencias temporales acaban transformándose en residencias permanentes. Mientras tanto, se han desarrollado nuevas y distintas áreas de residencia secundaria sobre la base de la demanda de fin de semana o de alojamientos vacacionales, que no han retrocedido aunque crecen más moderadamente. No obstante, la expansión exterior y el aumento de la demanda no son función exclusivamente del crecimiento demográfico capitalino, sino también de la ampliación de la red de autopistas y carreteras, del número de propietarios de vehículos automóviles, de la ampliación del tiempo libre y los períodos vacacionales, así como del deseo de muchas autoridades locales de

incrementar sus tasas y contribuciones fiscales; todo lo cual provoca una intensificación del uso del suelo, que facilita la especulación por parte de los promotores inmobiliarios.

El modelo de Lundgren guarda ciertas similitudes con la teoría expuesta anteriormente de las periferias de Gormsen por lo que se refiere a los destinos de la primera y segunda periferia debido a la escasa distancia entre los núcleos urbanos en dicho momento y la mejora de los medios de transporte; por lo que se refiere a los destinos de la tercera periferia puede afirmarse que se ven afectados por la misma tendencia, los avances en los medios de transporte también han mejorado la accesibilidad a éstos, y acaban siendo también un área residencial; como prueba a ello hay que mencionar el elevado número de ciudadanos británicos y centroeuropeos que son propietarios de viviendas en zonas turísticas costeras españolas, situadas a menos de 3 horas de vuelo desde importantes ciudades europeas.

Después de haber expuesto el marco histórico y conceptual, ahora vamos a analizar la situación de algunos destinos litorales de España y describir los planes de reconversión aplicados a éstos con el objetivo de regenerarlos y dotarlos de valor.

PARTE 3 :PLANES DE RECONVERSIÓN DE DESTINOS MADUROS

Los destinos vacacionales españoles se encuentran en fase de estancamiento, de acuerdo con la teoría del ciclo de vida de Butler; la situación actual de éstos se ha visto agravada por el estallido de la burbuja inmobiliaria, en el año 2007, la cual ha creado una imagen errónea de regeneración del turismo; en realidad uno de los efectos colaterales producidos por ésta, es la pérdida de rentabilidad.

(Navarro,2006)

Para renovar destinos turísticos obsoletos las administraciones han puesto en marcha políticas para que éstos puedan competir en diferenciación en un entorno cada vez más dinámico y, al mismo tiempo desvincularse de la desfasada estrategia de competir en precio, a principios de los años 90 se llevó a cabo el programa de planes de excelencia turística (PET) y una década después los consorcios.

- Planes de excelencia turística-(PET)- La finalidad principal de su aprobación fue la identificación de elementos de obsolescencia que afectaban negativamente a la rentabilidad, sostenibilidad y satisfacción de los visitantes de destinos consolidados.
- Consortios- Otra de las herramientas puestas en práctica con el fin de reconvertir destinos maduros, son los consorcios urbanísticos, en los que intervienen administraciones públicas con competencias en los destinos turísticos.

En toda la zona del mediterráneo español y en las Islas canarias se están aplicando planes de reconversión para renovar zonas turísticas maduras, como Benidorm, La Manga del Mar Menor, Lloret de Mar,

entre otros; no obstante, entre el gran número de destinos en vías de renovación, han sido elegidos los siguientes, debido a que son los que tienen más información accesible al público, dato importante a tener en cuenta para realizar un análisis:

- Plan de Mejora y Modernización de la Playa de Palma (Mallorca)
- Plan de Recualificación de la Costa del Sol Occidental – Consorcio Qualifica (Málaga)
- Plan de Rehabilitación de las Infraestructuras Turísticas de San Agustín, Playa del Inglés y Maspalomas (Gran Canaria)
- Consorcio para la rehabilitación de las infraestructuras turísticas del Puerto de la Cruz (Tenerife)

Los planes de renovación de destinos consolidados, cuentan con la ayuda financiera del FOMIT (Fondo Financiero del Estado para la modernización de las infraestructuras turísticas), creado en el año 2005.

La financiación va destinada tanto a entidades públicas (Administración y Consorcios) como a las privadas en destinos vacacionales con síntomas de saturación que afecten a la reconversión de éstos.

3.1.1 PLAN DE MEJORA Y MODERNIZACIÓN DE LA PLAYA DE PALMA

El Consorcio de la Playa de Palma se ideó a comienzos de la década del 2000, cuando la burbuja inmobiliaria estaba en pleno apogeo; durante este periodo, las administraciones públicas poseían una gran facilidad de crédito y amplia disponibilidad de capital. (Yrigoy, Navarro 2013).

Se trata de uno de los planes de reconversión más veteranos; para entender el desarrollo del plan, cabe destacar tres fases influenciadas en gran medida por sucesos de índole política (Artigues y Blazquez, 2012).

- Inicios del Plan (2004)- A partir de los años 90, los destinos turísticos españoles se han visto afectados por las nuevas formas de gobierno, siendo el suceso clave la implantación de los Planes de Excelencia Turística mencionados anteriormente (PET); por lo que a la Playa de Palma se refiere, en el año 2001 tuvo lugar un acuerdo entre la Asociación Hotelera de la Playa de Palma y el Ayuntamiento de Palma mediante el cual se aprobaba la puesta en práctica de un Plan de Excelencia para la zona. Esta colaboración se inició mediante la aprobación del consorcio de la Playa de Palma, el 20 de diciembre de 2004, creado con "la finalidad de embellecer y mejorar la playa de Palma". Los miembros que lo constituyen son el Gobierno Autonómico, el *Consell Insular* de Mallorca, el Ayuntamiento de Palma, y el Ayuntamiento de Lluçmajor, ya que la zona sobre la que se va a aplicar la reconversión afecta a estos dos municipios.

Transición Política y económica(2008): El objetivo principal del consorcio cambia por completo; de ser un consorcio de embellecimiento, como se aprobó en un principio, pasa de ser de tipo urbanístico, sin embargo más adelante se quedará paralizado debido a la recesión económica actual.

Declive (2010)- A finales del año 2010, el plan de reconversión entra en una fase de declive debido a las rencillas entre administraciones de ideología política diferente y a protestas vecinales que se oponen a la demolición de viviendas con el objetivo de construir un gran centro comercial.

A raíz de estos inconvenientes, se vuelven a reformular las estrategias de planificación, aprobando de forma provisional en el año 2013 un nuevo Plan de Recoversión Integral.

OBJETIVOS DEL PLAN DE RECONVERSIÓN

Los objetivos clave de este plan se centran en proporcionar una sostenibilidad ambiental al destino, tratando de conseguir el cero impacto en CO2 en 2050, así como también sostenibilidad urbana mediante reformas manteniendo la población residente (Consortio Playa de Palma 2010).

Para poder llevarlos a cabo, se han adoptado estrategias novedosas mediante la redacción de los siguientes documentos:

- 101+1 propuestas: En el año 2006, tuvo lugar una reunión entre residentes y empresarios de la zona con el fin de identificar los puntos débiles de la zona, reuniendo 101 propuestas de los vecinos de la zona para identificar las necesidades de la zona.

El gerente del Consorcio de la Playa de Palma, José Antonio Martínez Alarcón, fue el encargado de presentar el documento definitivo.

- **Master Plan:** En el año 2008, la propuesta de la empresa holandesa *West 8 Urban design and landscape architecture BV* fue la ganadora del concurso internacional de ideas para la redacción de un plan de transformación de 1450 hectáreas de la zona turística de la playa de Palma.
Poco después de este logro se aprueba el Plan de forma provisional haciendo hincapié en la "diversidad como principal objetivo mediante la creación de zonas verdes y remodelación del paseo marítimo con el fin de paliar la degradación ambiental y animar a los turistas a que disfruten de sus vacaciones más allá del hotel, descubriendo la esencia del estilo de vida mediterráneo" (*Adrian Geeuze, director del Masterplan*).
- **PRI (Plan de Reconversión Integral)-** Su principal novedad fue su carácter holístico ya que es de naturaleza territorial, urbanística y urbana (González 2012), fue configurado con los objetivos de renovar la planta hotelera y además de desarrollar megaproyectos urbanos, no obstante, como se citó anteriormente, las protestas vecinales y las desavenencias entre partidos políticos provocaron la revocación del PRI del año 2011.

A causa de la paralización, en junio de 2012 se anunció la necesidad de elaborar otro PRI con objetivos más adaptados a la realidad actual "apostando por la colaboración público-privada como solución para alimentar la máquina del crecimiento"(Blázquez 2010).

- PAI- El Plan de Acción Integral se presentó de forma paralela al PRI, su carácter es de tipo estratégico y está basado en el master plan propuesto por la consultora "west 8"
- Nuevo Plan de reforma integral (2014)- En Agosto de 2014 se aprobó de forma provisional un nuevo PRI, con unos objetivos diferentes a los del año 2010, que apostaba por megaconstrucciones urbanas. En el Nuevo PRI, se opta por revalorizar recursos existentes y priorizar la reconversión.

3.1.2 EL CONSORCIO QUALIFICA DE LA COSTA DEL SOL

Al igual que el consorcio de la Playa de Palma, en la Costa del Sol, más concretamente en la provincia de Málaga, también se están llevando actuaciones para reconvertir este destino turístico consolidado.

De todos los planes de reconversión, éste posiblemente se trate del mayor de todos en cuanto a superficie afectada se refiere.

El consorcio se aprobó en el año 2009 e intervienen en él los siguientes miembros: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Secretaría General de Estado de Turismo, Junta de Andalucía a través de las Consejerías de Hacienda y Administración Pública, Obras Públicas y Vivienda, Turismo, Comercio y Deporte y Medio Ambiente, Diputación Provincial de Málaga, Ayuntamientos de los municipios afectados, confederación de Empresarios de Andalucía, Comisiones Obreras de Andalucía, y por último la Unión General de Trabajadores de Andalucía.

Como otros destinos maduros, también la Costa del Sol se ha visto negativamente afectada por la imagen de falsa regeneración generada a raíz del boom inmobiliario, y no ha sido hasta 2007 cuando se empezó a formular un diagnóstico para la elaboración de este plan, con el fin de beneficiar a la industria turística después de aprobar el Plan de Ordenación Territorial de la Costa del Sol.

Debido al gran número de municipios que se ven afectados por este plan de conversión, la coordinación entre todos los agentes turísticos que intervienen es bastante complicada.

A la hora de evaluar resultados, podemos apreciar una falta real de reconversión del destino, e incluso cambios de planes debido a la escasez de fondos para llevar a cabo el plan de reconversión; el consejero de turismo y comercio, Rafael Rodríguez manifestó "los escasos y ridículos resultados y la fase de estancamiento en la cual está sumido el proyecto actualmente". (Benalmadenadirecto.es)

OBJETIVOS DEL PLAN DE RECONVERSIÓN

De acuerdo con lo consultado en la página web oficial del consorcio Qualifica, los objetivos principales del plan de reconversión se basan en aumentar el bienestar de los turistas y los residentes.

El diagnóstico del destino elaborado para la puesta en práctica del plan, afirma que "además del turismo, el sector inmobiliario y también influye de forma significativa en la economía de la zona"(BOJA 2007,66); también cita como razones para llevar a cabo una reconversión del destino "la pérdida de competitividad frente a otros destinos como Turquía o Croacia" o "los cambios en los gustos de los consumidores", no obstante los principales motivos que han llevado a tomar la decisión de aprobar el consorcio Qualifica, sin duda la pérdida de rentabilidad del destino y la necesidad de paliar los efectos negativos del boom inmobiliario.(BOJA 2007,75).

Por lo que respecta a la información accesible al público, únicamente es posible hallar noticias favorables, que no se corresponden con la realidad de estancamiento que atraviesa el proyecto actualmente.

3.1.3 PLAN DE REHABILITACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS DE SAN AGUSTÍN, PLAYA DEL INGLÉS Y MASPALOMAS

En esta propuesta de reconversión intervienen el propio consorcio, el Cabildo de gran Canaria y el ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana.

Posteriormente, a través de TURESPAÑA, se unen nuevos miembros a la propuesta como la Administración general del Estado y la Administración Pública de La Comunidad Autónoma de Canarias.

En el convenio se recoge el objetivo impuesto a las zonas afectadas del municipio de San Bartolomé de Tirajana de efectuar un plan de renovación en el plazo de medio año desde su firma.

Aunque el plan aparezca mencionado en los titulares de prensa, la información accesible al público es más bien escasa; tan sólo la página web oficial en la que aparece información relativa a los aspectos jurídicos del consorcio.

El plan ha sido dado a conocer al público mediante el evento de Salón de Renovación, de acceso limitado que ha servido de punto de encuentro entre empresarios turísticos, empresas constructoras, arquitectos, ingenieros y otros.

OBJETIVOS DEL PLAN DE RECONVERSIÓN

Los objetivos de este plan giran en torno a la remodelación de las infraestructuras urbanísticas, diferenciación de la oferta y la mejora de los servicios básicos de accesibilidad existentes.

Una característica común a las actuaciones del plan es que la mayoría de las acciones recogidas en este plan están en proceso de tramitación y a la espera de concesión de licencias urbanísticas por parte del consorcio; tan sólo las actuaciones referentes al embellecimiento del paseo marítimo Costa Canaria, están en ejecución.

El retraso por el cual atraviesan las actuaciones del plan, unido a la escasez de datos disponibles al público y los planes de ajuste ponen entredicho la

viabilidad de este plan de reconversión, estando a día de hoy en cuarentena al igual que el Consorcio de la Playa de Palma (Yrigoy, Navarro).

El gerente del Consorcio de Maspalomas reconoce "que es imprescindible la cooperación entre la iniciativa privada y las administraciones públicas para poder llevar a cabo el proyecto"(preferente.com)

3.1.4 CONSORCIO DE REHABILITACIÓN DE PUERTO DE LA CRUZ

De todas las propuestas de reconversión analizadas, ésta se trata de la más reciente de todas, en ella intervienen los siguientes miembros: TURESPAÑA, el Gobierno de Canarias, el Cabildo Insular de Tenerife y el Ayuntamiento de Puerto del Rosario (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2010).

En el diagnóstico realizado por el Plan de Rehabilitación aparecen mencionados los problemas actuales que padece el destino, tales como la necesidad de diversificar la oferta turística e ir más allá del obsoleto modelo turístico fordista de sol y playa, pérdida de rentabilidad del destino, el estancamiento en el número de plazas hoteleras en comparación con otras zonas turísticas cercanas y la disminución de la oferta extrahotelera a partir del año 2005.

A pesar de la correcta identificación de los problemas que afectan al destino, hay dos de ellos que son antagónicos: la pérdida de rentabilidad y el estancamiento de plazas hoteleras.

En contraste con la escasa información encontrada sobre otros planes de reconversión, especialmente del plan de renovación del sur de Gran Canaria, como punto positivo del Consorcio del Puerto de la Cruz podemos destacar la cantidad de documentación accesible al público.

OBJETIVOS DEL PLAN DE RECONVERSIÓN

El objetivo principal del consorcio la rehabilitación, modernización y renovación turística del Puerto de la Cruz mediante del Plan de Rehabilitación de Infraestructuras Turísticas (PRIT), el cual se aprobó junto con un Plan de modernización y mejora de la competitividad.

De acuerdo con la información encontrada en la web oficial, el Puerto de la Cruz se plantea como un destino urbano en el que tanto turistas como residentes se sientan satisfechos.

(Consorcio Puerto de la Cruz 2012).

Por lo que respecta a las actuaciones a poner en práctica, se destaca la creación de espacios verdes, remodelación del frente marítimo y dotación de nueva infraestructura pública.

El consorcio además cuenta con dos iniciativas novedosas, los programas Impulso a la calidad y Nosolocamas.

El Impulso a la calidad se centra en la mejora de la oferta complementaria y la atención al cliente, para ello el consorcio y TURESPAÑA han establecido un protocolo a través del cual se puede hacer uso a través de metodología y herramientas de gestión y plataforma disponibles y de estrategias como la mejora continua.

En esta iniciativas financiadas por el mismo consorcio se incluye una variedad de actividades para facilitar a todas las empresas implicadas en el sector

turístico de la zona la obtención del distintivo de "Compromiso de Calidad Turística".

Por otra parte, el programa nosotocamas pretende beneficiar al sector hotelero de la zona mediante la propuesta de modelos novedosos de negocio relacionados con la renovación de las instalaciones, apertura a nuevos mercados y adaptación a las demandas actuales.

Los continuos cambios de gerencia del consorcio están entorpeciendo las acciones previstas; en los cuatro años que lleva vigente el proyecto, han dimitido dos gerentes, y actualmente se considera prioritaria la elección de un nuevo cargo (<http://www.eldiario.es/>).

3.2 OTRAS PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN

Además de los consorcios citados, también existen otras propuestas de renovación; la iniciativa privada de Calviá Beach Resort y la propuesta pública de intervención de La Palma; como se ha mencionado en la introducción de este documento, todos los planes de remodelación de destinos consolidados cuentan con puntos negativos en común: el retraso a la hora de aplicar las reformas acordadas debido a problemas de índole política y económica, la reconversión real de los destinos, y la dificultad de hallar información fidedigna que no vaya más allá de los recortes de la prensa.

3.2.1 PROPUESTA PÚBLICA: PAE EL CASO DE LA PALMA

Esta propuesta ha sido aprobada por el Ministerio de Industria y Turismo debido a "*las pérdidas de conectividad aérea del turismo nacional y del turismo germano, principal mercado emisor extranjero, a esto hay que añadirle además la pérdida gradual de identidad y singularidad turística como destino turístico especializado en naturaleza y paisajismo*" (Fuente:Ministerio de industria y turismo 2013).

Con el fin de mejorar esta situación se envió una delegación ministerial en la que intervinieron para contactar con los empresarios locales y las Autoridades Insulares y Municipales, y posteriormente elaborar una estrategia basada en la adaptación a las nuevas tecnologías, campañas de márketing en los mercados tradicionales y en una mejora de la competitividad.

Analizando los objetivos del plan, se aprecian una serie de contradicciones; en la página web del Ministerio de Industria y turismo se identifican como problemas que afectan al destino "*la disminución del número de turistas y las pernoctaciones, y por otro lado la pérdida de identidad de La Palma como espacio natural*"; siendo problemas antagónicos, se plantea como solución a ambos un incremento del número de visitantes, pudiendo ser la pérdida de identidad un efecto colateral negativo del turismo.

Otra contradicción la encontramos en el ámbito de la promoción; se apuesta por la dependencia de mercados emisores que, tal y como se reconoce en la página web los flujos turísticos de éstos disminuyen progresivamente.

No obstante, el plan presenta aspectos positivos; la implantación de los programas piloto de inteligencia turística, y el del vehículo eléctrico con el fin de reducir la contaminación.

La propuesta se aprobó tan sólo hace un año, por lo que aún no se pueden evaluar los resultados.

Al igual que en los otros planes de reconversión mencionados anteriormente, es muy probable que la falta de financiación repercuta negativamente en la eficacia de la propuesta de La Palma y los objetivos planteados no se lleven a cabo en el corto plazo.

3.2.2 PROPUESTA PRIVADA: SOL CALVIÀ RESORT MAGALUF

De todos los planes de renovación presentados anteriormente, éste es sin duda alguna el más diferente de todos; es una iniciativa público-privada de reconversión y no aparece ningún documento oficial accesible relativa a esta propuesta, por lo que la única posibilidad de encontrar información referente al proyecto es mediante los recortes de prensa y magazines turísticos, sin garantías acerca de la fidelidad de ésta.

Con esta propuesta se pretende remodelar hoteles obsoletos de la zona a imagen y semejanza de los grandes *resorts* de los espacios turísticos de la 4ª periferia, de acuerdo con el modelo de Gormsen expuesto anteriormente. La financiación y la planificación corren a cargo de la compañía Sol Meliá; el plan ha sido presentado en el año 2011, y como acciones a llevar a cabo plantea la reconversión de algunos de los hoteles de la compañía en desuso para la promoción de oferta residencial de calidad o su transformación en condohotel. (*Diario de Mallorca*).

Por lo que respecta a las acciones urbanísticas, están contempladas la creación de un paseo peatonal entre los inmuebles, la rehabilitación de paseos y zonas comerciales, la ampliación de éstas y de los aparcamientos.

A pesar de ser presentado como un plan de renovación del destino, realmente el objetivo principal de éste es evidente: La compañía Meliá persigue la concentración de sus beneficios en Magaluf mediante una estrategia totalmente privada.

En contraste con la situación de abandono y dejadez que actualmente está afectando a la playa de Palma, esta propuesta a manos de la Hotelera Meliá ha recibido apoyo tanto de organismos públicos como privados, llegándola a considerar como ejemplo de planificación turística y el "símbolo de la reconversión de zonas maduras" (www.que.es).

Como ejemplo de la gran aceptación con la que cuentan este tipo de propuestas 100% privadas, cabe destacar que su fórmula se ha extrapolado hacia otros destinos, como Platja d'en Bossa en Ibiza, en este caso bajo la dirección de la hotelera Fiesta Hoteles (fuente www.preferente.com).

A pesar de la revolución que ha provocado la puesta en práctica de este tipo de iniciativas, no están exentas de polémica; el modelo de Gormsen nos confirma que los cambios en el turismo van más allá de la geografía y que los destinos que se corresponden con la tercera periferia progresivamente van adoptando las mismas características que los destinos nuevos, experimentando procesos de privatización y transformación a manos de grandes compañías hoteleras con presencia internacional.

PARTE 4: CONCLUSIONES

De acuerdo con los recursos bibliográficos consultados, el turismo litoral, está pasando por un nuevo proceso de cambio que progresivamente irá poniendo

fin al actual, así como ocurrió con el modelo productivo fordista a principios de los años 80.

Por lo que respecta a los planes de reconversión citados en este documento, éstos presentan varios puntos en común:

- Se propone mantener la actividad turística en destinos maduros diversificando la oferta.
- Evaluación coherente e identificación realista de los males que afectan a las zonas que son objeto de remodelación.
- Pocas actuaciones reales llevadas a cabo debido a la crisis económica, dejando los planes estancados por la falta de financiación; no hay que olvidar las acciones están basadas en campañas de marketing y en paliar el impacto del boom inmobiliario previo a la crisis.
- Contradicciones a la hora de plantear los objetivos: No es posible crear sostenibilidad ambiental, si se quiere volver a estimular la máquina del crecimiento (Yrigoy); se pretenden reconvertir destinos maduros apostando de nuevo por la especulación inmobiliaria, a pesar de las externalidades negativas que ésta ha generado.
- Se busca el apoyo de la iniciativa privada para poder llevar a cabo las iniciativas de reconversión en todos los destinos.

Los cambios políticos y las dificultades económicas relacionadas con la recesión, han modificado por completo la naturaleza de la reconversión de destinos de destinos consolidados, ya sean planes de reconversión totalmente de carácter público, apostando por cambios radicales en el concepto del destino y las acciones a llevar a cabo. (Consortio de la Playa de Palma), hasta propuestas que se inclinan por una intervención pública, enfocada hacia el marketing, la promoción y la identidad del destino (PAE-La Palma), o por otro lado, estrategias en las que la iniciativa privada se encarga de las ejecuciones del plan de reconversión (Sol Calvià Resort Meliá-Magaluf).

Debido al fracaso de los planes de reconversión con financiación pública y basados en *megaconstrucciones*, actualmente, los destinos turísticos se están reinventando, todo ello bajo la cooperación público-privada.

La propuesta privada de Sol Calvià Resort confirma la teoría de la globalización del planeta expuesta por Gormsen, pretendiendo renovar destinos consolidados españoles mediante fórmulas aplicadas en destinos más lejanos como el Caribe; al juzgar por el gran apoyo recibido por parte de la prensa e incluso por la administración pública en comparación con los otros planes de reconversión, podemos observar que a día de hoy, las grandes compañías son quienes realmente controlan y deciden el destino y ello provoca que la población, los pequeños negocios, e incluso la administración pública estén sujetos a los intereses de éstas.

PARTE 5:RECOMENDACIONES

Para la realización del presente trabajo se ha aplicado al análisis de los destinos consolidados se ha aplicado la clásica teoría del ciclo de vida; sin embargo, para la realización de trabajos de fin de grado futuros acerca del mismo tema, se recomienda no tener en cuenta exclusivamente el ciclo de vida de Butler; los otros modelos de desarrollo turístico expuestos en el marco conceptual, como las periferias de Gormsen, o el modelo de crecimiento urbano de Lundgren, nos hacen ver claramente que los cambios que afectan al turismo van más allá del espacio y del tiempo y evolucionan constantemente de acuerdo con las tendencias globales actuales.

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- AGARWAL, S (2002):"Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle".Annals of tourism research,29, pp 25-55
- AMER FERNANDEZ, JOAN (2009): "Procesos políticos y empresariado turístico local en las playas globales: el caso de Mallorca.: Icaria, pp. 301-314.
- ARTIGUES, A. A., & BLÁZQUEZ SALOM, M (2012): " ¿Reconversión o desregulación? análisis de planes de reconversión turístico-inmobiliaria de la Playa de Palma" *Cuadernos de turismo (29) pp 11-34*
- BUTLER, R.W(1980): " The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources" , Canadian Geographer, 24, 5-12
- BENALMADENA DIRECTO.ES (28/12/12):"El gobierno central podría dejar a Benalmadena sinla inversión del plan qualifica", <http://www.benalmadenadirecto.es/> (Consultado el 23/04/15)
- CONSORCIO DE LA PLAYA DE PALMA (2010): "Plan de Reconversión integral", www.consorciplatjadeplama.es
- CONSORCIO DE LA PLAYA DE PALMA (2010): "Masterplan", www.consorciplatjadeplama.es/documentació/Masterplan
- CONSORCIO URBANÍSTICO PARA LA REHABILITACIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE SAN AGUSTÍN, PLAYA DEL INGLÉS Y MASPALOMAS (2013) <http://www.consorciomaspalomasgc.com/>
- CONSORCIO QUALIFICA (2011): "Áreas de actuación",<http://www.qualifica.org/consorcio-qualifica>

- CONSORCIO PUERTO DE LA CRUZ (2014): " Plan de Modernización y Mejora, (Información pública)" [www. consorciopuertodelacruz.com](http://www.consorciopuertodelacruz.com)
- DIARIO DE MALLORCA (12/03/14): "Melià apuesta por la marca 'Calvià Beach Resort" www.diariodemallorca.es (Consultado el 02/02/15)
- DONAIRE, J.A., FRAGUELL, R.M. y MUNDET, LI. (1997); " La Costa Brava ante los nuevos retos del turismo" ,Estudios Turísticos, 133, pp 77-96
- DONAIRE, J. A., & Mundet Cerdan, L. (2001). Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes. *Papers de Turisme*, (29), 51–65.
- EXCELTUR (2003): "Plan renove de destinos turísticos españoles". www.exceltur.org
- EL DIARIO.ES(03/12/2014): http://www.eldiario.es/tenerifeahora/Puerto-Cruz-Gerente-Consorcio-Urbanistico_0_331067360.html (consultado el 3/07/2015)
- GORMSEN, E. (1997). "The impact of tourism on coastal areas". *GeoJournal*, 42, 39–54.
- LUIS, E., PAVÓN, S., & TABALES, F. (2010). " El litoral turístico español en la encrucijada 206 entre la renovación y el c
- LUNDGREN, J. O . (1974). "On access to recreational lands in dynamic metropolitan hinterlands". *Tourism Reviews*, vol 29 (4), pp 124–131.
- MALLORCADIARIO.COM (26/06/2006):"101 ideas y 100 millones para Playa de Palma" (Consultado el 18/04/15)
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO (2010): "El Gobierno pone en marcha el plan de rehabilitación turística de Puerto de la Cruz en Tenerife" <http://www.minetur.gob.es/> (Consultado el 14/01/2015)
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO (2013): "Orden IET/1418/2013, de 22 de julio, de medidas sectoriales de impulso al turismo y de dinamización empresarial de la Isla de La Palma." B.O.E. nº 178, de 26 de julio de 2013. (Consultado el 18/01/15)
- PREFERENTE.COM (11/02/2013):" Matutes replica en Ibiza el 'modelo Meliá' invirtiendo 300 millones" www.preferente.com (Consultado el 27/01/15)

- QUÉ (30/09/2011): "*Meliá Hotels impulsa la reconversión de Magaluf (Mallorca) como destino de lujo*" www.que.es (Consultado el 25/01/15)
- SALVÀ TOMÁS, P (1998). "Los modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo". *Cuadernos de turismo* (2) pp 7-24
- SEGITUR.ES (2013): "*PAE en la Isla de La Palma*" <http://www.segittur.es/es/proyectos/proyecto-detalle/PAE-en-la-Isla-de-La-Palma> (Consultado el 18/01/15)
- TOURSPAIN.ES (2012): "*Apoyo a reconversión de destinos maduros*". <http://www.tourspain.es/es/DesarrolloSostenibilidad/Paginas/DestinosMaduros.aspx> (Consultado el 09/01/15)
- VERA REBOLLO, J (1994). "El modelo turístico del mediterráneo español, agotamiento y estrategias de reestructuración", *Papers de Turisme*, (14-15): 131-147.
- YRIGOY, I., ARTIGUES, A. A., & BLÁZQUEZ SALOM, M. (2013). "*El papel del Estado en la renovación urbano-turística de espacios turísticos El caso de la Playa de Palma, Mallorca, España*". *Bitacora Urbano Territorial*, 22, pp 141–152.