



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
FACULTAD
DE TURISMO

**GRADUADO EN TURISMO
TRABAJO FIN DE GRADO**

***PLANES DE RECONVERSIÓN DE DESTINOS MADUROS DEL
LITORAL ESPAÑOL: ESTUDIO COMPARADO Y NUEVAS
PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN***

Realizado por:

JOSE ANTONIO MARÍN MOYANO

Fdo.:

Dirigido por:

BELÉN ZAYAS FERNÁNDEZ

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, JULIO 2014

TÍTULO:

Planes de reconversión de destinos maduros del litoral español: Estudio comparado y nuevas propuestas de intervención.

PALABRAS CLAVE:

Reconversión, Destinos maduros, Postfordismo, Periferias turísticas, España.

RESUMEN:

Nos encontramos en un momento de profunda transición en el turismo litoral, y especialmente en el caso español. Las causas y consecuencias, al igual que las soluciones que se ofertan, hunden sus raíces en los procesos de reconversión económica y urbana de la segunda mitad del S. XX, siendo necesario ir más allá del *Ciclo de Vida*, manifestando un punto de encuentro entre las teorías geo-económicas (Periferias de Gormsen) y las urbanísticas (Crecimiento urbano de Lundgren).

Esta transición se encara por los destinos más consolidados (Playa de Palma, Costa del Sol, Maspalomas y Puerto del Rosario) elaborando estrategias de renovación al amparo del Plan Nacional de Turismo 2008-2012. Acaba su vigencia resulta necesario realizar un balance comparado, así como estudiar las nuevas propuestas de reconversión: la propuesta pública PAE-La Palma, así como el proceso de renovación hotelera que desarrolla la cadena Sol Meliá en Magalluf.

Concluiremos el presente trabajo poniendo de manifiesto la falta de transformación real del destino, tanto por la cobardía de las actuaciones como por la falta de compromiso de sus promotores.

A Cristina, por todas las noches robadas.

Yo,
que en la piel tengo el sabor
amargo del llanto eterno,
que han vertido en ti cien pueblos
de Algeciras a Estambul,
para que pintes de azul
sus largas noches de invierno.

A fuerza de desventuras,
tu alma es profunda y oscura.

A tus atardeceres rojos
se acostumbraron mis ojos
como el recodo al camino...

Joan Manuel Serrat.

ÍNDICE

1.-	Introducción.....	1
2.-	Reconversion turística y reconversión económica.....	2
2.1.-	Reconversion económica.....	2
2.1.1.-	Estrategia de las ETN turísticas españolas.....	5
2.2.-	Reconversión de destinos turísticos.....	7
2.2.1.-	Reconversión industrial y urbana.....	7
2.2.2.-	Reconversión de destinos turísticos.....	9
2.3.-	Modelos de desarrollo turístico.....	11
2.3.1.-	Modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico.....	11
2.3.2.-	Periferias.....	13
2.3.3.-	Modelo de expansión urbana.....	15
3.-	Planes de reconversión de destinos consolidados.....	18
3.1.-	Turismo litoral en el mediterráneo español.....	19
3.2.-	Planes de reconversión turística.....	21
3.2.1.-	Plan de Mejora y Modernización de Playa de Palma.....	22
3.2.2.-	Plan de Recualificación de la Costa del Sol Occidental.....	24
3.2.3.-	Plan de Renovación del sur de Gran Canaria.....	27
3.2.4.-	Plan de Mejora y Modernización de Puerto de la Cruz.....	28
3.3.-	Nuevas propuestas de intervención.....	33
3.3.1.-	Propuesta Pública: PAE – La Palma.....	33
3.3.2.-	Propuesta Privada: Sol Calviá Resort Magalluf.....	36
4.-	Conclusiones.....	39
5.-	Apéndices.....	41
5.1.-	Tabla Comparativa de destinos.....	42
5.2.-	Relación de ilustraciones.....	43
5.3.-	Relación de tablas.....	43
6.-	Bibliografía.....	44

1.-INTRODUCCIÓN

El presente trabajo aborda el **estudio comparado de los planes de reconversión** de los destinos consolidados formulados en España a partir del Plan Nacional Turismo 2008-2012 –conocidos como Plan Playa de Palma, Costa del Sol-Qualifica, Maspalomas y Puerto de la Cruz–, así como la iniciativa pública posterior en la isla de La Palma (Canarias) y el proceso de reconversión privado del enclave turístico de Magalluf (Baleares) a manos de la cadena hotelera Meliá.

Este estudio se aborda desde un **enfoque** de investigación académica y con una visión crítica, especialmente hacia la pasividad de los responsables públicos, la pugna política por el control de la gestión, así como hacia la orientación de las nuevas propuestas: entender la reconversión como un mero juego de imagen en la propuesta pública además de la privatización y gentrificación que propone la iniciativa privada.

Como **objetivo** general se busca realizar un balance conjunto de los Planes de Reconversión auspiciados por el PNT 2008-2012, estructurándose a través de los siguientes objetivos:

- Abordar un marco conceptual mas allá del *Ciclo de Vida* del destino
- Realizar un análisis conjunto de los Planes de Reconversión
- Estudiar las propuestas de planificación que las suceden y abordar las transformaciones que plantean en la reconversión.

El **método** para llevar a cabo este Trabajo se basa en un análisis de los documentos de planificación así como de sus actuaciones, bajo un enfoque académico, basado en los conocimientos adquiridos a lo largo de los estudios de Diplomatura y Grado y el conocimiento de la realidad de la administración turística, fruto de la experiencia profesional del autor. La confluencia de estas dos realidades permite abordar con garantías la diversidad y amplitud de **fuentes**, abarcando desde bibliografía académica hasta técnica-urbanística, pasando por legislación (estatal y de tres Comunidades Autónomas), notas en prensa y publicaciones en páginas web. A pesar de esta variedad, la auténtica dificultad radica en hallar la información completa del Plan de Maspalomas así como una fuente fiable para la propuesta de Meliá más allá de las noticias en prensa.

Una vez finalizado el período de referencia (2008-2012), la formulación de nuevas y muy diferentes propuestas de planificación, y ante la falta de una visión de conjunto de éstos Planes de Reconversión, el presente Trabajo **aporta** un balance conjunto de los Planes de Reconversión, reflexionando sobre sus logros y las transformaciones que las nuevas propuestas aportan.

Partiendo de la **hipótesis** de una falta de reconversión real del destino ante la pasividad y cobardía de las actuaciones planteadas, en primer lugar estudiaremos el marco teórico de la reconversión turística, entendiéndola como

el resultado de un proceso de reconversión mucho más amplio, que implica necesariamente a la reconversión económica y territorial.

Para entender la conexión entre la reconversión turística, económica y territorial se traspasará el Modelo de Ciclo de Vida, que tradicionalmente ha conceptualizado el proceso de reconversión, para abordar otros modelos que sintetizan la expansión geo-turística global (Periferias Turísticas) y el crecimiento urbano a través de las áreas turísticas (Lundgren), estableciendo un punto de conexión entre ellas que permite comprender la compleja realidad turístico-urbanística de los destinos consolidados.

Una vez establecido el marco conceptual, se procederá a analizar individualizadamente cada Plan de Reconversión y las nuevas propuestas, sintetizando los aspectos fundamentales que aportan, para concluir con el cumplimiento de la hipótesis de partida, tal como se podrá ver detalladamente en el último capítulo.

2.- RECONVERSION TURÍSTICA Y RECONVERSIÓN ECONOMICA.

La necesidad de reconversión del turismo litoral no es un tema nuevo. Esta cuestión acompaña a los destinos turísticos, muy especialmente a los ubicados en la orilla norte del Mediterráneo, desde hace más de dos décadas. De forma paralela a ésta necesidad de reconversión se suceden toda suerte de propuestas de relanzamiento y captación de nuevos turistas (Donaire y Mundet, 2001), sin que se acalle éste discurso ni se llegue al determinista abandono de la actividad turística que otros proponen (Butler, 2011).

Siguiendo esta idea puede parecer obvio que la reconversión del destino turístico sea una característica propia de la realidad turística. Sin embargo, como veremos a lo largo de éste capítulo, la reconversión del destino turístico parte de unas raíces mucho más profundas al propio turismo, construyendo uno de los mejores ejemplos de la transformación económica global que se viene produciendo a lo largo de las últimas tres décadas.

Por tanto, para desarrollar estos argumentos a lo largo de éste capítulo, en primer lugar abordaremos brevemente este proceso global de transformación de la economía para, a continuación, establecer unas bases conceptuales que nos permitan abordar la reconversión del turismo. Finalmente abordaremos cómo han sido explicados parcialmente por diferentes teorías estas transformaciones en el destino turístico, con el ánimo de establecer una visión global de un proceso amplio y complejo.

2.1.- RECONVERSION ECONOMICA

Hasta bien entrada la década de los 80 del pasado siglo el concepto de la globalización era prácticamente desconocido, si bien sus efectos ya eran más que notables. Hasta entonces la producción en la economía capitalista estaba

circunscrita al concepto de Estado-Nación surgido de las Guerras Mundiales, la producción en serie y el establecimiento de normas básicas de cohesión que garanticen la paz social (salarios, servicios públicos, ...)

Esta forma de producción, denominada *Fordismo* (en honor al sistema de fabricación en serie ideado por Henry Ford), se fundamenta en la producción masiva de bienes estandarizados para alcanzar economías de escala. Esta elevada producción permitirá a nivel macroeconómico que las “economías nacionales” comercien con los excedentes de consumo nacional, generando una creciente actividad económica internacional pero con una configuración basada en regulaciones nacionales y una cada vez mayor interdependencia al establecerse una estrategia de especialización productiva internacional (Swyngedouw, E. 2004).

Como medida de estabilización de la economía internacional, y para prevenir nuevos desastres como la Crisis del 29, en 1944 se firman por las principales economías capitalistas los Acuerdos de Bretton Woods (Murray y Blázquez, 2009), en los que se constituye una regla de cambio fija entre las diferentes divisas y fijándose el dólar queda en paridad con el oro.

Esta regulación internacional favorecerá un mayor y más rápido proceso de internacionalización de la economía, por el que ya no se comerciará con los productos a nivel internacional, si no que éstos serán producidos simultáneamente en diferentes puntos del globo. Es el punto de partida de las *Global Commodity Chains* (Clancy, 1998) -cadenas de producción de bienes globales-, mediante las que un determinado bien se diseña, produce (en uno o varios puntos), ensambla y vende en diferentes puntos a lo largo y ancho del globo por una misma sociedad.

Contradictoriamente, para mantener el ritmo de internacionalización de la economía será necesaria la ruptura unilateral de los Acuerdos de Bretton Woods por Estados Unidos en 1972.

A partir de ésta ruptura de EEUU del sistema de cambios fijo y la convertibilidad del Dólar-oro, la economía internacional se enfrentará nuevamente una volatilidad financiera gracias a los tipos de cambio flotantes.

Esta volatilidad financiera dificulta seriamente la producción internacionalizada por sus oscilaciones en los tipos de cambio, y junto a la aplicación de las redes de informáticas, deriva rápidamente hacia la inversión financiera de corte especulativo. Este tipo de inversión surca el globo en busca de inversiones altamente rentables en un breve espacio de tiempo, sin tener en cuenta banderas o estados (Murray Y Blázquez, 2009).

Este cambio en la concepción económica global supone el punto de inflexión para el desarrollo de unas nuevas formas de producción económica, denominadas *Post-Fordismo*. Lejos de ofrecer una definición simple y cerrada, el *Post-Fordismo* se despliega como un conjunto de procesos variados, contradictorios y de difícil definición (Swyngedouw, E. 2004) y caracterizado por la centralización del capital y la información, en paralelo a la dispersión y desconcentración de la actividad productiva (Rullán Salamanca, 2008).

Teniendo en cuenta la dificultad metodológica que ofrece el estudio de un fenómeno tan amplio y en constante cambio, existen algunas características comunes a todos los procesos estudiados (Buades, 2006; Carpintero, 2009; Naredo, 2006):

- **Flexibilidad:** Fruto de la producción indiferenciada *fordista* los mercados están saturados de bienes y servicios de idéntica factura. Por tanto, el único medio de continuar con la producción es la búsqueda de productos a medida, en mercados cada vez más especializados. Así mismo las tendencias en la demanda son cada vez más volátiles, por lo que se buscan medios de producción que sean fácilmente adaptables a las nuevas demandas de producción. Hay que destacar la estrategia de economías de alcance como medio de mejora de la rentabilidad de la producción, así como el acercamiento al sector servicios. Por último, del mismo modo que se busca la flexibilidad en la producción ésta también será exigida en los niveles legislativos y de fiscalidad.
- **Desmaterialización productiva:** Como resultado de una mayor volatilidad de la inversión productiva a largo plazo, y como resultado de la flexibilidad expuesta anteriormente, se produce una deriva hacia la gestión de información y “producción” de servicios, muy especialmente turísticos y financieros. Estas nuevas actividades permiten una mayor independencia de la realidad física, tanto a nivel de ubicación como de unidades producidas.
- **Integración de la producción:** Una muestra más del alto grado de competencia es el crecimiento mediante la absorción y/o integración de otros actores económicos. Presente en todos los sectores de actividad, resulta especialmente llamativa una doble vertiente presente en este proceso: La adquisición de los competidores para, acto seguido, desmantelar o transferir la producción mientras se gestiona la marca adquirida. La integración, así entendida, refuerza la desmaterialización arriba apuntada.
- **Financiarización económica:** Supone al mismo tiempo el origen y la consecuencia de los rasgos anteriormente indicados. Con origen en la dificultad de producción internacional con cambios tan volátiles y dada la necesidad de competir integrando el proceso productivo, las compañías centran sus esfuerzos en generar valor bursátil que les permita financiarse. Ésta necesidad obliga a considerar más el valor bursátil que el de la producción física, generando un círculo vicioso en el que se debe crecer para generar valor bursátil, alimentado por la necesidad de generar valor bursátil para poder crecer mediante fusiones y/o adquisiciones.

Podemos ver cómo a pesar del origen industrial e internacional del *Post-Fordismo* se configura una “nueva economía” basada en la generación de valor mediante operaciones bursátiles y financieras de corte especulativo (Buades, 2006; Carpintero, 2009) con independencia de su localización, y en constante

movimiento, que únicamente busca valores seguros y rápidos beneficios, pese a que suponga liquidar la inversión productiva.

Pero no será hasta el “Crash de las .com” en los primeros años del S XXI, momento en que “desaparecen” 5 billones de dólares (Murray y Blázquez, 2009), y tras los incentivos financieros que sucedieron a los atentados del 11-S (Buades, 2006) cuando el *Post-Fordismo* pivota hacia el mercado inmobiliario amparado por su imagen de inversión perfecta: Imposible devaluación del suelo, revalorización asegurada con cada intermediación y crecimiento continuo de las operaciones inmobiliarias (Murray y Blázquez, 2009).

Este crecimiento urbanístico se ha realizado profundizando el paradigma urbano del S. XX.: una división funcional del espacio urbano (áreas residenciales, industriales y “libres”) en constante expansión y fuertemente interconectado mediante grandes redes de transporte (Naredo, 2006; Fernández Durán, 2006), confundiendo peligrosamente los espacios a *desarrollar* y la búsqueda de nuevas actividades económicas con el negocio urbanístico, especialmente vinculadas al sector financiero y turístico (Swyngedouw, 2004; Fainstein, 2008)

2.1.1.- Estrategia de las ETN turísticas españolas

Podemos observar como el sector turístico, lejos de ser una excepción, constituye uno de los mejores ejemplos de ésta dinámica de transformación económica global, y precisamente el sector hotelero español uno de los referentes de la estrategia turística internacionalizada.

En esta línea de análisis hay que destacar el profundo trabajo desarrollado por Fuster, Lillo, Martínez y Ramón (Fuster et Al., 2010) en el que se analiza la estrategia de internacionalización de las principales cadenas hoteleras (de origen Balear) previo al inicio de la crisis financiera de 2008: Sol-Meliá, Barceló, RIU, Iberostar Oasis-Globalia y Hotetur-Marsans.

Los casos estudiados ha adoptado la imagen del *éxito turístico* español, convirtiéndose en embajadores del desarrollo a través del turismo (Buades, 2006). A pesar de ésa imagen principal, sus orígenes son de muy diverso tipo: desde entidades con una clara tradición hotelera (Sol-Meliá o Barceló) hasta grupos turísticos que entran en la explotación hotelera como resultado de procesos de integración productiva (Globalia) que buscan un negocio que permita la repatriación rápida y sencilla de los dividendos. Por tanto, es común un crecimiento basado en alianzas estratégicas con toda suerte de entidades que buscan la diversificación de riesgos para invertir sus dividendos ante el previsible fin de la burbuja inmobiliaria en España.

Respecto a los proyectos de las ETN, se corresponden mayoritariamente con complejos tipo *resort* de hoteles de lujo, del segmento de Sol y Playa, conexos a inversiones relacionadas con centros comerciales, campos de golf o marinas, y localizados en el área de América Latina y Caribe, así como el Mediterráneo. En éste último, sin embargo, encontramos dinámicas divergentes. Por un lado se plantean nuevas inversiones en países como Croacia, Marruecos, Turquía o Túnez –Globalia-, al mismo tiempo que “*En los*

destinos maduros y consolidados, se observa [...] una transición hacia la estrategia de desarrollar proyectos turístico-inmobiliarios integrados, proceso facilitado por la entrada de nuevo capital en el negocio turístico vacacional procedente fundamentalmente de la construcción y las empresas financieras” (Fuster et Al, 2010:95), facilitando la desinversión hotelera (Sol-Meliá, Iberostar) en áreas de menor crecimiento para poder aportar capital para la expansión internacional.

Uno de los condicionantes de ésa expansión internacional es la elevada inversión inicial necesaria para los proyectos, que redundará en una progresiva separación de propiedad y gestión de los establecimientos. Esta fórmula reduce el inmovilizado para las cadenas, a la par que se facilita la transferencia de capital entre proyectos en caso de ser necesario un cambio rápido de estrategia. Esta separación de propiedad y gestión podemos agruparla en dos tipologías:

- Conglomerados turísticos integrados que centran su actividad en el sector hotelero internacional, que desarrollan su negocio fundamentalmente en el área de América –Caribe a través de inversores inmobiliarios. Es el caso de la desaparecida Marsans (a través de su filial hotelera Hotetur), Iberostar o Globalia. Para ésta última “*su aspiración es crecer a través de adquisiciones y sobre todo de alianzas estratégicas con otros grupos hoteleros e inmobiliarios [...] sobre todo, con el Grupo Hotelero Oasis y, en el sector inmobiliario, con FADESA*” (Fuster et Al., 2010:92)
- Grupos hoteleros que buscan nuevas formas de expansión a través de la gestión de los establecimientos, trasvasando su negocio de hotelería tradicional a la mera gestión, a la par que reducen su presencia en los destinos más consolidados, y buscando nuevas formas de negocio conexas, como los apartamentos o el *timesharing*. Un buen ejemplo de éstas iniciativas lo encontramos con Sol-Meliá o Barceló a lo largo de Centroamérica.

Estas elevadas inversiones únicamente pueden afrontarse gracias a la participación crediticia entre ETN, bien con acuerdos estratégicos de crecimiento reinvertiendo los beneficios de constructoras (Globalia – FADESA), bien mediante la coparticipación con entidades financieras (Inhova, S.A. adquirida en 2006 por Iberostar, Caja Madrid, Caixa Galicia y Caja Sa Nostra). Existe, sin embargo, una tercera vía de financiación, que acrecienta la ruptura entre gestión y propiedad: el *Condotel*. En éste modelo de negocio el turista se convierte directamente en inversor al adquirir una unidad de alojamiento con la contraprestación de una rentabilidad anual en función a la marcha del negocio hotelero, que incluye en algunos casos un período de estancia garantizado. Éste modelo de negocio, en combinación con el *timesharing* está rompiendo el modelo hotelero hacia una vertiente eminentemente inmobiliaria por la que las cadenas hoteleras únicamente gestionan el establecimiento, sin responsabilizarse del inmueble

Estas variaciones en la producción hotelera ejemplifican las transformaciones en la producción del turismo hacia una economía especulativa, de corte inmobiliaria e inmaterial que pretende la liberación de cualquier límite físico a la producción.

2.2.- RECONVERSIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

A la vista de las transformaciones económicas, y especialmente de la estrategia de los agentes del turismo, los destinos comienzan a plantear la necesidad de *reconvertirse* para afrontar el nuevo tiempo.

Sin embargo, antes de hablar estrictamente de la reconversión de los destinos turísticos resulta necesario abordar uno de los procesos que sirven de referencia a ésta cuestión: La reconversión urbana como resultado de la reconversión industrial.

2.2.1.- Reconversión industrial y urbana

Tal como apuntábamos en el aptdo. 2.1.1, el desarrollo urbanístico reciente se materializa en la continuación de los referentes surgidos a lo largo de todo el S. XX., muy especialmente tras la 2ª Guerra Mundial. Supone, en definitiva, la ruptura del modelo de un entorno heterogéneo pero continuo característico de la *ciudad* para pasar a enclaustrar actividades y residentes (en función de renta y orígenes) en espacios expresamente definidos, en la que la única solución de continuidad sea generación de nuevos espacios segregados y comunicados por grandes infraestructuras de comunicación (Swyngedouw, 2004).

Y precisamente en éste crecimiento fragmentado y planificado juega un papel fundamental la deriva inmobiliaria y especulativa de la *nueva economía*, que plantea como única solución el crecimiento formal de la ciudad absorbiendo las áreas rurales o urbanas limítrofes (Fernández Durán, 2006). Bajo el lema *¡El plan ha muerto, viva el proyecto!* se argumenta una oposición a la planificación urbana, apostando por soluciones que cuenten con una imagen impactante, altamente planificadas y muy sectoriales, pero que carecen de una continuidad espacial. (Swyngedouw et Al, 2002; Naredo, 2006), que en el caso del turismo pueden ejemplificarse en proyectos como *Forum Barcelona 2008*, *Marina D'Or* (Castellón) o *Polaris World* (Murcia)

Uno de los patrones de crecimiento más característicos de la *nueva economía* es la utilización de los espacios industriales *tradicionales* que fueron desmantelados y marginalizados tras las olas de deslocalización y reconversión industrial a lo largo de las décadas de los años 80 y 90 del pasado siglo, para dar lugar a *Megaproyectos* altamente planificados y profundamente desconectados de su entorno (Swyngedouw et Al, 2002), que sirven de atractivo mediático para aglutinar un conjunto variado de funciones, con especial relevancia el sector comercial y los servicios, especialmente turísticos y financieros (Naredo, 2006).

Ya sea una **edificación principal**, como el Museo Guggenheim de Bilbao, los estadios deportivos, ... o como **conjunto de edificaciones**, como el Thames Gateway, Atlantic Yard New York, ... todos se basan, con independencia de su extensión, en la reestructuración de espacios industriales y/o portuarios marginalizados (Fainstein, 2008; Díaz Orueta y Fainstein, 2009) para generar actuaciones inmobiliario-residencial de alto nivel, acompañado de parcelas de uso turístico (hoteles, convenciones, ...) y oficinas de corte internacional (Fainstein, 2008; Aguilera y Naredo, 2009).

Esta transformación funcional ha permitido la sustitución de la idea de industria/producción por el de “operaciones” turístico-urbanísticas con las que atraer inversiones y empleo que compensen la caída de la actividad anterior (Fernández Duran, 2005; Naredo, 2006), creando un círculo vicioso de crecimiento constante.

Este crecimiento implica la creación de una **ciudad difusa** (Fernández Durán, 2006; Naredo, 2006) en la que el crecimiento no sólo se da mediante la absorción de áreas limítrofes, si no trasladando a éstas nuevas áreas funciones de ciudad. Este complejo proceso no sólo abarca a áreas urbanas concretas como Madrid o Barcelona (Naredo, 2006; Carpintero, 2009), si no que hace extenderse la *ciudad* más allá de los límites administrativos nacionales, como ejemplifica el “pentágono europeo”¹ (Fernández Durán, 2006)

Contradictoriamente, con la profusión de infraestructuras de transporte las zonas más lejanas a la *urbe central* están ganando conectividad e importancia al replicar “localmente” éste modelo, a la par que las zonas intermedias comienzan un inexorable declive (Aguilera y Naredo, 2009).

Se crea, por tanto, un continuo urbano funcional difuso y distante, similar a los nodos de una red, en el que las ciudades medias lejanas dependen cada vez más de la *urbe central*, al mismo tiempo que ejercen el papel de centro local replicando el modelo. Sin embargo, las áreas intermedias pierden su importancia y son vaciadas, a la par que la gran distancia física entre *centro* y *periferia* impiden un crecimiento formal continuo que se ve suplido por el incremento y mejora de redes de transporte de alta velocidad.

Esta nueva forma de desarrollo urbanístico fragmentado ha adquirido una forma propia a lo largo de las costas del mediterráneo, que le está permitiendo jugar el papel de *extrarradio de la urbe central*. Bajo el desarrollo de infraestructuras asociadas al turismo, especialmente intenso a través de campos de golf, puertos deportivos y centros de ocio, se ha enarbolado el turismo como “locomotora” para la promoción inmobiliaria desafortunada en el litoral. (Fernández Durán, 2006; López Olivares et Al, 2005)

¹ Área delimitada por las ciudades de Londres, París, Munich, Milán y Hamburgo. Este “pentágono” produce la mitad del PIB de la UE27 y alberga a cerca del 40% de su población. Se trata de una sucesión de áreas urbanas profundamente conectadas con independencia de las fronteras nacionales (Fernández Durán, 2006)

Estas actuaciones se han estudiado hasta ahora como parte de la estrategia de diversificación del destino turístico y, vistas sus características, presentan un claro paralelismo entre el destino turístico y las áreas desindustrializadas. Es decir, estas inversiones amparadas en la diversificación del destino pueden considerarse una adaptación de la reconversión del destino turístico a la “nueva economía” con las que seguir atrayendo inversiones, pasando del sector turístico-hotelero al inmobiliario, repitiendo los mismos patrones de ruptura con el entorno, segregación socio-económica y una fuerte presencia mediática.

2.2.2.- Reconversión de destinos turísticos

De forma paralela a ésta transformación de los destinos consolidados hacia el componente inmobiliario no cesa el surgimiento de nuevos destinos que replican los modelos conocidos pero acelerando el proceso de implantación y transformación territorial.

Es decir, no podemos hablar de una inflexión definitiva “fordismo-postfordismo”, si no que conviven prácticas “fordistas” en los nuevos destinos – como la implantación de grandes hoteles para un turismo internacional estandarizado en áreas emergentes – con la reconversión postfordista de destinos consolidados, a la par que compiten con practicas “neofordistas” – como la generación de complejos hoteleros-inmobiliarios asociados a infraestructuras turísticas – de los nuevos destinos (Agarwal, 2002; Santos Pavón y Fernández Tabales, 2010)

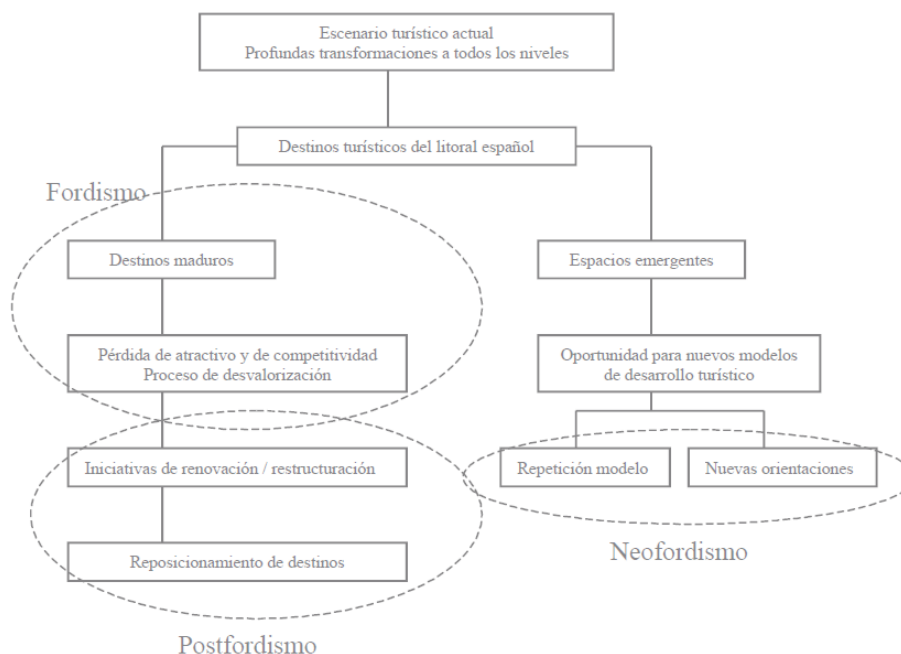


Ilustración 1: Síntesis de actuaciones en destinos frente al cambio.
Fuente: Santos Pavón y Fernández Tabales, E (2010)

Entre los principales factores que favorecen estas transformaciones hay que contar con los cambios en las tendencias de la demanda, consecuencia de un turista más informado, más experto y exigente, y que puede fraccionar con

mayor facilidad sus vacaciones gracias a la oferta de líneas de bajo coste y la proliferación de las segundas residencias por todos los destinos litorales, causando una caída de la estancia media generalizada (López Olivares, et Al, 2010; Santos Pavón y Fernández Tabales, 2010)

Ante la caída de rentabilidad asociada a la pérdida de demanda que escapa hacia los nuevos competidores, los destinos consolidados deben establecer estrategias reactivas para reposicionar y reestructurar su oferta.

Estas actuaciones, tal como resume Agarwal (2002), no difieren en gran medida de las llevadas a cabo en otras áreas del sector servicios, al centrarse especialmente en la reorganización de productos, trabajo y transformaciones de oferta, poniendo de manifiesto, nuevamente, el estrecho paralelismo entre la reconversión industrial y la turística.

Estrategias de reestructuración en el sector servicios y manufacturas		Ejemplos en el sector turismo
Reorganización de productos		
Intensificación	Mejora de la productividad a través de nuevas formas de gestión	Mantenimiento de plantillas en vuelos cuando se incrementa el pasaje de los aviones
Racionalización	Reducción de la capacidad de producción para mejora de la eficiencia	Reducción de oferta hotelera al centrarse las cadenas en determinados nichos de mercado
Inversión y cambio técnico	Inversión de capital en nuevas formas de producción. Se producen fuertes pérdidas de empleo y desigualmente distribuidas	Inversiones destinadas a los sistemas centralizados de reservas por hoteles y agencias de viajes.
Consolidación / Integración	Integración vertical directa o indirecta para capitalizar los beneficios	Absorción de aerolíneas por touroperadores (Thomson-Britannia)
Reorganización del trabajo		
Flexibilización numérica	Variación numérica en función a las necesidades (diarias semanales) de la demanda	Creciente estacionalidad en el empleo turístico en los destinos litorales
Flexibilización funcional	Eliminación de las funciones concretas de acuerdo a las necesidades de producción	Plasticidad de empleados de la hostelería desempeñando en una jornada diferentes puestos
Subcontratación	Minimización de personal propio a través de la contratación de personal formado y mantenido en varias categorías por empresas especializadas	Creciente práctica de utilización de subcontratas a tiempo parcial para ganar terreno en guerras de precios.
Deslocalización		
Concentración	Unión geográfica para incrementar el tamaño de las unidades funcionales especializadas	Expansión de cadenas hoteleras en exclusiva en determinados destinos.
Desconcentración	Reubicación de la empresa o partes en la búsqueda de menores costes y/o mayores costes	Subcontratación de los servicios de handling y contabilidad en países en desarrollo por líneas aéreas
Transformación de productos		
Autoservicio	Participación del cliente en la prestación como medio para la reducción de la carga de trabajo	Autoservicios en hoteles, autocheckin y reservas por internet
Incremento de la calidad del servicio	Mejora de la formación del trabajador como elemento fundamental en la prestación del servicio	Planes FUTURES en España, apoyo y difusión de las marcas de calidad ISO

Ilustración 2: Reestructuración de servicios y ejemplos en el turismo.
Fuente: Agarwal, 2002. Elaboración Propia

Según Agarwal (2002) la reestructuración es causa y consecuencia al mismo tiempo de la crisis del modelo turístico, pues fuerza a una continua adaptación de los destinos con su competencia directa y con los nuevos destinos (que emergen con un mayor grado de conservación ambiental, novedad de instalaciones y amparados en una gestión unificada), a la par que exige que éstos sean diferenciados.

Contradictoriamente, “en aquellas ocasiones en las que un espacio turístico logra implantar con éxito un elemento de diferenciación, se inicia un proceso de mimetismo y otros espacios turísticos implementan actuaciones similares” (Donaire y Mundet, 2001:45), por lo que éstos procesos de diferenciación y mejora se convierten en elementos de estandarización del destino. Esta situación debe hacernos comprender la reconversión como un proceso constante y no como una sucesión de hitos a cumplimentar para llegar a un fin pasivo.

2.3.- MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Ante esta necesidad de dar un nuevo enfoque al concepto de la reconversión es necesario estudiar el modelo conceptual que ha configurado el planteamiento de la reconversión de los destinos turísticos de forma mayoritaria, así como algunas alternativas que, partiendo de bases muy diferentes nos ofrecen una visión mucho más amplia del fenómeno de la reconversión, pudiendo llegar a entender la reconversión como un proceso de crecimiento urbano.

2.3.1.- Modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico

Este conocidísimo modelo fue enunciado por Richard Butler en la década de los años 80 del pasado siglo (Butler, 2011), constituyendo el principal soporte teórico para una tendencia *desarrollista* del turismo, disociándolo de cualquier componente física o territorial.

El Modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico (en adelante MCVDT) establece seis etapas de desarrollo, basándose únicamente en el número de visitantes totales a lo largo del tiempo:

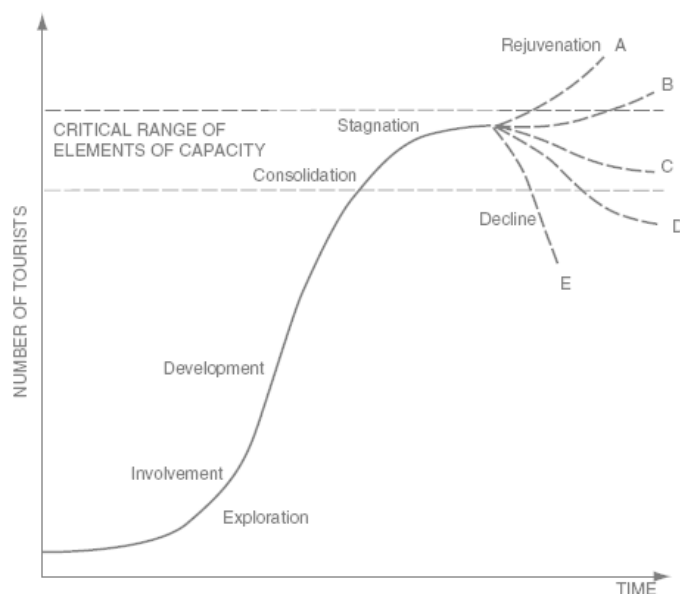


Ilustración 3: Modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico.
Fuente: Butler, 2011

1.- “*Exploración*”: Es el momento de llegada de los primeros turistas. Hasta este momento la actividad turística es inexistente y son más aventureros que partícipes de una actividad económica.

2.- “*Implicación*”: Con el crecimiento del número de viajeros la comunidad local toma conciencia de la actividad económica que supone el turismo al ofrecer servicios básicos, como complemento a su economía.

3.- “*Desarrollo*”: El impulso económico es atractivo para pequeños inversores locales, que progresivamente darán paso a inversores externos a través de grandes incrementos de la oferta, que en ocasiones se ve superado por el rápido incremento de la demanda.

4.- “*Consolidación*”: Comienzan a reducirse las nuevas inversiones, aunque se producen tímidos incrementos en el número de visitantes. En su punto final el incremento marginal es cercano a cero.

5.- “*Estancamiento*”: La tendencia creciente de visitas es prácticamente inexistente, o inclusive negativo, provocando la salida del negocio a los agentes y una caída general de la rentabilidad.

6.- “*Declive-Rejuvenecimiento*”: Es la más difícil de determinar, y a su vez, varía en función de las decisiones que tomen los agentes. Aquí podríamos enfrentarnos a una salida deliberada del negocio turístico por inacción (Declive) hasta la puesta en marcha de estrategias para la mejora de la competitividad (Rejuvenecimiento).

A pesar de ser un modelo basado en el concepto de capacidad de carga (Butler, 2011), únicamente basa el diagnóstico positivo del destino en un constante incremento del número de visitantes, por encima de consideraciones espaciales, físicas o de competitividad económica. Finalmente todo este conjunto de datos obviados dificulta la identificación de las diferentes fases, que únicamente podrán ser determinadas cuando se hayan materializado (Butler, 2011).

A pesar de esto, y gracias a su extrema sencillez, tiene una amplia implantación a nivel operativo y académico, adaptándose a áreas tan diversas como el “ciclo de la autenticidad del turismo aborigen” (Xie y Lane, 2006 en Butler, 2011) o la revisión del segmento del juego (Moss, 2003 en Butler, 2011). Sirva de ejemplo que Butler (2011) llega a contabilizar hasta 14 referencias de diferentes modificaciones, llegándose a aplicar para estudiar las consecuencias de atentados terroristas en un destino.

Sin embargo también cuenta con una buen puñado de detractores que defienden que, tal como afirma Leiper, “*debe formar parte de la historia, como una teoría antigua, ahora desacreditada, que se muestra como falsa*” (Leiper, 2004 en Butler, 2011:10) dada su abstracción de variables clave (precio, cooperación, etc...). Así mismo hay quien propone nuevas fases, casi todas ellas en la fase de madurez, como los trabajos de Priestley y Mundet (1998), planteando una fase de “post-estancamiento-reconstrucción” o Agarwal (2002) que propone la “reorientación”, todas ellas para dar cabida a las actuaciones de reestructuración y reacción de los destinos.

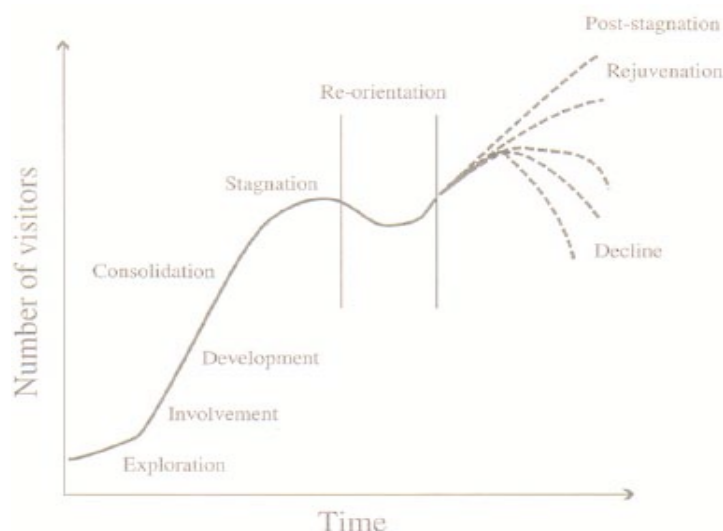


Ilustración 4: Modificación del MCVDT por Agarwal.
Fuente: Agarwal, 2006 en Butler, 2011.

2.3.2.- Periferias

Por su parte E. Gormsen enuncia en 1981 un modelo de expansión turística internacional en lo que denomina *periferias*, áreas de expansión espacio-temporal caracterizadas por el tipo de alojamiento y el medio de transporte utilizado, de forma paralela al desarrollo económico de las áreas emisoras.

Este modelo plantea cuatro periferias para el área continental europea, siendo también trasladable al área de Norteamérica (Gormsen, 1997):

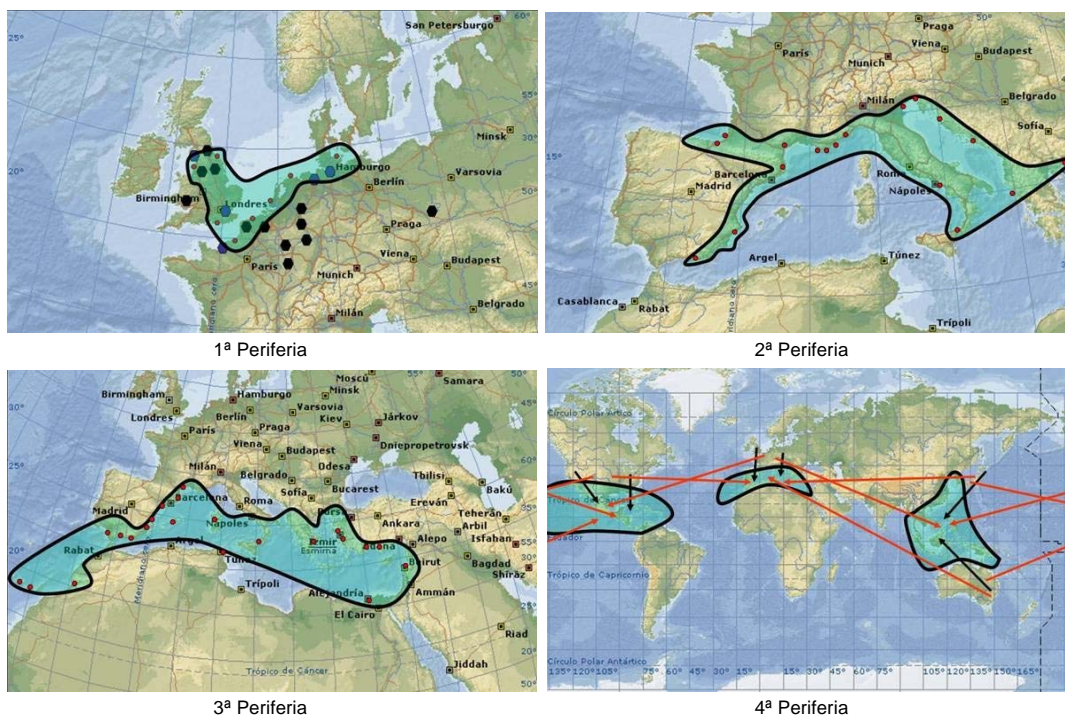


Ilustración 5: Evolución de las Periferias Turísticas.
Fuente: Rullán Salamanca, O. 2008

1ª Periferia: 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 este desplazamiento hasta estas playas que basan su atractivo en los efectos beneficiosos del aire marino.

El alojamiento se basa, en un principio, en las villas y palacetes de la alta burguesía y la nobleza que dará paso a pequeños hoteles de capital local. Con la relativa popularización de estos destinos al introducirse el derecho a vacaciones pagadas surge una importante oferta a partir de las casas de huéspedes, o incluso estancias en viviendas de los propios habitantes. En estos destinos comienza a surgir una tendencia a la estancia más larga, similar al actual turismo residencial. Fruto de ésta frecuentación turística se mejorarán los accesos para el mantenimiento de la actividad, convirtiéndose en *ciudades dormitorio* de las grandes urbes de las que servían como destino.

2ª Periferia: 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. Es la eclosión como destino turístico de la costa azul francesa o la riviéra italiana, así como en España Alicante, Barcelona, Málaga o San Sebastián.

El transporte seguirá dependiendo básicamente del ferrocarril, si bien las mejoras técnicas permiten viajes más rápidos y cómodos, alcanzando cada vez mayores distancias. Un cambio profundo en la percepción del turismo acompañará al final de la I Guerra Mundial: el turismo deja de considerarse una actividad elitista para pasar a ser una actividad de carácter popular, tanto por el auge del transporte por carretera como por los incentivos otorgados por los estados.

El alojamiento comenzará con villas heredadas de la 1ª periferia, dando paso a hoteles de pequeño y mediano tamaño con capitales de diverso origen. Del mismo modo que el transporte, el alojamiento se transforma hacia formas más asequibles como los campamentos o la caravana, a la par que se emula a las clases altas con la adquisición de casas de vacaciones.

3ª Periferia: Los destinos de ésta periferia supondrían una mera expansión de la Periferia anterior si no se produjese la transformación radical de la motivación y forma de viaje que sucede a la II Guerra Mundial.

Ya no se buscará en la costa los efectos beneficiosos del aire marino o un invierno suave, por el contrario, se busca el baño de sol, temperaturas elevadas y playas que inviten al baño. Los destinos que surgen se ubicarán en las costas del Mediterráneo (especialmente en su vertiente norte) y sus proximidades atlánticas: Mallorca, Costa Brava, Costa del Sol, Canarias, Mar Negro, Agadir,...

Un factor fundamental en su desarrollo es la generalización de la aviación comercial, y la forma básica de alojamiento se fundamenta en hoteles de gran envergadura y bajo precio (especialmente con la diferencia de precios y la contratación mediante paquete turístico).

Este alojamiento irá perdiendo peso frente al alojamiento en apartamentos y posteriormente competirá con la adquisición de segundas residencias, a medida que se abaratan los medios de transporte.

4ª Periferia: Supone la *turistización del planeta* (Buades, 2006) al convertirse el globo en un único destino turístico. Aunque hay que indicar que los turistas se concentran en aquellos destinos enunciados en la 3ª periferia se produce un *intercambio de turistas* entre destinos (Rullan Salamanca, 2008), al desplazarse los turistas tradicionales de un área a los de otra, por ejemplo, los turistas que visitaban el mediterráneo frecuentan el caribe o la polinesia (el equivalente al *mediterráneo americano* o *australiano*).

Así mismo, en ésta periferia surgen exponencialmente destinos a lo largo del Caribe, Índico y Pacífico que, además del sol y la playa, ofrecen una cultura exótica e importantes espacios naturales, además de una imagen de inaccesibilidad y exclusividad perdida en otras periferias.

El alojamiento sigue una profundización de la 3ª periferia, al basarse en hoteles internacionales de alta calidad y precio moderado (mejorado por la diferencia de rentas) que pertenecen a compañías con un alto grado de integración.

Vemos como éste modelo, relativamente desconocido y excesivamente determinista, se centra en establecer un modelo de expansión espacio-temporal del turismo, sin llegar a valorar las actuaciones que desarrollan los destinos para competir entre si ni explicar las motivaciones para abandonar los destinos precedentes. Así mismo, establece para todos el mismo proceso de implantación – explotación – residencialización, sin ahondar demasiado en sus causas.

2.3.3.- Modelo de expansión urbana

Esta dinámica espacio-temporal de expansión guarda importantes correlaciones con la teoría enunciada en 1974 por J.O.J. Lundgren para la dispersión de las áreas de segundas residencias respecto a un área urbana principal (Lundgren, 1974), en la que establece tres fases:

I.- En una determinada área urbana (que ejemplifica con Québec), a medida que se facilita el acceso a medios privados de locomoción y la implantación del ocio fuera del entorno urbano como distintivo social, se genera un atractivo por la adquisición de viviendas para segunda residencia en los núcleos cercanos a las 40-50 millas (60-80 kms). Esta cercanía permite una frecuentación importante pero rompiendo con el continuo urbano del que se pretende escapar, además de la libertad social de encontrarse más allá del entorno habitual.

II.- A medida que el área urbana comienza a crecer, el desarrollo se extenderá en principio por los alrededores a las principales vías de comunicación (férreas, carreteras,...), incrementando paulatinamente la presencia de habitantes de la urbe que utilizan éstas áreas – anteriormente rurales- como dormitorio.

III.- Puesto que el crecimiento de la urbe continúa, finalmente el área inicialmente rural acaba integrada (formal y funcionalmente) en el área urbana, dotándose del resto de servicios asociados al entorno urbano. Como respuesta a éste crecimiento, que ya supera al área urbana precedente, las áreas de segunda residencia son empujadas más allá de los nuevos límites urbanos.

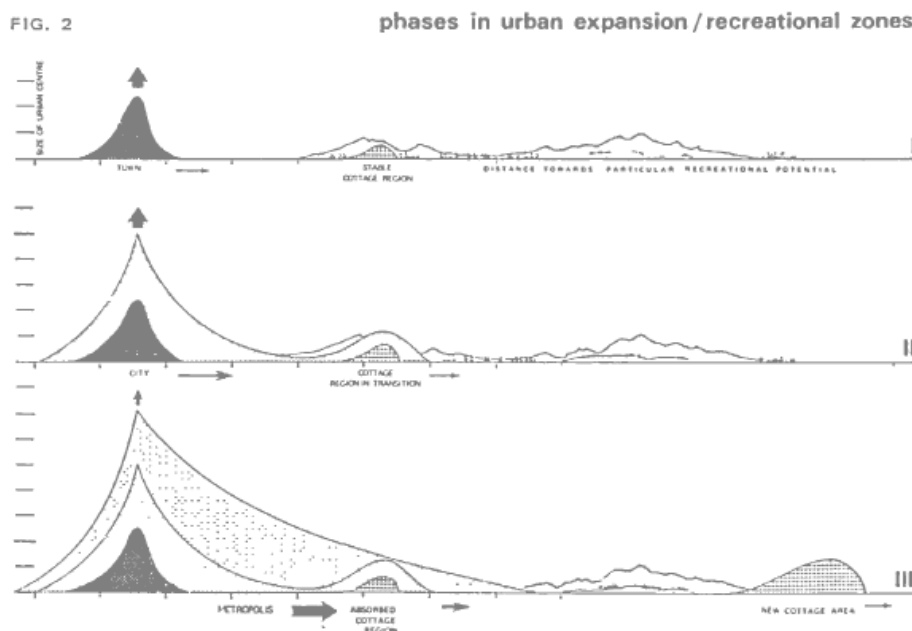


Ilustración 6: Áreas de segunda residencia y crecimiento de áreas urbanas
Fuente: Lundgren, 1974

Este modelo viene a ratificar lo propuesto por Gormsen para los destinos de la 1ª y 2ª Periferia dada su cercanía a los grandes núcleos urbanos de su momento. Sin embargo, ésta misma lógica puede aplicarse a los destinos de la 3ª Periferia en los que vemos como se están produciendo grandes inversiones para la transformación de establecimientos hoteleros como viviendas, así como han adoptado al turismo residencial como estrategia de futuro.

Hay que indicar que para los destinos de la 3ª Periferia la integración urbana no se está produciendo a nivel formal si no a nivel funcional. Es decir, dada la lejanía con sus emisores la integración en un área urbana continua es imposible. Sin embargo gracias a las TICs y al abaratamiento del transporte aéreo y férreo de alta velocidad, los requisitos de tiempo y accesibilidad facilitan la profusión de la segunda residencia, considerándose como las nuevas áreas cercanas de segunda residencia.

Por tanto, podemos intuir como existe un paralelismo entre el modelo propuesto por Lundgren y el propuesto por Gormsen, teniendo en cuenta el momento en que enuncia cada uno de ellos: Los destinos litorales de la 1ª y 2ª periferia ya forman parte de la *urbe central* a la par que se está considerando como área de ocio a aquellos que constituyen la 3ª periferia.

Del mismo modo, y teniendo en cuenta tanto el tiempo transcurrido desde la propuesta de Lundgren, como la expansión turística, cabe plantear una fase

IV a su modelo: Aún creciendo formalmente el área urbana inicial, la distancia con las áreas de segunda residencia surgidas –destinos 3ª periferia– es de tal magnitud que su integración se realiza a nivel funcional por encima de la integración formal. Dado que estas áreas son percibidas como el *extrarradio* de la urbe, se replica la necesidad de generar nuevos espacios turísticos más alejados –destinos 4ª periferia–.



Ilustración 7: Propuesta de fase IV para el modelo de Lundgren
Elaboración: Propia

Ésta propuesta puede ejemplificarse en la creciente presencia tanto de jubilados norte y centroeuropeos que eligen los destinos de la 3ª periferia como residencia habitual como personas en activo que disfrutan de largas temporadas en destinos de la Costa Brava, Baleares, Costa del sol o Canarias, favorecidos por unas buenas tecnologías de comunicación y/o buena conectividad con precios relativamente bajos. Buena muestra de ésta estrategia nos la ofrece la promoción turística basada en la cercanía (1 a 3 horas) con los centros emisores, la similitud de servicios prestados y la conectividad, como si de la elección de una zona de la ciudad donde vivir.

En definitiva, nos encontramos con un proceso de naturaleza profundamente urbana en el que, en un entorno cada vez más globalizado, la percepción del extrarradio urbano funcional es un espacio cada vez más alejado físicamente. Sin embargo, dado que existen destinos que se resisten a ser un mero espacio urbanizado dependiente de otro espacio urbano plantean estrategias de reconversión que los sitúen de nuevo en la competencia turística, permitiendo la coexistencia de propuestas *fordistas*, *post-fordistas*, y *neofordistas* en un mismo tiempo y espacio, como medidas de resistencia, adaptación y profundización en la nueva economía.

3.- PLANES DE RECONVERSIÓN DE DESTINOS CONSOLIDADOS

Una vez expuesto el marco conceptual de la reconversión de los destinos procederemos a estudiar la situación de partida específica del turismo litoral en España y, posteriormente, afrontar la comparación de las propuestas de reconversión que se están desarrollando en España.

La necesidad de la reconversión del turismo litoral en España se convierte en una evidencia a raíz de la situación de burbuja – y posterior estallido – del sector inmobiliario en el litoral, que a pesar de haber generado una falsa imagen de regeneración del turismo, ha puesto en jaque muy seriamente la rentabilidad de los destinos.

A partir de este punto se formulan cuatro planes cuyos fines se explicitan en la reconversión, recualificación o renovación² del área litoral bajo los auspicios del *Plan Español del Turismo Horizonte 2020* (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2008):

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

Sin embargo, será a partir de las restricciones presupuestarias públicas como resultado de la crisis global de 2008 se producirá una transformación radical en la concepción de las iniciativas de reconversión que afectará tanto a las actuaciones como a las propuestas, y así lo ejemplifican:

- PAE- La Palma, como propuesta pública.
- Sol Calviá Resort, como apuesta privada de Meliá en Magalluf

Estas últimas, a pesar de sus grandes diferencias, suponen una transformación radical en la visión de la reconversión del destino turístico. Por un lado, una propuesta pública que entiende como solución al declive del destino la comercialización on-line en los mismos mercados, a la par que una propuesta privada pretende la toma de control de un destino, con el beneplácito de todas las administraciones implicadas y sin la mínima participación social.

Esta compleja realidad de los destinos turísticos nos demuestra cómo los modelos planteados en el apartado anterior sirven como previsión de este cambio de enfoque.

² Para autores como Navarro Jurado (2010) el uso indistinto de estos términos constituye una confusión intencionada.

3.1.- TURISMO LITORAL EN EL MEDITERRÁNEO ESPAÑOL

Los destinos que se analizan en el presente trabajo quedan lejos de considerarse una excepción en la situación del turismo litoral español, accediendo a las propuestas de reconversión aquellos que han sido considerados los principales referentes del turismo español.

El turismo litoral es uno de los pilares fundamentales de la economía española, suponiendo el 70% de las plazas hoteleras en España y cerca del 75% de las pernoctaciones, concentrándose el 95% en el Mediterráneo, Baleares y Canarias. Además de éstas cifras ciertas, hay que sumar el importantísimo efecto de las segundas residencias -11.762.208 plazas para 2011-, concentrándose el 53% en las cinco Comunidades Autónomas del mediterráneo (López Olivares et Al, 2005)

A pesar de ésta importancia capital, su distribución territorial se define por la concentración, muy especialmente en las provincias de Barcelona, Valencia, Alicante, Murcia Málaga y algunos municipios de Huelva, Cádiz, Tenerife, Gran Canaria y Baleares (EXCELTUR, 2005)



Ilustración 8: Distribución de plazas hoteleras en el Mediterráneo y Canarias
Fuente: EXCELTUR, 2005

Esta concentración espacial es fruto del desarrollo espacio-temporal común a todos ellos. Éste proceso ha sido magistralmente esquematizado por Blázquez y Murray (2010), utilizando el ejemplo de las islas Baleares:

- I.- Un *primer boom turístico* como consecuencia de las necesidades de modernización económica del franquismo a lo largo de las décadas de 1960-70, centrado en la creación de hoteles para acoger al continuo incremento de turistas
- II.- Un *segundo boom turístico* a través de la edificación y venta de apartamentos, creciendo sin freno por la década de 1980 hasta el estallido de la crisis del Golfo Pérsico en la década de 1990.

III:- El *tercer boom turístico* como respuesta a la convergencia europea, un crecimiento de la economía financiera que tendrá como resultado la desorbitada expansión del sector inmobiliario (Blázquez y Murray, 2010)

La existencia de éste paralelismo entre todos los destinos litorales españoles evidencia una escasa diferenciación de la oferta, cuestión que no es nueva ni son pocos los autores que la han tratado (Donaire y Mundet, 2001; EXCELTUR, 2003; López Olivares et Al, 2005; Vera y Baños, 2010), del mismo modo que cuando se han desarrollado actuaciones de diferenciación, éstas han sido tan replicadas que constituyen nuevos elementos de estandarización (Donaire y Mundet, 2001)

Estas actuaciones centradas en *rejuvenecer* el destino, sin valorar su modelo o viabilidad (Donaire y Mundet, 2001; Vera y Baños, 2010) argumentan la creación de campos de golf o puertos deportivos para atraer turismo de alto poder adquisitivo, cuando se trata de operaciones de promoción inmobiliaria y especulación (EXCELTUR, 2005; Fernández Durán, 2006; Vera y Baños, 2010). Nos encontramos con actuaciones que podríamos calificar como *reconversión blanda*, ya que únicamente afronta las consecuencias del modelo de crecimiento sin entrar a valorar su validez, mientras que son prácticamente inexistentes las propuestas de *reconversión dura*, aquellas que pretendan cambiar el modelo –control del crecimiento, esponjamiento,...- como medio para la mejora de la rentabilidad (Marín Moyano y Navarro Jurado, 2011)

Así mismo esta continua creación de oferta *alegal* de plazas turísticas, a través de la promoción inmobiliaria asociada a los “atractivos turísticos”, viene a profundizar las transformaciones que se producen en el comportamiento del turista. Entre ellas, destaca el cambio en el patrón de consumo de un turismo basado en la hotelería a un consumo basado en la segunda residencia con consecuencias nefastas para la rentabilidad del destino al convertir gasto turístico en gasto doméstico, principalmente en grandes centros comerciales y repartido además en mayor número de períodos de menor duración cada uno (EXCELTUR, 2005; López Olivares et Al, 2005; Santos Pavón y Fernández Tabales, 2010)

Este crecimiento del “turismo residencial” ha llevado a “*identificar de forma errónea destinos o municipios turísticos con urbanizados*” (López Olivares et Al, 2005:12), poniendo de manifiesto un modelo turístico inviable tanto socio-ambientalmente (Fernández Durán, 2006; Naredo, 2006; Buades, 2006) como económicamente (EXCELTUR, 2003).

Y es esto último lo que lleva a la búsqueda de alternativas que aseguren la viabilidad del modelo turístico a la propia iniciativa privada, llegando a plantear EXCELTUR³ en 2003 una serie de *Planes de Reconversión Integrada de Destinos Turísticos* (PRIDET) en los que se pone de manifiesto la necesidad

³ Bajo el emblema de una “Alianza para la Excelencia Turística”, esta organización aglutina los intereses de gran parte de las cadenas hoteleras españolas, un generoso número de grandes intermediarios turísticos, así como un nutrido grupo de actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo.

de la conservación ambiental y la renovación de los espacios para garantizar la actividad turística. En definitiva, supone plantear desde el sector privado la necesidad de poner freno al crecimiento desmedido y volver al turismo de hotelería (López Olivares, 2005)

3.2.- PLANES DE RECONVERSIÓN TURÍSTICA

Con lo expuesto hasta ahora vemos como la reconversión de los destinos litorales no supone una novedad tanto desde la óptica académica (Donaire, 1998; Vera Rebollo, 1994) como desde la normativa, pues ya se reconocía esta necesidad en la Ley de Turismo de Andalucía de 1999⁴ (Junta de Andalucía, 1999). Sin embargo no será hasta 2008 cuando se ponga en funcionamiento, de forma paralela a la propuesta de EXCELTUR, por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2008) el “*Plan Español del Turismo Horizonte 2020*”.

En este documento se plantea la necesidad de una nueva orientación estratégica del turismo, recogándose para 2008-2012 una serie de propuestas encaminadas a la recualificación de destinos que guardan grandes similitudes con los PRIDET, denominadas “Proyectos Extraordinarios de Recualificación de Destinos Maduros”, que sirvan de efecto demostración y cuyo fin sea el de “*apoyar técnica y financieramente el desarrollo de proyectos extraordinarios de reconversión o modernización integral de un destino turístico maduro con proyección internacional, desarrollados y cofinanciados por las administraciones competentes y el sector empresarial con el propósito de implantación de un modelo turístico de futuro*” (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2008:58)

Estos proyectos se materializarán a través de dos iniciativas:

- El **Fondo de Modernización de Infraestructuras Turísticas** (FOMIT): Se constituye un fondo para apoyar financieramente los planes de renovación y modernización de los destinos maduros. La financiación se destinará tanto a entidades públicas (Administración Local y consorcios) como a entidades privadas en destinos con muestras de saturación que afronten su propia modernización.
- Los **Programas de Recualificación de Destinos**. Programas que se inspiran en el efecto demostración, con la participación de la

⁴ El art 17 de la Ley de Turismo de Andalucía, de 15 de diciembre de 1999, establece la posibilidad de formular Programas de Recualificación de Destinos en “*Aquellas comarcas y áreas territoriales que se vean afectadas por desequilibrios estructurales derivados del rápido crecimiento, de la fragilidad territorial o que soporten un nivel excesivo de densidad turística, podrán ser objeto de Programas de Recualificación de Destinos, con criterios de recuperación ambiental, de mejora de la calidad, de dotación de infraestructuras y aquellos otros criterios orientados a establecer el equilibrio estructural.*”

Se pone de manifiesto la doble necesidad de hacer frente a los impactos que ponen en jaque la rentabilidad del turismo a la par que se hace una apuesta por ir más allá de minimizarlos, planteando reorientar el modo de implantación turística.

Administración del Estado, Autonómica y Local, así como de la iniciativa privada.

Bajo esta figura únicamente se han desarrollado iniciativas en las siguientes áreas:

- Playa de Palma (Mallorca)
- Costa del Sol Occidental (Málaga)
- Maspalomas (Gran Canaria)
- Puerto de la Cruz (Tenerife)

Hay que indicar que, a pesar del cambio de Gobierno estatal, tanto el FOMIT como los programas de recualificación han sido renovados como elementos transversales del cambio estratégico del turismo con su incorporación al *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015* del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2012). Pero esta inclusión se contradice con la realidad al no haberse efectuado convocatoria alguna del FOMIT desde 2012, no se han aprobado nuevos planes ni se ha renovado el que ha finalizado desde entonces.

Uno de los rasgos comunes a todos estos Programas de Recualificación es partir de la base de una recuperación del territorio como destino turístico a partir de la regeneración como espacio urbano, promovido únicamente desde el sector turístico, y favoreciendo la paradoja de la renovación mediante el crecimiento (González Pérez, 2012), extendiendo el mismo modelo que impulsa la degradación del destino mientras se mantienen las zonas deterioradas con actuaciones mínimas.

3.2.1.- *Plan de Mejora y Modernización de Playa de Palma*

El Plan de Mejora y Modernización de Playa de Palma constituye el más *veterano* de los planes de reconversión. En sentido estricto éste Plan es anterior a la propia concepción de los Programas de Recualificación por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Desde este punto de partida se pueden establecer tres fases en el desarrollo del Plan, claramente marcadas por el devenir político (González Pérez, 2012) que resultan básicas para entender su desarrollo y resultados:

1.- En 2004 se aprueba el *Plan Estratégico de Mejora y Embellecimiento de Playa de Palma*, constituyéndose un **Consorcio** integrado por el Gobierno Autonómico, el Consell Insular de Mallorca y los Aytos de Palma y Lluçmajor, municipios a los que pertenece este espacio.

En esta fase se desarrollan dos hitos fundamentales en el desarrollo de éste plan: El incremento de la capacidad transformadora del entorno urbano por Consorcio mediante su conversión en “consorcio urbanístico” y la convocatoria de un concurso internacional de ideas para la redacción del Plan Director –que ganará la holandesa *West 8 Urban Design & Landscape Achitecture BV*.

2- En agosto de 2008 el Gobierno Estatal crea la figura del Comisionado del Gobierno de España para el proyecto de Playa de Palma, lo que le hará entrar de lleno en la clasificación Programa de Recualificación antes definido.

En esta fase se definirá la arquitectura del plan y se sentarán las bases conceptuales para el desarrollo de la propuesta de reconversión.

3- A partir de finales de 2010 comienza una fase de *declive* del proceso de reconversión. Las causas las encontramos, por un lado, en las protestas vecinales hacia el plan ante la posible demolición de viviendas en el área de Can Pastilla para la creación de un bulevar y, básicamente, ante la pugna entre las administraciones de diferente signo político (materializada en el cese y posterior elección de su gerente). De esta situación se deriva una práctica paralización, que ha dado lugar al actual proceso de reformulación de los elementos de planificación.



Ilustración 9: Plano General de Playa de Palma.
Elaboración y fuente: Consorcio Playa de Palma, 2010

Los **objetivos** de éste Plan se centran básicamente en conseguir el *cero impacto en CO₂* en 2050, la rehabilitación urbana y contener el crecimiento urbanístico manteniendo la población residente. (Consorcio Playa de Palma, 2010)

Plantear estos objetivos resulta, cuando menos, contradictorio cuando el propio plan plantea el desarrollo de suelo “latente”⁵ así como la ordenación de suelo no clasificado urbanísticamente (González Pérez, 2012) permitiendo así el crecimiento urbanístico, llegando algunos autores a simplificarlo como una solución que sirva para “*alimentar la maquina de crecimiento*” (Yrigoy, 2011:2)

Para alcanzar estos objetivos se redactan tres documentos con una metodología y estructura totalmente novedosa: El Plan Actuación Integral (PAI) como herramienta de planeamiento estratégico transdisciplinar redactado por la propia consultora ganadora del concurso internacional, y dos documentos de marcado carácter urbanístico: el Master Plan (MP) como instrumento urbanístico de referencia – también calificado por algunos autores como un elemento de *urban marketing* (González Pérez, 2012– y el Plan de Reconversión Integral (PRI) como plan de ordenación urbanística, turística y medioambiental.

⁵ Bajo el término *latente* González Pérez (2012) incluye los terrenos sin urbanizar entre Can Pastilla y el aeropuerto, así como las áreas limítrofes de S’arenal Lluçmajor

La estructura piramidal del PAI articula la planificación a través de 7 estrategias, que serán desarrolladas a lo largo de 30 objetivos en un total de 98 acciones puntuales, estableciendo 29 indicadores de seguimiento (Consortio Playa de Palma, 2010)

Desde la óptica urbanística, el MP define un conjunto general de paisajes a través de la conexión de espacios verdes y la revalorización-ampliación del paseo marítimo hacia la segunda línea, en un intento de minimizar la degradación de este espacio. Así mismo se planean una serie de “catedrales turísticas”, o grandes hitos turísticos, con la finalidad de evitar una imagen banal y continua del destino, si bien su excesiva teatralidad puede llevar a generar una pérdida de identidad (González Pérez, 2012).

Por su parte el PRI se configura como una ordenación urbanística con capacidad remodificación de cualquier otro instrumento, asegurando así la adaptación a las necesidades reales de actuación. Sin embargo, a partir del planteamiento de la demolición de edificios por parte del PRI se generó una resistencia vecinal que, como anteriormente citábamos, unido a la pugna política acabó por revocar el PRI en 2011.

Ante esta paralización del elemento central de planificación, las **actuaciones** se centran en el embellecimiento del espacio turístico (paseo marítimo, iluminación, arreglo de plazas... sin una conexión u orientación clara). Y precisamente a causa de ésta paralización, se está llevando a cabo, como primera actuación *de importancia* la aprobación de un nuevo PRI que se anticipa como la vuelta al crecimiento y a la conquista inmobiliaria como medio para salir de la crisis (Yrigoy, 2011, González Pérez, 2012, Hosteltur, 2013)

Para contrastar todas estas actuaciones, debe analizarse la información relativa a la **financiación** del proyecto. Sin embargo, a raíz de la modificación del PRI toda la información financiera disponible a través de la web del Consortio ha sido eliminada y las licitaciones de las actuaciones acometidas aún no han sido publicadas. Por lo tanto, ante esta imposibilidad de comprobación deben darse por correcta la cifra de 27 millones de € invertidos que aparece recurrentemente en prensa (preferente.com, 06/07/2013)

Esta situación de abandono y desprestigio de la planificación turística se ve reforzada con el surgimiento y apoyo explícito de los propios miembros del Comisionado de la propuesta de Meliá Hoteles en Magalluf, llegando a considerarla el ejemplo de planificación como veremos más adelante.

3.2.2.- *Plan de Recualificación de la Costa del Sol Occidental*

Sin duda, el mayor de los planes por número de municipios y población residente y, a excepción de La Palma, el de mayor superficie atendida. Fruto de ésta amplia extensión, el **consorcio** Qualifica está compuesto por la Administración del Estado, la Autonómica, los 8 municipios afectados, la Confederación de Empresarios de Andalucía y las principales organizaciones sindicales.

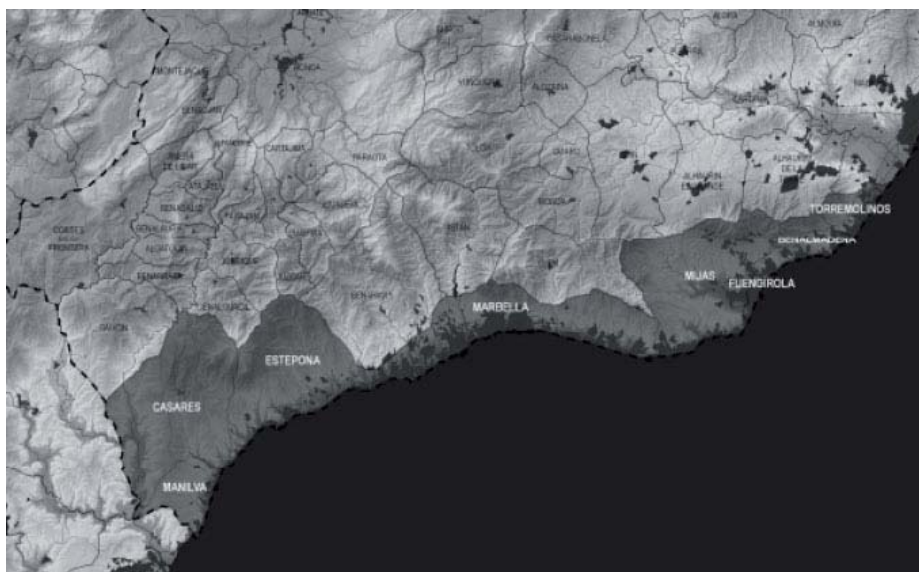


Ilustración 10: Área de influencia del Plan Qualifica.
Elaboración y fuente: Junta de Andalucía 2007

El **diagnóstico** elaborado en 2007 para la formulación del plan pone de manifiesto que, además del turismo *“su economía está basada fundamentalmente en el turismo y en el resto de servicios que éste arrastra, sobre todo el comercio, el sector inmobiliario y la construcción, como consecuencia de la proliferación de las viviendas de segunda residencia tanto en el litoral como en el interior.”* (Junta de Andalucía, 2007:66)

Dentro de éste diagnóstico, además de su realismo, destaca la situación del destino como prisionero de una *trampa del crecimiento* (Junta de Andalucía, 2007:75) por la que el constante crecimiento de la oferta hotelera y residencial no puede compensarse por el crecimiento de la demanda.

Así mismo, debemos poner el foco de atención al momento de su aprobación. A pesar de ser una herramienta ya prevista en la Ley del Turismo de Andalucía de 1999, no se producirá hasta 2007 en plena vorágine inmobiliaria y como un medio de compensar al sector turístico tras la aprobación del Plan de Ordenación Territorial (POT) de la Costa del Sol. Esta coincidencia hará que se planteen los planes como complementarios, aunque no existe una comunicación efectiva entre éstos, y se prevean inversiones que con el devenir de la crisis financiera parecen imposibles de llevar a cabo.

Fruto de ésta situación compleja, y hasta cierto punto contraria al plan, se redactan unos **objetivos** generalistas y ambiguos basados en *“aumentar el bienestar social, tanto de los turistas como de los propios residentes [...] aumentar la rentabilidad que genera el sector turístico, [...] y garantizar un desarrollo de la actividad a largo plazo compatible con el entorno”* (Junta de Andalucía, 2007:65), si bien el verdadero impulso a su programación lo motiva la caída de rentabilidad económica del destino.

A la hora de valorar las **actuaciones** destaca la gran variación entre las propuestas formales y las efectivamente realizadas. Ente las primeras se contaban actuaciones que iban desde el soterramiento de cableado, la creación

de un corredor marítimo hasta la formación específica de trabajadores o la creación de un centro de estudios turísticos, pasando por acciones tan comprometidas como la adquisición de zonas estratégicas (Junta de Andalucía, 2007)

Sin embargo, las acciones ejecutadas se corresponden con propuestas ya probadas con anterioridad sin aportar una verdadera transformación del modelo turístico, como la reforma de establecimientos hoteleros, la adecuación de paseos marítimos y centros urbanos o la generación de una oficina turística virtual. Éstos han sido elegidos de la *cartera de proyectos* encargada a un grupo de consultoras, que también propusieron entre otros, la instalación de miradores temáticos a lo largo de toda la costa.

Desde la óptica de la **financiación**, de los originales 335.586.873 € previstos en el plan se han ejecutado, aproximadamente, 159.000.000 € provenientes de aportaciones al consorcio por las administraciones, así como por las aportaciones mediante el FOMIT (Consortio Qualifica, 2012) a lo que debe añadirse aportaciones de otras líneas de subvención.

Al abordar los **resultados** es fácil comprobar como no se han realizado grandes avances en aquellos aspectos más comprometidos y que permitirían cambiar la *forma de hacer turismo*. Es más, el propio Director General de Planificación de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte admitía que el Plan no es más que “*una operación de maquillaje*”⁶ en el destino.

En definitiva se trata de hacer frente a los impactos que ha generado la actividad turística-inmobiliaria en la fase expansiva, a la par que se favorece la repetición de éste mismo modelo.

Sin embargo, no debe despreciarse uno de los mayores avances conseguidos con éste Plan: La constitución de un punto de encuentro entre todos los agentes implicados en el desarrollo del turismo para debatir y actuar con una única voz.

Fruto de ésta cohesión, tras agotar el plazo de vigencia del convenio Estado – Junta de Andalucía en 2012, se ha solicitado por sus firmantes la renovación del mismo en numerosas ocasiones (La opinión de Málaga, 25/02/2014). Ésta finalización del convenio, que coincidió con el cambio político en Gobierno Estatal, ha tenido como única respuesta el silencio.

Como solución de continuidad por parte de la Administración Autonómica se están planteando inversiones de eficiencia energética y mejora de infraestructura residencial bajo la apariencia de una estrategia de reconversión (Diario Sur, 03/04/2014). Mientras tanto, la Diputación Provincial, la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol y el Gobierno Estatal (entidades del mismo signo político), en enero de 2014 presentan la puesta en marcha del “*Plan de Adecuación del Espacio Turístico de la Costa del Sol 2014-*

⁶ Declaraciones realizadas por Antonio Muñoz el 10/07/2009 en la clausura del Curso de Verano “Crisis económica y futuro del turismo” organizado por la Universidad de Málaga (Marín Moyano y Navarro Jurado, 2011)

2016”, por importe de 2,2 millones de € y sin incluir acciones concretas (Diputación de Málaga, 2014).

3.2.3.- Plan de Renovación del sur de Gran Canaria

Bajo esta denominación genérica se enmarca el *Plan de Rehabilitación de la Infraestructura Turística de San Agustín, Playa del Inglés y Maspalomas*. Esta propuesta está **compuesta** por TURESPAÑA, el Gobierno Canario, el Cabildo Insular de Gran Canaria y el Ayto. de S. Bartolomé de Tirajana. (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2009), gestionándose mediante convenio de colaboración

En éste convenio se incluye la obligación de elaborar un Plan de Renovación en el plazo de 6 meses desde su firma para las zonas mencionadas del municipio de San Bartolomé de Tirajana. Si bien existen referencias a éste plan, no ha sido posible acceder al mismo. Esta falta de información es posiblemente la característica más destacable de ésta propuesta, pues únicamente podremos acceder a una raquítica página web⁷ con una escasa información sobre los aspectos jurídicos del consorcio.

Los **objetivos** de éste Consorcio se configuran entorno a la renovación del equipamiento, la diversificación de la oferta y la gestión urbanística de éstos espacios. Destaca muy especialmente la mención expresa entre sus funciones a la posibilidad de la tramitación y concesión de licencias urbanísticas por el consorcio en su área de trabajo.

Para poder valorar la adecuación a la realidad o el grado de alcance de los objetivos debemos ver las **actuaciones**. Sin embargo sólo podemos referirnos a la relación de proyectos en ejecución en su citada web –simplemente actuaciones de embellecimiento del frente marítimo- y a las acciones de divulgación del plan a través del “Salón de la Renovación”, un evento de acceso restringido y sobre el que no ha trascendido documentación de los proyectos presentados.

	Convenio de 3 de noviembre de 2008		Adenda 1 de 18 de diciembre de 2009	Adenda 2 de 20 de diciembre de 2010	TOTAL
	2008	2009	2009	2010	
TURESPAÑA	2.000.000		1.200.000	1.400.000	4.600.000
CCAA		2.000.000	389.400	1.400.000	3.789.400
Cabildo Gran Canaria		1.500.000	1.200.000	350.000	3.050.000
Ayto S. Bartolomé Tirajana		300.000	300.000	300.000	900.000
TOTAL	5.800.000		3.089.400	3.450.000	12.339.400

Tabla 1: Resumen de financiación del plan de renovación del sur de Gran Canaria.
Fuente: Viceconsejería de Turismo, 2014. Elaboración Propia.

⁷ www.consorcio-maspalomasgc.com

Desde la óptica de la **financiación**, únicamente se ha podido contrastar que las cuantías totales de inversión alcanzan los 12.339.400 €, fruto de las aportaciones iniciales y las adendas al convenio en 2009 y 2010 (Viceconsejería de Turismo, 2014)

Con los datos disponibles hasta la fecha, puede afirmarse que se trata más de un proyecto fallido que de una apuesta de futuro. De las escasas acciones que trascienden a la información pública se desprende que la propuesta únicamente pretende paliar los efectos del modelo de desarrollo e implantación turística, sin plantear efectivamente alteraciones a este desarrollo.

3.2.4.- Plan de Mejora y Modernización de Puerto de la Cruz

La más reciente de las propuestas amparadas por el *Plan Horizonte 2020* tiene como resultado el convenio de colaboración **compuesto** por TURESPAÑA, el Gobierno Canario, el Cabildo Insular de Tenerife y el Ayto. de Puerto del Rosario (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2010).



Ilustración 11: Composición de áreas a intervenir en Puerto de la Cruz.
Fuente y elaboración: Consorcio Puerto de la Cruz, 2012a

El principal **objetivo** de éste Consorcio es la elaboración de un Plan de Rehabilitación de Infraestructuras Turísticas (PRIT) que finalmente ha sido aprobado conjuntamente con un Plan de Modernización y Mejora de la Competitividad (PMM) (Consorcio Puerto de la Cruz, 2012a).

Estos dos documentos, de carácter normativo y vinculante, se acompañan de una serie de documentos informativos fruto de la preparación y tramitación de los anteriores: Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico (PEPCH), un Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) y un Plan General de Ordenación Urbana (PGO)

Destaca el **diagnóstico** del destino que realiza el PRIT (Consortio Puerto de la Cruz, 2012b):

- Modelo turístico vinculado al desarrollismo de los años 1970 y 2000
- Necesidad de diversificación al “Sol y Playa”
- Problemas de rentabilidad, tanto en términos relativos (menor rentabilidad que el sur de la isla) como absolutos (caída de la demanda, caída de la tasa de ocupación ...)
- Estancamiento en el número de plazas de alojamiento
- Falta de liderazgo público o privado en el desarrollo del destino.

Pese a realizar un diagnóstico crítico con el desarrollo turístico no planificado resulta contradictorio plantear como debilidad el estancamiento del número de plazas, a la vez que están cayendo los índices de rentabilidad económica.

Desde el punto de vista de los objetivos a alcanzar, Puerto de la Cruz se plantea como un destino urbano de ocio, que se acerque a un modelo de ciudad habitable y cohesionada, y que atraiga tanto turismo como residentes temporales o permanentes (Consortio Puerto de la Cruz, 2012b)

Este objetivo general se desglosa en tres áreas de actuación, que se desarrollarán mediante objetivos concretos. Estas áreas y objetivos se corresponderán con las **líneas estratégicas** de actuación del PRI (Consortio Puerto de la Cruz, 2012b)

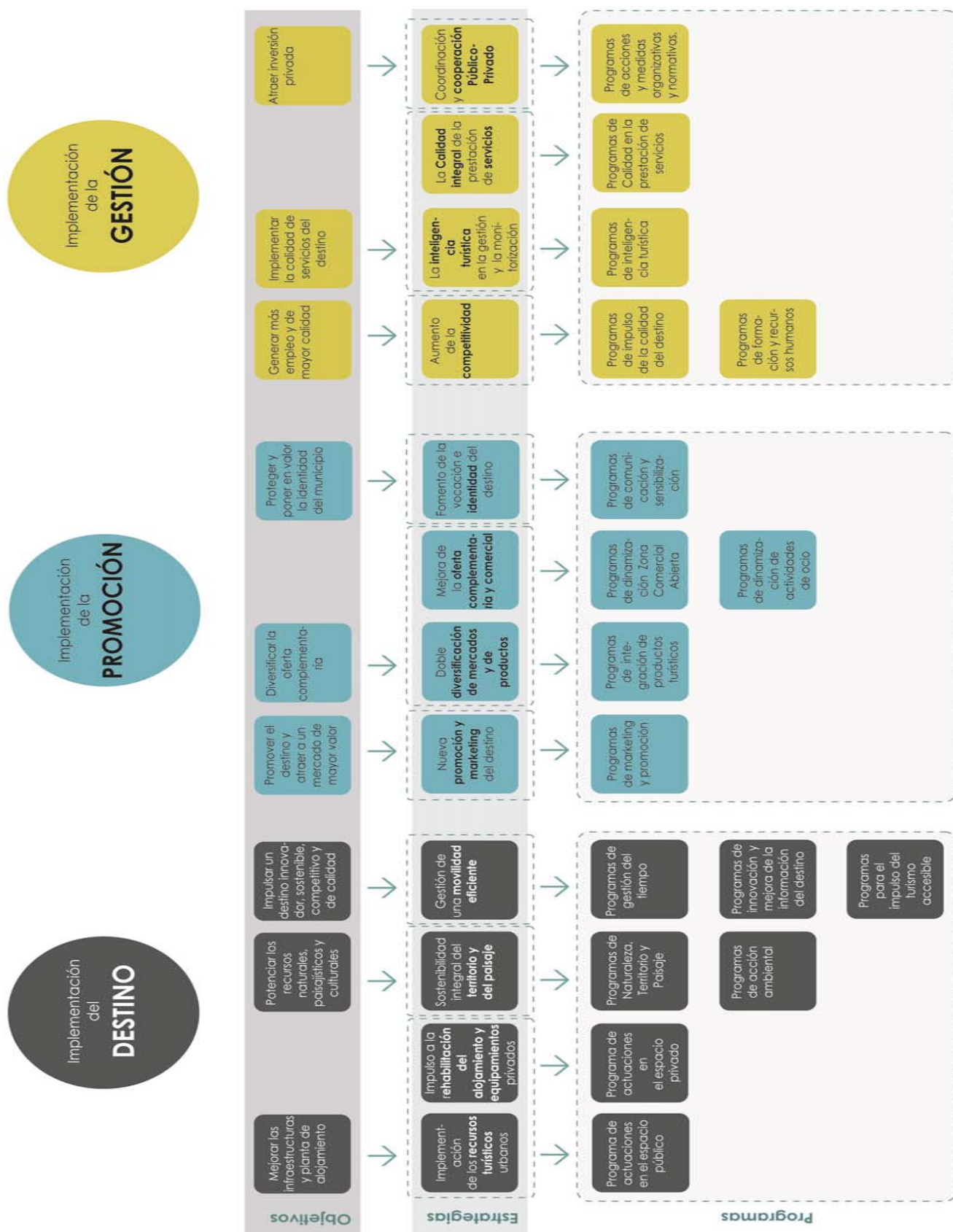


Ilustración 12: Diagrama de Actuación del Plan de Modernización, integrando Objetivos, Estrategias y Programas
Fuente: Consorcio Puerto de la Cruz, 2012a

Entre los programas y actuaciones a desarrollar se contemplan desde la creación de nueva infraestructura hasta obras de embellecimiento del frente marítimo. Así mismo contempla tanto la distribución y modificación de las unidades funcionales (residencial, turístico, agrícola,...) como medidas de conexión de los diferentes sistemas paisajísticos⁸ y espacios verdes, pasando por la dotación de infraestructura pública necesaria (Consortio Puerto de la Cruz, 2012a)

Un aspecto fundamental, heredero del alto detalle de las propuestas contenidas en los programas, es la concreción y coherencia en la **financiación**. Ésta se ha contemplado desde una doble vertiente novedosa: Financiación por línea estratégica (implementación) y por *momento* de la propuesta. Es decir, la previsión financiera no se estudia desde el “qué hacer”, si no que se estudia desde el “para qué”, a la par que no se limita a establecer una previsión financiera plurianual, creando un marco financiero más flexible al vincularlo a la fase de la reconversión. De este modo, podrán redefinirse fácilmente las actuaciones a desarrollar en caso de obtener resultados más lentos de lo deseable o la disponibilidad de fondos no sea la adecuada.

Línea Estratégica	Importe (€)	Importe(€)	Momento
1- Impl. del destino	617.832.708	43.475.088	2012-2013 “Recuperación”
2- Impl.de Promoción	28.870.665	487.228.723	2014-2017 “Revitalización”
3- Impl. de Gestión	15.793.850	131.628.382	2018-2022 “Relanzamiento”
	662.497.223		Total

Tabla 2 : Comparación de financiación por línea estratégica y momento de vigencia.
Fuente. Consortio Puerto de la Cruz, 2012a. Elaboración: Propia

Sin embargo, al abordar los **resultados** no encontramos aún datos que supongan una variación apreciable. En este sentido hay que indicar que, en todo momento, se plantean con una visión a largo plazo y un enfoque de proceso continuo.

Aunque aún no existan datos para valorar la ejecución, debe destacarse una aportación novedosa de esta propuesta a través del proyecto “*Nosolocamas*”. Se trata de una iniciativa de asistencia al sector hotelero para la generación de modelos de negocio hotelero alternativos vinculados a la reconversión de las instalaciones de alojamiento, aunando la renovación del inmueble con la orientación a nuevos mercados que permitan incrementar la rentabilidad de sus instalaciones, como tematizaciones, nuevas tendencias en la demanda, reorganización de procesos,... (Consortio Puerto de la Cruz, 2013)

⁸ Se proponen 3 sistemas paisajísticos:

1. “Sistema Paisajístico Azul”: Frente litoral
2. “Sistema Paisajístico Verde”: Conexión con el interior de la isla y el Teide a través del Alto Taoro
3. “Conjunto Histórico-urbano”: Sucesión de núcleos y urbanización urbana.

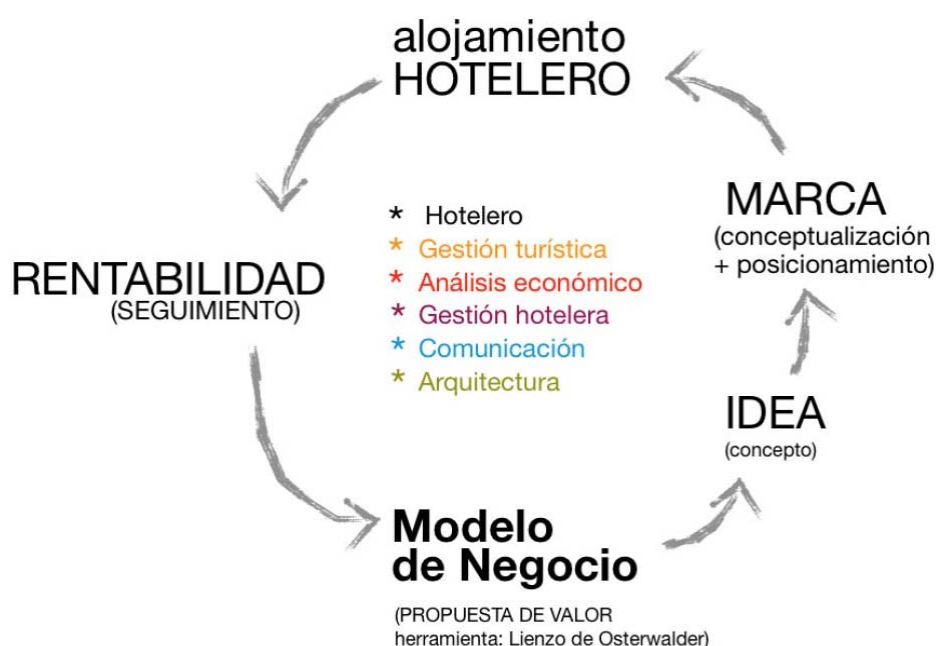


Ilustración 13: Propuesta de trabajo del Proyecto NOSOLOCAMAS
Fuente: Consorcio Puerto de la Cruz, 2013

En definitiva, se trata de una propuesta muy coherente y con unas fuertes bases metodológicas orientadas a la recuperación funcional del turismo desde una óptica de integración del núcleo de Puerto de la Cruz en la dinámica de la Isla. Precisamente este proceso de estudio de la dinámica urbana dentro la isla pone de manifiesto una oportunidad perdida, la extensión de la iniciativa al resto de la isla para generar un entorno completamente integrado.

Desde el punto de vista de la financiación y ejecución, se puede calificar como un documento muy realista, tanto al establecer con gran detalle las actuaciones necesarias, como al plantear fuertes inversiones públicas y privadas en un entorno de restricción de crédito, mediante cofinanciación europea, en un marco temporal que la dota de flexibilidad suficiente para garantizar la ejecución.

Aunque el documento de planificación hace alguna mención muy somera, puede y debe jugar un papel fundamental la financiación a través de los programas de política regional de la Unión Europea, ya sea mediante las líneas específicas existentes para el urbanismo sostenible, las previstas para las áreas costeras (Parlamento Europeo, 2010), o bien mediante la financiación específica que aporta a las regiones ultraperiféricas.

3.3.- NUEVAS PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN

3.3.1.- Propuesta Pública: PAE – La Palma

Como vimos en el caso del Cualifica, con el cambio en el gobierno estatal tras las elecciones de noviembre de 2011, se ha producido un cambio en la percepción de las actuaciones sobre los destinos consolidados.

Una buena muestra es el denominado Programa de Actuaciones Especiales – La Palma⁹ (en adelante PAE-La Palma), nacido bajo *“la actual crisis turística de La Palma responde como causa/efecto, o viceversa, a la pérdida de conectividad aérea tanto con el mercado peninsular como con el mercado alemán, principal origen del turismo extranjero, consecuencia brusca, a su vez, de un deterioro y pérdida lenta y progresiva de la identidad y singularidad turística internacional de la isla como destino de naturaleza y paisaje”* (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013:1).

Como respuesta a ésta situación de crisis con múltiples y profundas causas (cambios en la demanda y pérdida de identidad) se articula una estrategia basada en la aplicación de nuevas tecnologías y planes de comercialización en los mercados tradicionales, con una dotación final de 2,4 millones €, estableciendo las siguientes actuaciones:

Programa Piloto	Actuaciones	Importe €
Marketing turístico	- Campaña de Publicidad y redes sociales - “newsletters” a clientes de operadores - <i>Posible</i> “roadshow” en ciudades alemanas - “Famtrips” y “Preztrips” - “Roadshows” profesionales	500.000
Comercialización	Creación de portal oficial en Spain.info de productos de la Isla para oferta on-line	100.000
Vehículo eléctrico	- Subvenciones a adquisiciones V. Electrico - Red instalaciones para recarga vehículos	300.000
Prestamos participativos	- Préstamos Jóvenes emprendedores - Préstamos Pymes	1.000.000
Destino Inteligente	Sistema inteligencia competitiva	250.000
Competitividad	Asesoría para innovación e internacionalización	250.000
TOTAL		2.400.000

Tabla 3: Resumen actuaciones PAE - La Palma 2013.
Fuente: Ministerio de Industria, 2013 Elaboración: Propia

A pesar de una mención expresa, por un lado, a una caída del 22,7% del número de turistas y del 12,6% de las pernoctaciones (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013:1) y, por otro, a una fuerte pérdida de identidad del

⁹ Orden IET/1418/2013, de 23 de julio, de medidas sectoriales de impulso al turismo y de dinamización empresarial de la Isla de La Palma. BOE nº 178, de 26 de julio de 2013

destino como espacio natural, no se indica una relación de causalidad entre éstos hechos, considerando el turismo como una actividad que debe ser incrementada de cualquier modo.

Resulta paradigmático el objetivo final de ésta propuesta, que “*para poner de nuevo en valor los atractivos turísticos de la isla, en la presente orden se ofertan algunas medidas para enfrentar la crisis que se centran, de una parte, en promover el incremento de la demanda, especialmente de turistas alemanes, y, de otra, en estimular la mejora de la oferta, tanto con la redefinición del marketing y reconocimiento de la Isla, a nivel peninsular y centroeuropeo, como con la mejora del producto turístico con estímulos a las empresas dentro del ámbito competencial y de las posibilidades financieras del Ministerio*” (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013:2) se recurre a incrementar los mismos mercados, a la par que se llevarán a cabo acciones de comercialización sin un ejercicio previo de búsqueda de las causas que están llevando a la pérdida de la identidad.

Ésta propuesta es **inconsistente** al pretender una mayor dependencia de un mercado que está dando muestras de abandono del destino, a la par que pretende incrementar el número de turistas cuando podría ser esto mismo parte de la pérdida de identidad del destino.

Hay que poner de relevancia es la corta **vigencia** del PAE-La Palma además de una falta de continuidad, al establecerse una duración de cinco meses¹⁰ para el desarrollo de la totalidad del PAE-La Palma así como una financiación “*con cargo a los recursos disponibles para este ejercicio de los estados de gastos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo y de los organismos y entidades implicadas*, (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013:5),

Por el contrario, hay que **destacar positivamente** la apuesta por el conocimiento turístico a través de la implantación de un sistema de inteligencia, así como por el cambio en la movilidad, si bien la falta de financiación y la falta de tiempo para su desarrollo pueden ver mermados seriamente su eficacia.

En el aspecto de la **gestión** resulta llamativo que, pese a ser el turismo una competencia exclusiva de las Comunidades Autónomas, se desarrolla de forma exclusiva por parte de la Administración del Estado (a través de múltiples entidades vinculadas como Segittur, EINSA, IDAE y Turespaña) aunque se contase con la participación del cabildo insular y gobierno canario en la fase propositiva del mismo (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013).

¹⁰ La Orden ministerial, publicada el 26 de julio de 2013, establece en los arts. Tercero y Cuarto respectivamente (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2013:5):

“*Duración: Con carácter general los Programas PAE/La Palma se iniciarán y ejecutarán en el ejercicio 2013, en lo que a medidas con cargo a créditos anuales se refiere.*”

“*Financiación: Las medidas descritas en los Programas se financiarán con cargo a los recursos disponibles para este ejercicio [2013] en los estados de gastos del Ministerio*”

Desde la óptica de la **difusión** del Programa, a pesar de que entre sus actividades se especifica la difusión de sus actuaciones, ha resultado infructuoso conocer el estado de ejecución de sus propuestas más allá de los documentos de presentación de cada uno de los programas piloto en que se configura el PAE-La Palma y su Orden ministerial. Esta información únicamente está disponible en la web del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Por último, y para poder valorar en la totalidad la propuesta, tenemos que referirnos a los resultados. Si bien la propuesta aún no ha cumplido el año de vida, según sus propias bases es una concepción con resultados en el corto y medio plazo. Sin embargo los resultados son aún imperceptibles en lo que se refiere a variación interanual de viajeros, tal como nos muestra el gráfico con la serie de datos utilizadas para su formulación y la continuación en los meses siguientes, y si hablamos de tendencia, no hay síntomas de un cambio.

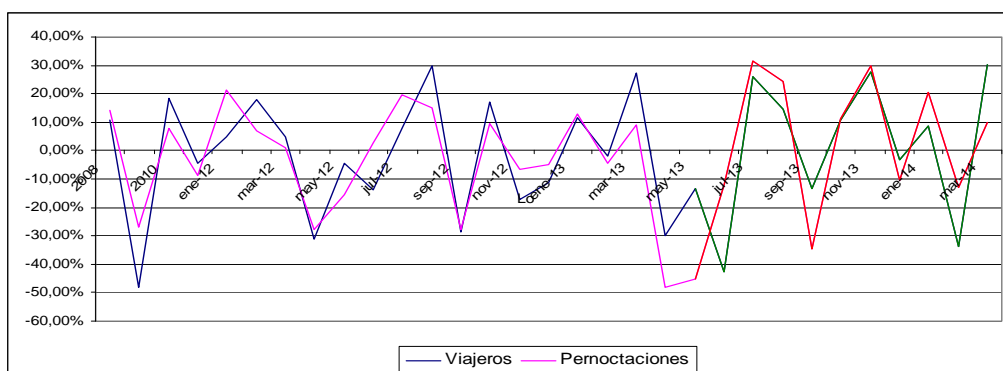


Ilustración 14: Variación interanual de Viajeros y pernoctaciones de extranjeros en La Palma

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Energía, 2011 y Encuesta de ocupación Hotelera. INE. Elaboración: Propia

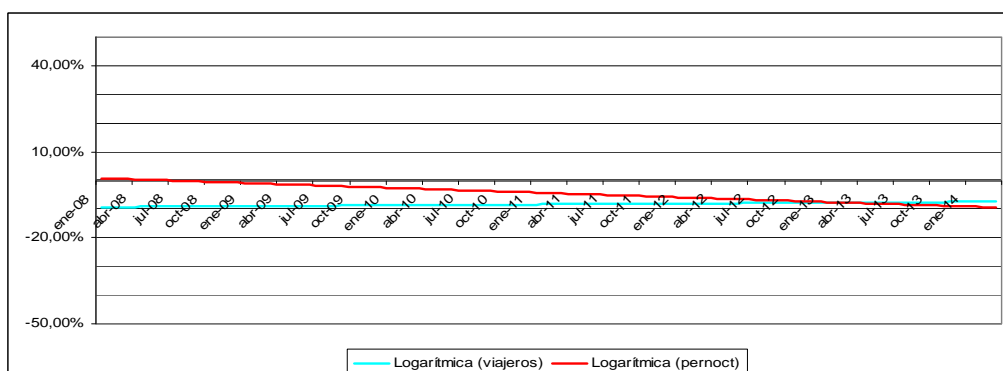


Ilustración 15: Tendencia de variación interanual de viajeros y pernoctaciones de extranjeros en La Palma.

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE. Elaboración: Propia

Por todo lo expuesto cabe concluir que este Programa no producirá los efectos previstos, ya que no se están atajando problemas de fondo (identidad y alta dependencia de un único emisor) a la par que se plantean acciones que puedan servir de pacificación del sector con una reducida inversión, con falta de participación en su ejecución al estar dirigido exclusivamente desde la Administración del Estado. A pesar de esto hay que mencionar, como aspectos

positivos, la apuesta por la implantación de un sistema de inteligencia turística así como por una movilidad menos contaminante, si bien habrá que esperar su definitiva implantación y posterior adopción tanto por el sector turístico como por la población local.

3.3.2.- Propuesta Privada: Sol Calviá Resort Magalluf

La propuesta que veremos a continuación rompe con todos los esquemas y sistematización vistas hasta ahora, sin embargo, este proyecto de configurar un gran “resort” en las costas españolas confirma la expansión de la 4ª periferia que veíamos anteriormente más allá de las áreas en que aparecieron en un primer momento (Caribe/Centroamérica, sudeste asiático, ...).

A esta actuación es difícil encajarla como “plan de reconversión de destino”, ya que lo que Sol-Meliá pretende es reposicionar exclusivamente sus inversiones en Magalluf, perteneciente al municipio de Calviá, –irónicamente situadas frente al área en reconversión de Playa de Palma–, mediante una estrategia estrictamente privada.

Sin embargo, tanto la prensa como administraciones tildan a esta actuación de “plan de renovación”, encontrando aquí la primera de sus carencias: la falta de un documento público (o al menos accesible directamente)¹¹ en el que se especifique el *qué* y consecuencias de una actuación que tiene un *para qué* muy evidente: maximizar el beneficio de su promotora

Según se ha ido conociendo del plan presentado en 2011, se pretende la renovación de 6 hoteles¹², la incorporación del entorno urbano adyacente y la explotación exclusiva de parte de la playa (Diario de Mallorca, 01/10/2011) mediante la creación de un resort los siguientes requisitos:

- Incremento de categoría de los hoteles
- Captura de espacios públicos
- Desinversión de hoteles / reconversión de hoteles en viviendas

Especialmente interesante resulta la financiación del proyecto: obtener de la administración local el cambio de usos de suelo (turístico a residencial) para su edificación y venta, y la transformación del gran inversor en inversores más pequeños gracias a la figura del *condotel*¹³. Además asistimos a una puesta en

¹¹ Ante la ausencia de documentos oficiales o cualquier otra información formal, toda la información de éste proyecto debe ser recopilada a través de prensa y declaraciones de los principales implicados.

¹² Sol Antillas, Sol Guadalupe, Sol Jamaica, Sol Trinidad, Meliá Royal Beach y Sol Magalluf Park

¹³ La figura del *condotel* se basa en la venta de un derecho de uso por 50 años de una unidad de alojamiento, el retorno de la inversión mediante un dividendo en función a la marcha del establecimiento y, opcionalmente, el disfrute de la unidad de alojamiento durante ciertos periodos a lo largo del año.

escena de continua inversión para la reconversión (Diario El Mundo, 15/06/2014; Preferente.com, 16/06/2014), que pone de manifiesto, tanto las grandes inversiones necesarias para la reconversión de los destinos, como la falta de inversión en momentos anteriores.



Ilustración 16: Infografía de las áreas del proyecto de Magalluf.
Elaboración: Sol-Meliá Fuente: www.preferente.com

Esta fórmula de reconversión, también llamada “fórmula Magalluf” o “tercera vía” ha ganado apoyos, tanto privados como públicos, desde el momento de su anuncio (Preferente.com, 20/04/2012). Para los primeros ofrece una muestra de “responsabilidad social” y para los segundos como alternativa a los costosos (y bloqueados) planes públicos. Ésta situación de apoyo llega a ser contradictoria cuando se le concede en tiempo récord la calificación de “proyecto de interés comunitario” o cuando los propios miembros del Plan de Playa de Palma exponen como ejemplo de planificación ésta actuación estrictamente privada (Diario El Mundo, 15/06/2014; Preferente.com, 20/04/2012 y 16/06/2014).

Característica Megaproyecto	Característica Magalluf
Espacio en Declive	Destino turístico obsoleto y deteriorado Imagen de baja calidad con baja rentabilidad económica
Segregación espacial y ruptura del continuo espacial circundante	Resort ajeno al destino
Apropiación de espacios públicos	Integración en Resort de calles y espacios públicos Gestión privada de 1 Km. de playa
Operaciones urbanístico-financiera	Cambio a uso residencial Desinversión con Condotel
Apoyo público expreso con imagen de proyecto ajeno a la política	Agilización y simplificación de autorizaciones Proyecto declarado de “Interés Autonómico”
Falta participación / planificación	Proyecto exclusivo de Meliá. Sin proyecto y/o exposición previa

Tabla 4: Caracterización de Magalluf como Megaproyecto
Elaboración: Propia

A la vista de sus características e imagen pública podemos afirmar que se trata de una *reconversión mediante megaproyecto*, ya que existe un claro paralelismo entre ésta actuación y los requisitos que veíamos en el aptdo 2.2.1.-(Pág. 7) para ser considerado un megaproyecto y se sintetizan en la Tabla 4

Sin embargo, ésta implantación no está exenta de polémica, ya que no son pocos los actores locales que apuntan hacia la concentración de la demanda en un único operador, lo que supone la ruptura con el funcionamiento del turismo en el litoral español como una economía abierta, hacia una economía de enclaves cerrados y aislados, propios de la 4ª periferia. Por lo tanto, el modelo de periferias nos indica claramente cómo este tipo de proyectos responden a una transformación del turismo que va más allá del propio turismo, concentrando, privatizando y gentrificando los destinos turísticos.

Pero la cuestión más llamativa no está en el desarrollo aislado de ésta propuesta, si no que ya se plantea exportar esta experiencia a otros destinos. Ya encontramos diferentes ejemplos de proyectos en desarrollo, como el del grupo Matutes en Ibiza (Preferente.com, 11/2/2013), o algunas propuestas para su desarrollo en Canarias, concretamente Arona, donde Meliá posee instalaciones similares (Preferente.com, 08/10/2012) a la par que en éstos destinos no dudan en ofertar condiciones especiales para captar el proyecto (Preferente.com, 27/06/2013)

4.- CONCLUSIONES

Como hemos descrito a lo largo de la primera parte del trabajo el turismo litoral se encuentra inmerso en un proceso de cambio profundo, complejo y amplio como reflejo del desarrollo de la economía *postfordista*, caracterizada en una economía globalizada y altamente especulativa. Estos cambios en el turismo, como uno de los mejores ejemplos de la *nueva* economía, pueden resumirse:

- *Integración empresarial*, vía fusión, adquisición o acuerdos estratégicos, principalmente con competidores o entidades financieras que está generando grandes corporaciones turísticas.
- *Flexibilización y/o desinversión productiva*, materializado en la creciente separación de propiedad y explotación hotelera o la búsqueda de inversores externos a la actividad turística
- *Financiarización y deriva inmobiliaria del turismo*, por un lado al reinvertir en el turismo los beneficios obtenidos en la actividad inmobiliaria-financiera, y por otro al utilizar el turismo como punta de lanza para la promoción y gestión urbanística.

Estas características financieras e inmobiliarias sientan las bases para una íntima conexión con las claves del *nuevo crecimiento urbano*, el crecimiento mediante la generación de *megaproyectos* en áreas desindustrializadas, marginadas o deterioradas a la par que extiende el concepto de “urbe global” o “ciudad difusa” mediante la absorción de las áreas limítrofes. En el caso de los destinos consolidados, ésta expansión se traduce en una nueva visión del destino: pasar de un destino turístico, caracterizado por una oferta hotelera, a un extrarradio de la “ciudad difusa”, como área de recreo y de segunda residencia.

Esta visión ha sido escasamente estudiada hasta ahora, al utilizarse principalmente el Modelo de Ciclo de Vida como base conceptual de la reconversión del turismo. Sin embargo, este doble proceso de expansión global del turismo y transformación de la función del destino sí ha sido abordada, de forma independiente, por los modelos de Periferias Turísticas (E. Gormsen, 1997) y de expansión urbana de la segunda residencia (Lundgren, 1974) . Una de las aportaciones que pretende este trabajo es la interpretación conjunta de éste fenómeno, como las dos caras de la misma moneda: El crecimiento urbanístico de los destinos turísticos litorales consolidados en base a una dinámica residencial como resultado de la expansión geográfica global del turismo a lo largo de la 4ª periferia.

Este crecimiento urbanístico desmedido, enmascarado durante el desarrollo de la burbuja inmobiliaria, ha puesto en entredicho la viabilidad y rentabilidad de los destinos, obligándoles a formular diferentes estrategias reactivas, bajo la fórmula de Planes de Reconversión o Recualificación.

Ya en la segunda parte del trabajo vemos como los Planes de Reconversión formulados en España guardan grandes similitudes entre sí:

- Se parte de la premisa del mantenimiento de la actividad turística, planteando un cambio en el modelo de implantación turística
- Un diagnóstico realista de la situación de partida y crítico con el crecimiento
- Propuestas de acción valientes y comprometidas, que permitan recuperar la actividad y contener el crecimiento.
- Actuaciones reales escasas, carentes de novedad y que no suponen un verdadero cambio de la implantación del turismo, al basarse en acciones de marketing y la reducción de los impactos del crecimiento anterior.

La falta de resultados reales, a la que se busca una excusa con la falta de financiación causada por la crisis financiera, esconde una falta de valentía para apostar por actuaciones comprometidas, así como el impulso necesario por sus promotores. Éste impulso resulta crucial, tal como demuestra el avance en los planes que se configuran como un punto de encuentro (Qualifica, Puerto de la Cruz), mientras que en los momentos que se utiliza como pugna política se configuran como una forma de pérdida de esfuerzos, tiempo y dinero (Playa de Palma). Esta pugna política incluso llega a deteriorar los buenos resultados de gestión, tal como demuestra la sustitución del Plan Qualifica por una serie de actuaciones menores, dispersas y desconectadas, que priman el signo político a las necesidades del territorio.

Paralelo al cambio político, acompañado de la restricción económica asociada a la crisis financiera y su mensaje de primacía de la iniciativa privada, se ha producido una profunda transformación de la visión de la reconversión de destinos, pasando de planes de reconversión exclusivamente públicos, proponiendo una revolución en la concepción del destino y las actuaciones a desarrollar (Playa de Palma) hasta planes que pretenden una actuación pública mínima, centrada en el marketing, la comercialización y la imagen (PAE-La Palma) dejando en la iniciativa privada todo atisbo de ejecución (Meliá-Magalluf).

Si bien una iniciativa exclusivamente privada puede convertirse en un mero escaparate de oportunismo y pugna política, la exclusividad en la gestión privada confirma, por un lado, la expansión del modelo de turismo postfordista a todo el globo, tal como ya predecía Gormsen para su 4ª periferia, y por otro encumbra los principios de la economía liberal y desreguladora que mediante la captura de bienes y servicios públicos en inversiones privadas busca el beneficio individual y el control de todo el proceso productivo. Este control del destino por grandes operadores turísticos está causando que la población local y los pequeños actores económicos queden a merced de los intereses de una gran corporación.

Por todo lo aquí expuesto se constata como se han satisfecho con creces los objetivos planteados para este trabajo. Se ha podido establecer una conexión entre diferentes modelos hasta ahora estudiados de forma independiente, se han abordado por primera vez de forma conjunta los Planes de Reconversión y las propuestas de planificación que les están sucediendo, a la par que se confirma la hipótesis de partida: la falta de reconversión real de los destinos por la falta de voluntad política hacia acciones comprometidas e innovadoras.

A la vista de éstos resultados, y en la medida que sea posible, el siguiente reto es continuar la investigación aquí expuesta siguiendo el planteamiento del desarrollo de los destinos como una respuesta a la nueva política urbana global, así como bajo la línea de las transformaciones en los procesos de reconversión y sus impactos en el destino bajo un liderazgo público o privado.

Por último, paralelo al seguimiento de las nuevas políticas turísticas de reconversión y gestión de destinos, deben plantearse mecanismos de retroalimentación y aprendizaje entre las diferentes propuestas de reconversión así como con las políticas de desarrollo regional. Debe tomarse especial importancia en el momento actual, en el que se está formulando la “política turística europea”, así como la posibilidad de establecer líneas específicas de financiación para la reactivación de las áreas costeras degradadas (Comisión Europea, 2010; Parlamento Europeo, 2010).

5.- APÉNDICES

5.1.- TABLA COMPARATIVA DE DESTINOS

	Playa Palma	Qualifica	Maspalomas	Pto. Cruz	PAE- La Palma	Magalluf (b)
Actores	4	14	3	3	1	1
Municipios	2 (parcial)	8	1 (parcial)	1	14	1 (Parcial)
Extensión	10 km ²	658 km ²	-	8,73 km ²	708 km ²	0,14 km ²
Población 2014	30.000	508.755	-	32.571	87.000	-
Plazas Regladas 2014	45.209	116.128	51.559	19.946	4.053	3.500
Presupuesto Inicial (a)	3.963	335,5	12,3	662,4	2,4	-
Inversión Realizada (a)	27,3	159,3	5,5	7,1	2,4	81
Estado Jul / 2014	Revisión	Finalizado	Desarrollo	Desarrollo	Finalizado	Desarrollo

- Dato no disponible

(a) Millones €

(b) Según datos Grupo Meliá (Diario El Mundo, 15/06/2014; Preferente, 16/06/2014)

5.2.- RELACIÓN DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Síntesis de actuaciones en destinos frente al cambio.	9
Ilustración 2: Reestructuración de servicios y ejemplos en el turismo.	10
Ilustración 3: Modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico.....	11
Ilustración 4: Modificación del MCVDT por Agarwal.....	13
Ilustración 5: Evolución de las Periferias Turísticas.....	13
Ilustración 6: Áreas de segunda residencia y crecimiento de áreas urbanas.....	16
Ilustración 7: Propuesta de fase IV para el modelo de Lundgren.....	17
Ilustración 8: Distribución de plazas hoteleras en el Mediterráneo y Canarias	19
Ilustración 9: Plano General de Playa de Palma.	23
Ilustración 10: Area de influencia del Plan Qualifica.....	25
Ilustración 11: Composición de áreas a intervenir en Puerto de la Cruz.	28
Ilustración 12: Diagrama de Actuación del Plan de Modernización, integrando Objetivos, Estrategias y Programas.....	30
Ilustración 13: Propuesta de trabajo del Proyecto NOSOLOCAMAS.....	32
Ilustración 14: Variación interanual de Viajeros y pernoctaciones de extranjeros en La Palma.....	35
Ilustración 15: Tendencia de variación interanual de viajeros y pernoctaciones de extranjeros en La Palma.....	35
Ilustración 16: Infografía de las áreas del proyecto de Magaluf.	37

5.3.- RELACIÓN DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de financiación del plan de renovación del sur de Gran Canaria. ..	27
Tabla 2 : Comparación de financiación por línea estratégica y momento de vigencia. 31	
Tabla 3: Resumen actuaciones PAE - La Palma 2013.	33
Tabla 4: Caracterización de Magaluf como Megaproyecto	37

6.- BIBLIOGRAFÍA

- AGARWAL, S (2002): "Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle". *Annals of tourism research*, 29 (1), pp 25-55.
- AGUILERA, F y NAREDO, J.M. (2009) eds.: "Economía, Poder y Megaproyectos" Fundación César Manrique, Lanzarote.
- BLÁZQUEZ, M Y MURRAY, I (2010): "Una geohistoria de las Islas Baleares". *El periplo sustentable. Turismo y Desarrollo*, 18: 69-118.
- BUADES, J. (2006): "Exportando paraísos. La colonización turística del planeta." Ed. La Lucerna, Palma de Mallorca.
- BUTLER, R (2011): "Tourism Area life cycle". *Contemporary Tourism Reviews*. Goodfellow Publishers. Oxford.
- CARPINTERO, O (2009): "El poder financiero de los grandes grupos empresariales. Los nuevos "creadores" de dinero" en Aguilera, F y Naredo, J.M. (2009) (eds) *Economía, poder y Megaproyectos*. Fundación César Manrique, Lanzarote
- CLANCY, M (1998): "Commodity Chains, services and development: Theory and preliminary evidence from the tourism industry". *Review of International Political Economy*, Vol 5 nº 1 (spring, 1998) pp 122-148.
- COMISIÓN EUROPEA (2010): "Europa, primer destino turístico del mundo: Un nuevo marco político para el turismo europeo". <http://ec.europa.eu/>
- CONSORCIO PLAYA DE PALMA (2010): "Plan de Reconversión Integral. Aprobación Inicial". Palma de Mallorca.
- CONSORCIO QUALIFICA (2012): "Resumen del Consorcio y actuaciones. Septiembre de 2012". www.qualifica.org
- CONSORCIO PUERTO DE LA CRUZ, (2012a): "Plan de Modernización, Mejora e incremento de la Competitividad en Puerto de la Cruz". www.consorciopuertodelacruz.com
- CONSORCIO PUERTO DE LA CRUZ, (2012b): "Plan de Rehabilitación de Infraestructuras Turísticas de Puerto de la Cruz". www.consorciopuertodelacruz.com
- CONSORCIO PUERTO DE LA CRUZ (2013): "Proyecto NoSoloCamas. Modelos para la renovación Turística". www.consorciopuertodelacruz.com
- DIARIO DE MALLORCA (01/10/2011): "El Govern entregará la concesión de playas a los hoteles para su explotación" www.diariodemallorca.es (consultado del 30/04/2014)
- DIARIO EL MUNDO (15/06/2014): "Meliá invertirá al menos otros 25 millones en Magalluf en tres años". www.elmundo.es (Consultado el 16/06/2014)
- DIARIO SUR (03/04/2014): "Hosteleros instan a la Junta a crear un plan de ayudas específico para el sector. www.sur.es (consultado el 09/04/2014)
- DIPUTACION DE MÁLAGA (2014): "El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la Diputación y la Mancomunidad Occidental inyectarán 2,2 millones para mejorar enclaves turísticos de la Costa del Sol Occidental". www.malaga.es/noticias. Consultada el 21/01/2014
- DONAIRE, J.A. (1998): "La reconstrucción de los espacios turísticos. La geografía del turismo después del fordismo." *Sociedade e Territorio*, 28.
- DONAIRE, J.A. Y MUNDET, L (2001): "Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes". *Papers de Turisme*, 29: 55-65.

- EXCELTUR (2003): "Plan Renove de Destinos Turísticos Españoles". www.exceltur.org
- EXCELTUR (2005): "Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias". www.exceltur.org
- FAINSTEIN, S (2008): "Mega-projects in New Cork, London and Amsterdam". *International Journal of Urban and Regional Research*, 32 pp 269-276.
- FERNÁNDEZ DURÁN, R. (2006): "El tsunami urbanizador español y mundial". Ed. Virus, Barcelona.
- FUSTER GARCIA, B.; LILLO BAÑULS, A.; MARTÍNEZ MORA, C. Y RAMON RODRIGUEZ, A. (2010): "Crecimiento internacional de cadenas hoteleras vacacionales españolas desde una perspectiva global: Un estudio de casos" *Cuadernos de Turismo*, nº 25, pp 69-98. Universidad de Murcia.
- GONZALEZ PEREZ, J.M. (2012): "Un plan nuevo para un núcleo turístico maduro. Reconversión y rehabilitación de Platja de Palma (Mallorca) en VERA REBOLLO, J.F. y RODRÍGUEZ SANCHEZ, I (eds) (2012): "Renovación y reestructuración de destinos turístico en áreas costeras". Universidad de Valencia.
- GORMSEN, E (1997): "The impact of tourism on coastal areas". *Geojournal*, nº 41 (1) pp 39-54.
- HOSTELTUR (2013): "Playa de Palma aprueba un plan radicalmente contrario al anterior". 17/06/2013- www.hosteltur.com
- JUNTA DE ANDALUCÍA (1999): Ley, de 15 de diciembre de 1999, del Turismo de Andalucía. B.O.J.A. nº 151 de 31 de diciembre de 1999.
- JUNTA DE ANDALUCIA (2007): Decreto 78/2007, de 20 de marzo, por el que se aprueba el programa de Recualificación de Destinos de la Costa del Sol occidental de Andalucía "Plan Cualifica" B.O.J.A. nº 75, de 15 de abril de 2007.
- LA OPINION DE MÁLAGA (25/02/2014): "El PSOE reclama al Gobierno más inversión en el Qualifica de la Costa del Sol.
- LOPEZ OLIVARES (coord.), ANTÓN CLAVÉ, NAVARRO JURADO, PERELLI DEL AMO, Y SASTRE ALBERTI (2005). "Cambios y transformaciones en el actual modelo turístico de España" *Annals of Tourism Research en Español*, 7 (2): 423-446
- LUNDGREN, J.O.J. (1974): "On access to recreational lands in dynamic metropolitan hinterlands". *Tourism Reviews*, vol 29 (4) pp 124-131.
- MARIN MOYANO, J.A. Y NAVARRO JURADO, E (2011): "Destinos turísticos consolidados ante el cambio del modelo turístico: Costa del Sol Occidental". Actas del Congreso Internacional de Renovación y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral. Alicante, 24 y 25 de Noviembre de 2011. Sin ISBN
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO (2012): "Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015". <http://www.minetur.gob.es>
- 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.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2008): "Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Plan del Turismo Español 0812". <http://www.minetur.gob.es>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2009): "Resolución de 23 de enero de 2009, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el Convenio de colaboración, entre el Instituto de Turismo de España, la Comunidad Autónoma de Canarias, el Cabildo Insular de Gran Canaria y el Ayuntamiento de San Bartolomé de

Tirajana para la Rehabilitación de las Infraestructuras Turísticas de San Agustín, Playa del Inglés y Maspalomas.” B.O.E. nº 27, de 31 de enero de 2009

- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (2010): “Resolución de 9 de septiembre de 2010, de la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, por la que se publica el Convenio de colaboración con la Comunidad Autónoma de Canarias, el Cabildo Insular de Tenerife y el Ayuntamiento de Puerto de la Cruz para la rehabilitación de las infraestructuras turísticas del municipio.”. B.O.E. nº 236, de 29 de septiembre de 2010.
- MURRAY MAS, I y BLAZQUEZ SALOM, M (2009): “El dinero, la aguja del tejido de la globalización capitalista” *Boletín de la A.G.E.* nº 50. pp 43 – 80
- NAREDO, JM. (2006): “Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Más allá de los dogmas”. Ed. Siglo XXI
- NAVARRO JURADO, E (2010): “Reconversión de los espacios turísticos en el mediterráneo español. E caso de la costa del Sol Occidental” en Pircornell, Arrom y Ramis (coord) *Reconversió Integral dels Espais Turístics*, Palma de Mallorca. Pp 63-75
- PARLAMENTO EUROPEO (2010): “Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de diciembre de 2008, sobre el impacto del turismo en las regiones costeras: Aspectos relacionados con el desarrollo regional”. D.O.U.E. nº C/45 E/1 de 23 de febrero de 2010
- PREFERENTE.COM (20/04/2012): “Borrego “El proyecto de Meliá en Magalluf es símbolo de la renovación”. www.preferente.com (Consultado el 30/05/2014)
- PREFERENTE.COM (08/10/2012): “Escáner “El proyecto de Magalluf podría ser perfectamente extrapolable, especialmente en Arona” www.preferente.com (Consultado el 30/05/2014)
- PREFERENTE.COM (11/05/2013): “Matutes replica en Ibiza el modelo Meliá invirtiendo 300 millones”. www.preferente.com (consultado el 30/05/2014)
- PREFERENTE.COM (27/06/2013): “Espero que Meliá nos contacte y discutamos el proyecto”. www.preferente.com (Consultado el 30/05/2013)
- PREFERENTE.COM (06/07/2013): “Cómo gastar 27 millones de euros y no mover un ladrillo” www.preferente.com (Consultado el 26/05/2014)
- PREFERENTE.COM (16/06/2014): “Meliá invertirá otros 25 millones en renovar más hoteles en Magalluf”. www.preferente.com (Consultado el 16/06/2014)
- PRIESTLEY, G y MUNDET, LI (1998) “The Post-Stagnation Phase of the resort cycle”, *Annals of tourism research*, 25 (1): 85-111
- RULLAN SALAMANCA, O. (2008): “Reconversión y crecimiento de las zonas turísticas: del fordismo al postfordismo” en *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?. X coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación de la A.G.E.* Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha y Asociación de Geógrafos Españoles, pp. 587-626
- SANTOS PAVÓN, E. y FERNÁNDEZ TABALES, A. (2010): “El litoral turístico español en la encrucijada: Entre la renovación y el continuismo”. *Cuadernos de Turismo*, nº 25, pp 185-206. Universidad de Murcia.
- SWYNGEDOUW, E.; MOULAERT, F. Y RODRIGUEZ, A. (2002): “Neoliberal urbanization in Europe: Large-scale Urban Development Projects and the New Urban Policy” en Brenner, N y Theodore, N (eds) *Spaces of neoliberalism. Urban restructuring in North America and Western Europe*, Blackwell. Oxford
- SWYNGEDOUW, E. (2004): “Globalisation or ‘Glocalisation’? Networks, Territories and Rescaling” *Cambridge Review of International Affairs*, vol 17 (1).

- VERA REBOLLO, J. (1994): "El modelo turístico del mediterráneo español: Agotamiento y estrategias de reestructuración", *Papers de Turisme*, 14-15: 131-147
- VERA REBOLLO, J y BAÑOS CASTIÑEIRA, C.J. (2010): "Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: Las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la A.G.E.* nº 53. pp 329-353
- VICECONSEJERÍA DE TURISMO (2014): "Anuncio de 1 de abril de 2014, por el que se hace pública Resolución de 28 de marzo de 2014, que prorroga e período de ejecución y justificación de actuaciones del Consorcio Urbanístico para la Rehabilitación de las Zonas Turísticas de San Agustín, Playa del Inglés y Maspalomas". BOCAN nº 71, de 10 de abril de 2014.
- Yrigoy, I (2011): "Reactivando la "Growth machine" de sol y playa: El proceso de reestructuración de la playa de Palma (Mallorca)". Actas del Congreso Internacional de Renovación y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral. Alicante, 24 y 25 de Noviembre de 2011. Sin ISBN