



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Reestructuración de destinos turísticos maduros en espacios litorales: aplicación del modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos al caso de Peñíscola

Autor

Javier Mateo Pardo

Director

Raúl Lardiés Bosque

Facultad de Filosofía y Letras
Grado en Geografía y Ordenación del Territorio

Año
2015

Resumen:

El ciclo de vida del destino turístico es uno de los temas de mayor importancia en los análisis turísticos. Este modelo muestra la evolución de un destino en un periodo de tiempo y puede ayudar a identificar la estrategia y las medidas más lógicas para llevar a cabo.

El presente trabajo pretende aplicar el modelo del ciclo de vida sobre el destino de Peñíscola (Castellón). Además se presenta un análisis de Peñíscola como destino turístico maduro. El objetivo principal es diagnosticar la fase en la que se encuentra este destino siguiendo el modelo de Butler del ciclo de vida de los destinos turísticos. A partir de ahí se detectan una serie de problemas territoriales de la actividad turística y se generan una serie de medidas que pueden permitir corregir o minimizar estos problemas y desequilibrios territoriales en el destino. El trabajo persigue obtener una mayor comprensión del funcionamiento y dinámica de Peñíscola como destino, además de probar una teoría clásica reafirmando su validez en la actualidad.

Abstract:

The life cycle of the tourist destination is one of the most important issues in tourism analysis. It shows the evolution of a destination over a period of time and can help to identify the most logical strategy and measures to implement.

This work aims to apply the model of the life cycle to the case of Peñíscola (Castellón). In addition, an analysis of Peñíscola as a mature tourist destination is presented. The main objective is to diagnose the stage where this destination is presently, following the Butler lifecycle model of tourist destinations. From there, a number of territorial issues of touristic activity are detected and a series of measures to correct or minimize these problems and regional imbalances in the destination are proposed. The work aims to obtain a greater understanding about the functioning and dynamics of Peñíscola as a destination, as well as to prove a classical theory reaffirming its validity today.

Contenido

1.	Introducción	7
2.	Objetivos	8
2.1.	Objetivos principales	8
2.2.	Objetivos secundarios	8
3.	Metodología	8
4.	Localización y contexto territorial de Peñíscola	10
5.	Ánálisis de las políticas en materia de turismo y territorio	13
6.	Modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler	18
6.1.	El modelo de Butler y su aplicación	18
6.2.	Etapas ciclo de vida de un destino turístico	21
6.2.1.	Fase de exploración	21
6.2.2.	Fase de implicación	21
6.2.3.	Fase de desarrollo	22
6.2.4.	Fase de consolidación	23
6.2.5.	Fase de estancamiento	23
6.2.6.	Fase de declive	24
6.2.7.	Fase de rejuvenecimiento	25
7.	El diagnóstico de Peñíscola como destino	26
7.1.	Aplicación del modelo de Butler al caso de Peñíscola	29
7.1.1.	Indicadores vinculados a la oferta	30
7.1.2.	Indicadores vinculados a la demanda	32
7.1.3.	Factores externos	38
7.2.	Problemas detectados desde la perspectiva territorial	39
8.	Propuestas de actuación	41
8.1.	Mejora de las infraestructuras con el fin de obtener una accesibilidad mayor	43
8.2.	Diversificación del producto turístico ofertado	43
8.3.	Reestructuración de la calidad de las instalaciones hoteleras	44
8.4.	Difusión de playas alternativas, menos conocidas y con afluencia turística menor ...	44
8.5.	Reducir la estacionalidad mediante la creación de eventos anuales	45
8.6.	Articulación de la zona de litoral con el interior del municipio	45
9.	Conclusiones	45
10.	Bibliografía	47

1. Introducción

El turismo es una actividad económica que se ha desarrollado con intensidad en España desde hace ya varios años, país que ha sido un escenario clave para el surgimiento y consolidación de un modelo de turismo de masas en los espacios litorales. Concretamente, el turismo de sol y playa es el segmento que genera mayor flujo de turistas y representa un importante motor para el desarrollo de la actividad en muchos países. Sin embargo, la masificación, el deterioro ambiental, los cambios en la demanda y el aumento de la competencia han generado una preocupación por el futuro de los destinos consolidados de sol y playa (Soares, 2012). Este desarrollo exponencial ha seguido además en muchos casos una línea carente de planificación territorial y ha derivado en una serie de impactos negativos en el espacio litoral.

Según Vera Rebollo (2010), los destinos de turismo litoral presentan incertidumbres acerca de su competitividad y capacidad de adaptación a las tendencias del mercado turístico, razones que justifican la necesidad de progresar hacia una reestructuración y gestión turística avanzada que permita mantener la competitividad dentro de las coordenadas del desarrollo turístico sostenible. Hay que añadir que las pautas lógicas de actuación en el litoral requieren adaptarse a los retos impuestos por los profundos cambios que se están produciendo en el turismo (Perelli y Prats, 2007). Del crecimiento ilimitado y desvalorizado, característico de las etapas anteriores, ahora es necesario optar por un cambio de paradigma basado en la diferenciación, la sostenibilidad, la diversificación y la calidad integral (Vera, 2011). En este contexto algunos destinos del litoral mediterráneo español se enfrentan desde una situación de madurez de su producto turístico marcada por el declive del espacio y la obsolescencia de los servicios turísticos que se ofertan (Perelli y Prats, 2007).

El presente trabajo surge con la necesidad e intención de enfrentarse a esta problemática por la cual muchos destinos turísticos maduros del litoral español han entrado en una dinámica negativa, y en concreto se trabaja sobre el destino turístico de Peñíscola. Es esta la razón por la que se aborda esta investigación, que está apoyada en una de las más reconocidas teorías de la dinámica y evolución de los destinos turísticos. Se trata de la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos formulado por Butler en 1980, a partir de la cual se pretende diagnosticar la etapa actual del municipio de Peñíscola como destino turístico. El ciclo de vida del destino turístico constituye uno de los temas de mayor relevancia en los análisis de competitividad turística; muestra la evolución de un destino en el tiempo y puede ayudar a identificar la estrategia más coherente a llevar a cabo. A partir de ahí el análisis abordará cuestiones relacionadas con la planificación turística con el fin de corregir posibles desequilibrios territoriales.

La razón de seleccionar el municipio de Peñíscola como área de estudio es debida a que se trata de un destino turístico litoral ya consolidado, en el que siempre ha predominado un turismo de masas de sol y playa, siendo históricamente uno de los destinos referencia de la costa del Azahar (Castellón). Además se trata de un destino que no ha sido demasiado investigado y se ha creído interesante aplicar el modelo antes citado por primera vez en este destacado municipio mediterráneo. Desde una perspectiva geográfica y territorial se abordará pues el estudio íntegro y preciso del municipio de Peñíscola con el objetivo de caracterizarlo y de diagnosticar la etapa

actual en la que se encuentra según el modelo de Butler, para posteriormente generar una serie de medidas que permitan mejorar su dinámica actual si fuera necesario.

2. Objetivos

El trabajo plantea una serie de objetivos iniciales que se intentarán solventar aplicando la metodología que posteriormente se expone. Los objetivos son de dos tipos: objetivos principales, y objetivos secundarios o complementarios.

Los objetivos principales están muy en la línea de los trabajos clásicos de diagnóstico y planificación turística. Son dos y pretenden completar las dos fases más importantes del análisis; la primera fase de diagnóstico a través de la cual se aplica el modelo de Butler, y la segunda fase de planificación que permite establecer una serie de propuestas que mejoren la dinámica del destino una vez diagnosticado la etapa en la que se encuentra, y haber detectado una serie de problemas. El primer objetivo hace referencia a la fase de diagnóstico, y el segundo objetivo hace referencia a la fase de planificación.

2.1. Objetivos principales

- Diagnosticar la etapa actual del destino mediante la aplicación de la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos formulada por Butler en el año 1980.
- Formular una serie de propuestas de actuación que permitan una mejor gestión del espacio de Peñíscola como destino turístico y que ayuden a optimizar al máximo los recursos que en esta área del mediterráneo encontramos, muy en la línea de la planificación de los destinos turísticos.

2.2. Objetivos secundarios

- Obtener una aproximación al funcionamiento y dinámica actual de los destinos turísticos litorales maduros, y concretamente del destino de Peñíscola, que permita mejorar la planificación turística del destino analizado.
- Conocer algunas potencialidades del municipio de Peñíscola como espacio de ocio y recreación para poder seguir una línea de planificación adecuada que permita reconvertir el destino y generar nuevos atractivos y recursos de ocio.
- Establecer una serie de pautas que ayuden a analizar estudios posteriores sobre destinos turísticos maduros.
- Detectar los posibles problemas territoriales derivados de la actividad turística.
- Analizar las fluctuaciones de la oferta y la demanda en el destino a lo largo de los últimos quince años.

3. Metodología

La metodología aplicada para la realización de este trabajo sigue una línea muy clara que pretende resolver los objetivos marcados. Se basa en la revisión bibliográfica y el análisis de una serie de trabajos y publicaciones de calidad a través de la cual se pretende diagnosticar la etapa actual de Peñíscola como destino turístico según el modelo de Butler de la evolución de los destinos turísticos formulado en el año 1980.

Este trabajo se divide en dos grandes partes. Una primera parte hace referencia a la fase de análisis y diagnóstico, que permitirá conocer la etapa actual de Peñíscola

según el modelo aplicado (despegue, estancamiento, declive, rejuvenecimiento etc.) y una segunda que está muy ligada a la planificación y gestión de destinos turísticos en la que se proponen una serie de medidas para el mejor funcionamiento de Peñíscola como destino turístico muy encaminadas hacia una reestructuración y reconversión moderada del destino.

El trabajo se apoya por lo tanto en el modelo de la evolución de los destinos turísticos para cumplimentar la primera fase del análisis, y por ello se analizan las variables y aspectos contemplados en el modelo. Además, para la realización del trabajo se ha requerido de un tratamiento de información obtenida en gran parte de la Encuesta de Ocupación hotelera elaborada por el Instituto Nacional de Estadística. Se han seleccionado una serie de variables relacionadas con la dinámica turística y se han aplicado al municipio litoral de Peñíscola. Se agrupan en variables vinculadas a la oferta (número de plazas hoteleras, número de establecimientos complementarios); variables vinculadas a la demanda (número de viajeros entrados, cantidad de pernoctaciones, gasto medio, estancia media) y una serie de factores externos que pueden influir en la dinámica de un destino turístico.

La Encuesta de Ocupación hotelera se trata de una fuente muy viable, con datos muy bien organizados en varios grupos (oferta, demanda etc.), y que cubre gran parte del territorio español (escala nacional, regional etc.). Sin embargo, su evolución temporal no es demasiado amplia, con datos en muchas ocasiones que solo alcanzan al año 2000. Pero permite la selección de las variables antes citadas a través de las cuales se realiza el análisis y la aplicación del modo de Butler.

A través del análisis de estas variables tras su aplicación se obtiene una aproximación precisa de la etapa actual del municipio de Peñíscola según el modelo de Butler (1980). Decir que esta fase del análisis de aplicación de datos con un carácter más empírico tiene un pequeño problema, y es que la obtención de datos no cubre un amplio periodo de tiempo. Se centra en el análisis temporal desde el año 2000 hasta la actualidad (2013). No se ha podido aplicar por lo tanto el modelo a etapas más lejanas por carecer de datos de esta antigüedad. Pero este problema se ha solventado gracias a la revisión y análisis de publicaciones y trabajos sobre destinos maduros similares a Peñíscola, en los cuales se pueden realizar extrapolaciones y comparaciones que han permitido obtener una serie de aproximaciones al comportamiento y dinámica del ciclo evolutivo de Peñíscola como destino turístico. Además, a través del análisis cuantitativo de la considerada etapa más reciente (2000-2013) se puede predecir e intuir con bastante precisión la fase en la que Peñíscola se encuentra.

Tras haber diagnosticado la etapa del modelo en la que se encuentra Peñíscola, se pasará a la segunda fase del análisis referente a la planificación como antes se ha adelantado. En esta segunda fase, tras una nueva y profunda revisión bibliográfica se proponen una serie de medidas para corregir los problemas y desequilibrios detectados, siempre desde una perspectiva territorial.

4. Localización y contexto territorial de Peñíscola

Peñíscola es un municipio costero fuertemente especializado en la actividad turística. Se localiza en la costa norte de la provincia de Castellón, en la comarca del Bajo Maestrazgo (Figura 1). La ciudad se sitúa en un tómbolo, una península rocosa. Actualmente, debido a la construcción del puerto y de los edificios en el istmo, esta localización ha variado. Sobre la peña se levanta su casco viejo, del que sobresale el castillo del Papa Luna, dividiendo la costa de Peñíscola en dos mitades absolutamente diferentes. Esta división separa a sus dos principales playas, la playa Norte y la Playa Sur, localizadas a ambos lados del castillo.

Se trata de un municipio muy bien comunicado con la provincia de Castellón por la autovía del mediterráneo, situada a 73 kilómetros de esta provincia valenciana. Posee una población de 8182 habitantes según el censo de población del Instituto Nacional de Estadística del año 2013. Esta población aumenta notablemente durante los meses estivales debido a esa fuerte especialización en la actividad turística antes citada.

Figura 1: Mapa de localización de Peñíscola



Fuente: Instituto Cartográfico Valenciano. Elaboración propia.

Como se observa en la figura 1, el municipio de Peñíscola se encuentra en la costa mediterránea valenciana, muy cerca del límite con la costa catalana, donde entran en competencia de mercado otros destinos turísticos consolidados con una fuerte afluencia como pueden ser Salou o Cambrils entre otros. En el año 2000 fue declarada Municipio Turístico con tipología de Destino Turístico por parte de la Agencia Valenciana de Turismo.

En buena medida, el desarrollo turístico de este destino se ha debido al factor climático, como en todo el Mediterráneo (Vera Rebollo y Baños, 2010) El clima de Peñíscola es cálido en verano y templado en los meses invernales, donde no se dan demasiadas precipitaciones. De acuerdo con Köppen y Geiger el clima se clasifica como "Csa" (mediterráneo de veranos cálidos). La temperatura media anual en Peñíscola oscila en torno a los 17.2 °C y las precipitaciones medias anuales tienden a 499 mm.

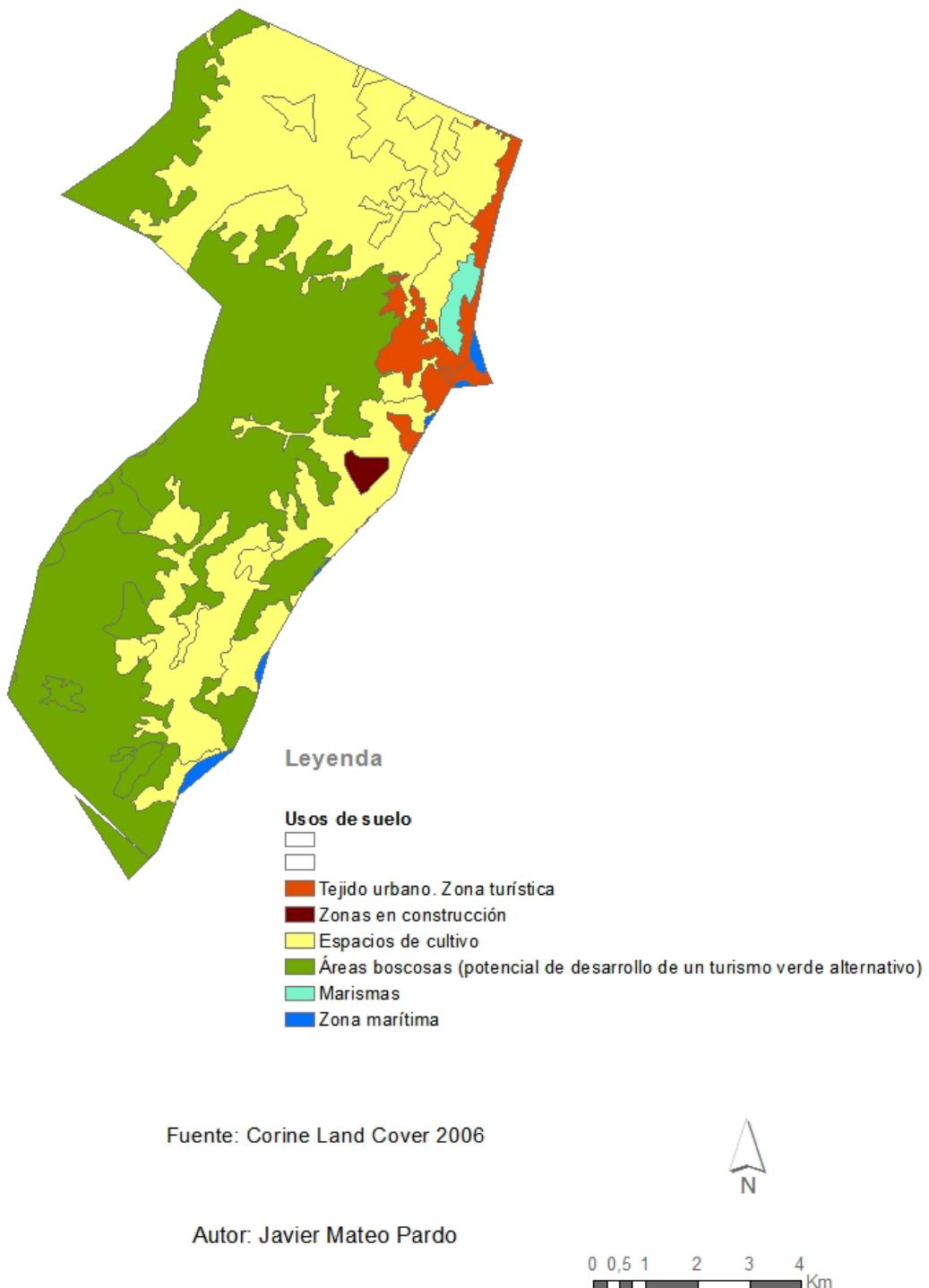
Los principales recursos turísticos de Peñíscola radican en su clima suave acompañado de un paisaje ideal para la práctica de un turismo de sol y playa. Pero no solo se resumen en esto. Peñíscola cuenta con un patrimonio cultural e histórico muy extenso y variado. El castillo del Papa Luna es un recurso turístico clave en la diversificación de la oferta como se verá posteriormente.

Además el municipio de Peñíscola cuenta con amplios espacios de paisaje natural, destacando la Sierra Irla, y otras zonas con potencialidades turísticas aún sin explotar. En la Figura 2 se observa como el tejido urbano del destino turístico (en color rojo) representa solo una pequeña parte de la superficie municipal de Peñíscola. Hay amplias zonas que se podrían incorporar a la oferta turística buscando una mayor diversificación del producto intentando atraer una cuota de mercado de turismo mayor. El color verde representa esas áreas que no han sido alteradas por la actividad turística. Se trata de espacios del interior del municipio de un importante valor natural (Sierra Irla), que podrían ser utilizados como herramienta para la diversificación de la oferta turística y como medio de atracción de un turismo alternativo. Pero estas pautas e ideas se expondrán con posterioridad, utilizando una perspectiva territorial y planteando una serie de pautas que mejoren la dinámica turística actual.

Si se analiza la historia de la actividad turística en Peñíscola se puede decir que no es hasta los años 60 del siglo XX, cuando el municipio apuesta por el desarrollo turístico rápido y masivo (PGOU, 2010). La estrategia turística se asentaría en posicionarse como un destino de sol y playa familiar, dirigido a una demanda media-baja y cuyo principal reclamo sería la adquisición de viviendas plurifamiliares en bloques de altura y en primera línea de mar (Navarro, 2014). El desarrollo urbanístico en este espacio litoral se debe sobre todo a la implantación y dinamismo de la actividad turística; en esa época es cuando comienza a desarrollarse un sistema de infraestructuras y equipamientos más complejo para dar solución a la demanda de los turistas que arribaban al destino (PGOU, 2010).

Fue en los años 80 cuando el municipio de Peñíscola se consolida como "resort" fuertemente especializado en la actividad turística, concretamente comercializando un producto de sol y playa.

Figura 2: Usos de suelo y principales áreas potenciales de desarrollo turístico en Peñíscola



Fuente: Elaboración propia a partir del Corine Land Cover 2006.

5. Análisis de las políticas en materia de turismo y territorio

En este apartado se pretende analizar una amplia variedad de diferentes políticas relacionadas con la actividad turística que se han dado a diferentes escalas.

- **Planes de Excelencia y Dinamización Turística:**

Se trata de una serie de medidas que se aplicaron a escala nacional. Constituyeron en su día nuevos instrumentos de planificación y gestión de los recursos turísticos, promovidos por la Administración del Estado a instancias del Ministerio de Economía, a partir de principios de la década de los 90, mediante los que se ha intentado mejorar la calidad de los destinos turísticos maduros y dinamizar los destinos emergentes (García et al, 2005).

De acuerdo con Ivars (2002), esta nueva generación de planes significan figuras de interés en la consolidación de un modelo turístico competitivo y sostenible por varias razones:

- Suponen un salto cualitativo sobre los planeamientos tradicionales, excesivamente centrados en la promoción e información turística.
- Incorporan en muchos casos una visión de intervención estratégica en el territorio.
- Fomentan la aplicación de instrumentos de planificación orientados, vinculados a políticas de renovación de destinos turísticos maduros y desarrollo de áreas turísticas emergentes.
- Refuerzan el reconocimiento de la escala local como ámbito preferente de actuación pública-privada.
- Impulsan el principio de corresponsabilidad en la intervención de los diferentes niveles administrativos, mediante financiación entre partes asumida en los respectivos convenios.
- Propician la aparición de nuevas fórmulas organizativas y objetivos de la gestión turística local.

En el caso de Peñíscola la aplicación de estos planes perseguía obtener una mayor calidad como destino turístico maduro. Sin embargo, la aplicación de estos planes fue compleja ya que los interés de ciertas administraciones privadas y promotoras eran contrarios a las políticas de sostenibilidad que estos planes perseguían (García et al, 2005).

- **Estrategia territorial de la Comunidad Valenciana en materia de turismo:**

Se cambia de escala de análisis para analizar a esta estrategia con competencias sobre la comunidad autónoma de la Comunidad Valenciana.

La Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana es el instrumento que establece los objetivos, metas, principios y directrices para la ordenación del territorio de la Comunidad Valenciana y cuya finalidad es la consecución de un territorio más competitivo en lo económico, más respetuoso en lo ambiental y más integrador en lo social; además actúa como elemento de dinamización territorial, que identifica y

analiza las oportunidades que ofrece el territorio y desarrolla un conjunto de propuestas y directrices para su aprovechamiento, desde la compatibilización del desarrollo económico con la conservación y mejora de los valores ambientales, paisajísticos y culturales del territorio. (Estrategia territorial de la Comunidad Valenciana, 2011).

Persigue los siguientes objetivos:

- Objetivo 1: Mantener la diversidad y la vertebración del sistema de ciudades.
- Objetivo 2: Situar el área urbana de Valencia dentro del conjunto de las grandes metrópolis europeas.
- Objetivo 3: Convertir el área urbana de Alicante y Elche en el gran nodo de centralidad del sudeste peninsular.
- Objetivo 4: Desarrollar todo el potencial metropolitano del área urbana de Castellón.
- Objetivo 5: Mejorar las condiciones de vida del sistema rural.
- Objetivo 6: Gestionar de forma integrada y creativa el patrimonio ambiental.
- Objetivo 7: Ser el territorio europeo más eficiente en la gestión de los recursos hídricos.
- Objetivo 8: Reducir al mínimo posible los efectos de los riesgos naturales e inducidos.
- Objetivo 9: Recuperar el litoral como activo territorial.
- Objetivo 10: Impulsar el modelo turístico hacia pautas territoriales sostenibles.
- Objetivo 11: Proteger y valorizar el paisaje como activo cultural, económico e identitario.
- Objetivo 12: Aplicar de forma eficiente los instrumentos de equidad territorial.
- Objetivo 13: Gestionar de forma activa e integrada el patrimonio cultural.
- Objetivo 14: Preparar el territorio para su adaptación y lucha contra el cambio climático.
- Objetivo 15: Favorecer la puesta en valor de las nuevas potencialidades energéticas del territorio.
- Objetivo 16: Convertir a la Comunidad Valenciana en la principal plataforma logística del Mediterráneo.
- Objetivo 17: Crear un entorno territorial favorable para la innovación y las actividades creativas.
- Objetivo 18: Mejorar las conectividades externa e interna del territorio.
- Objetivo 19: Satisfacer las demandas de movilidad en el territorio de forma eficiente e integradora.
- Objetivo 20: Compatibilizar la implantación de infraestructuras con la protección de los valores del territorio.
- Objetivo 21: Mejorar la cohesión social en el conjunto del territorio.

Objetivo 22: Utilizar la planificación territorial para garantizar el acceso a la vivienda.

Objetivo 23: Definir unas pautas racionales y sostenibles de ocupación de suelo.

Objetivo 24: Prever en cantidad suficiente y adecuada suelo para la actividad económica.

Objetivo 25: Desarrollar fórmulas innovadoras de gobernanza territorial.

El objetivo más interesante que incide directamente con nuestro destino es el número 10, ya que trata puramente el ámbito del turismo. Al respecto la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana (2011) busca cumplir con los siguientes argumentos o metas para fortalecer los destinos turísticos maduros, como es el caso de Peñíscola:

- La activación de los argumentos naturales y culturales del medio rural mediante rutas tematizadas, la potenciación de la gastronomía y productos agroalimentarios autóctonos, las actividades artesanales, el mantenimiento de formas de vida tradicional, los “pueblos tranquilos”, las ofertas de eventos y actividades programadas, el uso sostenible de los espacios naturales protegidos, el fomento de distintivos de calidad en los parques naturales, el turismo activo y los deportes de riesgo, el senderismo, etc.
- La puesta en valor del paisaje como recurso turístico, potenciando los paisajes rurales, urbanos y agrícolas más valorados por los valencianos, a través de itinerarios, vías verdes, miradores del paisaje, rutas del agua, etc.
- Creación de una oferta hotelera de calidad, de pequeños hoteles con encanto, de campings relacionados con los municipios rurales, de centros de interpretación, de infraestructuras de comunicación adaptadas a las necesidades de tráfico, de Centros de Desarrollo Turístico, etc.
- Fomentar la promoción supramunicipal conjunta, la integración interior - litoral, la creación de patronatos de turismo, los programas de desarrollo agrícola y artesanal, la jerarquización de las asociaciones empresariales, la profesionalización de los gestores.

La más interesante en el destino de Peñíscola es la tercera, que pretende dar un mayor valor al paisaje como recurso turístico complementario. En el caso de Peñíscola se localizan amplios paisajes de un elevado valor natural, como la Sierra Irtá. Aplicando una serie de medidas que potencien este elemento de potencial turístico se permitiría diversificar la oferta, muy concentrada en un turismo de sol y playa.

- Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana:

El Plan de Espacios se concibe como un instrumento que abordará la planificación de la actividad turística en la Comunidad Valenciana. El contenido de este instrumento parte de la idea del territorio como recurso, para establecer propuestas de actuación sostenibles y responder, a la vez, a los desajustes más significativos del actual modelo de implantación (Vera et al., 2008).

El Plan se estructura en tres grandes apartados:

1. Delimitación de espacios turísticos, entendidos éstos como áreas de territorio cuyas estructuras y actividades turísticas gocen de tal homogeneidad que permita la ejecución de una política turística común y uniforme para cada área.

2. Elaboración de Directrices Generales de actuación.
3. Establecimiento de Directrices Particulares con medidas concretas para cada espacio delimitado.

De acuerdo con Vera et al (2008) las líneas de actuación se basan en una renovación y diversificación para un desarrollo turístico litoral sostenible, integración turística de los principales espacios urbanos y metropolitanos, revalorización turística de los espacios naturales protegidos, vertebración de la oferta turística de interior: nodos y ejes turísticos.

Figura 3: Mapa de principales nodos y áreas de actividad turística en la Comunidad Valenciana



Fuente: Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana (2010).

Como se observa en la figura 3, Peñíscola es uno de los destinos que configuran ese sistema especialización turística del litoral valenciano. Se aplicaron medidas al respecto en este plan en el destino de Peñíscola, pero sobre todo ligadas a la puesta en valor de su patrimonio natural.

- Plan Estratégico Global de Turismo de la Comunidad Valenciana:

El plan se resume en una visión estratégica compartida para el turismo de la Comunidad Valenciana (2010-2020), definida también para las marcas, con el horizonte puesto en el 2020 y basada en 8 ejes estratégicos:

- Gestión Turística como Política Global
- Cooperación Público-Privada
- Competitividad Empresarial
- Capital Humano
- Sostenibilidad
- I D i
- Distribución
- Promoción y Comunicación

Las aplicaciones al destino de Peñíscola no han tenido hasta la fecha resultados apreciables. Se trata de un plan de un carácter no tan contundente, que no ha llegado a implantarse y aplicarse en algunos destinos. Sin embargo, las ideas siguen una lógica, y esa filosofía en busca de la sostenibilidad y de las nuevas formas de estructuración de destinos son la línea a seguir.

- El Plan de Competitividad Turística de Benicarló-Peñíscola:

Se trata de una medida aplicada a escala local, en la que se apuesta por la dualidad de dos importantes núcleos de la Costa del Azahar como espacios turísticos referentes.

El Plan apostó por la diferenciación y especialización turística, así como por un turismo competitivo y sostenible. Además se plantearon políticas de desestacionalización con nuevos productos turísticos propios como el turismo náutico.

Economía/Turismo: El Plan de Competitividad Turística de Benicarló-Peñíscola arranca con más de tres millones asignados.

Más concretamente el plan persiguió en su día la potenciación de las rutas submarinas en la reserva marina de Irtá y la ruta panorámica del litoral desde Benicarló hasta Peñíscola, la mejora de la accesibilidad del destino, de la señalización turística de las instalaciones y recursos y la acotación de la zona de playa reservada para los deportes náuticos, así como la promoción y apoyo a la consolidación del producto náutico (Plan de Competitividad Turística de Benicarló-Peñíscola, 2010).

Se ha conseguido en la zona de Peñíscola la implantación de un turismo náutico, con numerosas zonas para la práctica del submarinismo y de otras tipologías de ocio en esta línea.

6. Modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler

6.1. El modelo de Butler y su aplicación

En este apartado se va a proceder a presentar el modelo de Butler desde una perspectiva teórico-analítica; se trata de un modelo que se ha utilizado y aplicado en muchos estudios de análisis y planificación turística; posteriormente al análisis del destino turístico con este modelo, se realizará un diagnóstico de la situación actual del municipio de Peñíscola como destino turístico, para continuar, finalmente, con la fase de planificación.

Según Vera Rebollo (Baños, 2010) el uso de modelos teóricos y análisis empíricos de carácter regional y local aporta una perspectiva de análisis que supera los enfoques meramente descriptivos para convertirse en una herramienta de apoyo a la planificación que puede aplicarse en los destinos litorales consolidados para impulsar y crear una serie de estrategias e instrumentos de intervención en el proceso de renovación de las áreas turísticas (Baños, 2010). Henche et al. (2013) postulan que el modelo del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (CVDT) se fundamenta en la Teoría del Ciclo de Vida del producto propuesta por Dean en el ámbito de gestión del Marketing (1950), adaptándola a los destinos turísticos como si de un producto se tratase, y teniendo en cuenta algunas dimensiones relacionadas con las infraestructuras, actitudes de los turistas y residentes, implicación de agentes locales y externos en la comercialización del producto, accesibilidad a los destinos y competencia de los mismos. De esta forma hay que tener en cuenta que el modelo formulado por Butler es fruto de una adaptación y aplicación de un modelo previo, proveniente de la disciplina científica de la economía, expuesto en el año 1950. Butler le concede a este modelo un carácter territorial y espacial y lo coloca como una de las herramientas claves en el estudio y diagnóstico de espacios y destinos turísticos. Hay que decir que estudios previos a la elaboración del modelo ya intuían que los destinos turísticos pasaban por una serie de fases o ciclos a lo largo de su vida. Destacan Noronha (1976), Miossec (1977) o Stanfield (1978) que basan también sus aportaciones en la idea fundamental de que los destinos trascurren por una serie de fases o ciclos a lo largo de su vida (Henche et al, 2013).

Ante todo hay que destacar que la teoría del ciclo de vida del producto requiere adaptaciones para su aplicación en el contexto turístico. De la misma manera, implica una serie de limitaciones como herramienta para la dirección estratégica y es preciso considerarla como una herramienta únicamente de diagnóstico del progreso del destino (Henche et al., 2013). Es un error utilizar el modelo como una herramienta de decisión o planificación como bien afirman. Henche et al. (2013) en un artículo en el que comparan la evolución turística de un destino turístico maduro a escala internacional como es España, y un destino turístico en una fase que todavía no ha llegado al estado de madurez como es el caso de Chile. De esta forma se observa, con alguna limitación, el modelo del ciclo de vida de un destino turístico que puede ayudar a diagnosticar el estado y la fase actual de un destino, en este caso de Peñíscola, para posteriormente aplicar estrategias de planificación. Este modelo es una herramienta clave en este apartado de diagnóstico del destino turístico de Peñíscola.

El modelo ha sido aplicado en muchos estudios y análisis de destinos turísticos y de diferentes tipologías. Uno de ellos aplica el modelo del ciclo de vida a un destino turístico religioso en el año 2012 realizado por los autores Millán Vázquez, Pérez Naranjo y Martínez Cárdenas de la Universidad de Córdoba (Millán et al., 2012). Estos autores también le dotan de un importante valor al modelo en la planificación turística al afirmar que aunque no es una teoría predictiva, sino una generalización basada en la observación, tiene un alto valor para la planificación estratégica del turismo.

En cualquier aplicación de un modelo de ciclo de vida deben considerarse indicadores temporales (es decir, qué es lo que cambia con el tiempo: el volumen de la demanda, volumen de la oferta etc.) así como la dimensión espacial (Millán et al., 2012). Como sostiene Millán Vázquez de la Torre (2012), hay una serie de razones por las que el modelo de CVDT sigue siendo popular y útil en los planos teórico y práctico. Esto se debe sobre todo a que las zonas turísticas son espacios muy dinámicos. Generalmente, el cambio es provocado por una combinación de factores desencadenantes, o bien factores externos.

El modelo formulado por Butler distingue seis fases en la evolución de un área turística: descubrimiento, inicio, desarrollo, consolidación, estancamiento y, tras esta última fase, declive o rejuvenecimiento de los destinos turísticos (Figura 4). En síntesis, estas fases recogen la evolución desde las primeras visitas turísticas, cuando la oferta turística es prácticamente inexistente, al proceso de conformación de una estructura de acogida de manera paralela al crecimiento de la popularidad del destino y del volumen de turistas, hasta que la tasa de crecimiento de la demanda comienza a decrecer porque se ha superado la capacidad de carga del área, medida en términos ambientales (escasez de suelo, calidad del agua y del aire), de la infraestructura física (transportes, alojamiento), o sociales (masificación, percepción negativa del turismo por parte de la población local). En ese momento, el atractivo del área entra en declive con respecto a otros espacios turísticos y, por tanto, el número de turistas también puede descender (Vera y Baños, 2010).

Los autores que han trabajado e interpretado este modelo tienen diversas opiniones acerca de las previsiones futuras y de los ciclos que derivan de este modelo temporal. De esta forma se puede destacar a autores como Knowles y Curtis (1999) citados por Vera Rebollo y Baños Castiñeira (2010) que plantean a partir de la teoría del ciclo de vida un declive irreversible de los destinos de sol y playa españoles de segunda generación, aquellos cuyo desarrollo se inició en los sesenta y que hoy constituyen destinos maduros. Estos autores afirman que los flujos de demanda tienden a desplazarse y localizarse en los espacios denominados de tercera generación. Se trata de destinos turísticos modernos que han sabido adaptarse e instalarse homogéneamente a un paisaje fuertemente natural y que han alcanzado un grado de desarrollo, confort y calidad turística muy elevado. Suelen ser espacios localizados en áreas tropicales, como el Caribe, etc. Estos espacios turísticos absorben a gran parte de los flujos turísticos que tienden a declinar un turismo maduro basado en un modelo de sobreexplotación del espacio y de una calidad medioambiental muy deficiente (caso de los espacios turísticos del mediterráneo español).

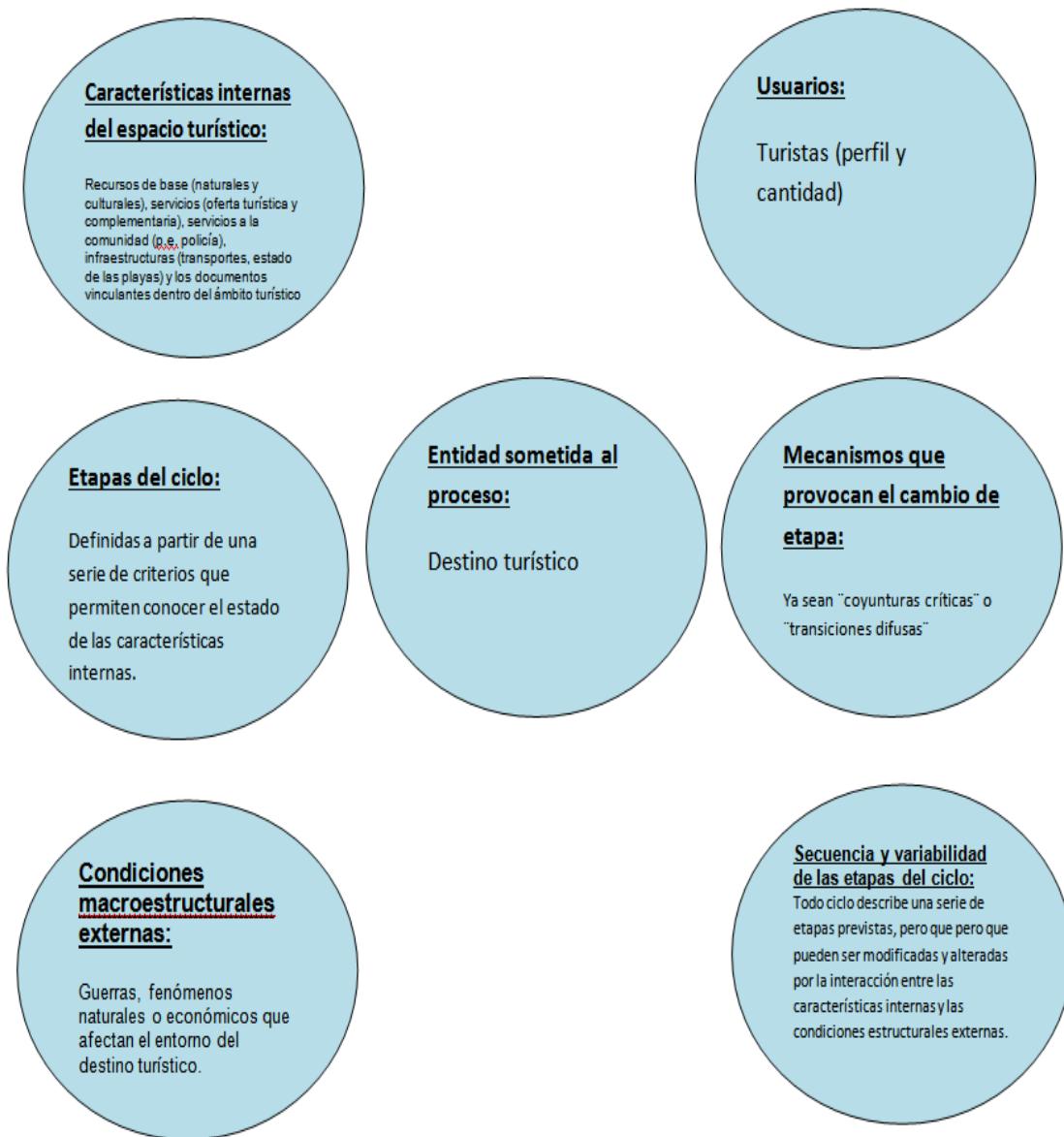
Otros autores como Aguiló (2005) no tienen esta percepción tan derrotista hacia el modelo tradicional de sol y playa y defienden la pervivencia de este modelo mediante

la eficiencia de las actuaciones de renovación y reestructuración. Estos autores muestran las Islas Baleares como un ejemplo de espacio turístico maduro regenerado como demuestra la evolución de las llegadas de turistas y los niveles de satisfacción de la demanda.

De acuerdo con Johnston (2001), el ciclo de vida de un destino turístico está compuesto por siete elementos (López, 2010) que se resumen en la figura 4.

Figura 4: Elementos del ciclo de vida de un destino turístico

Elementos del ciclo de vida de un destino turístico (área turística):

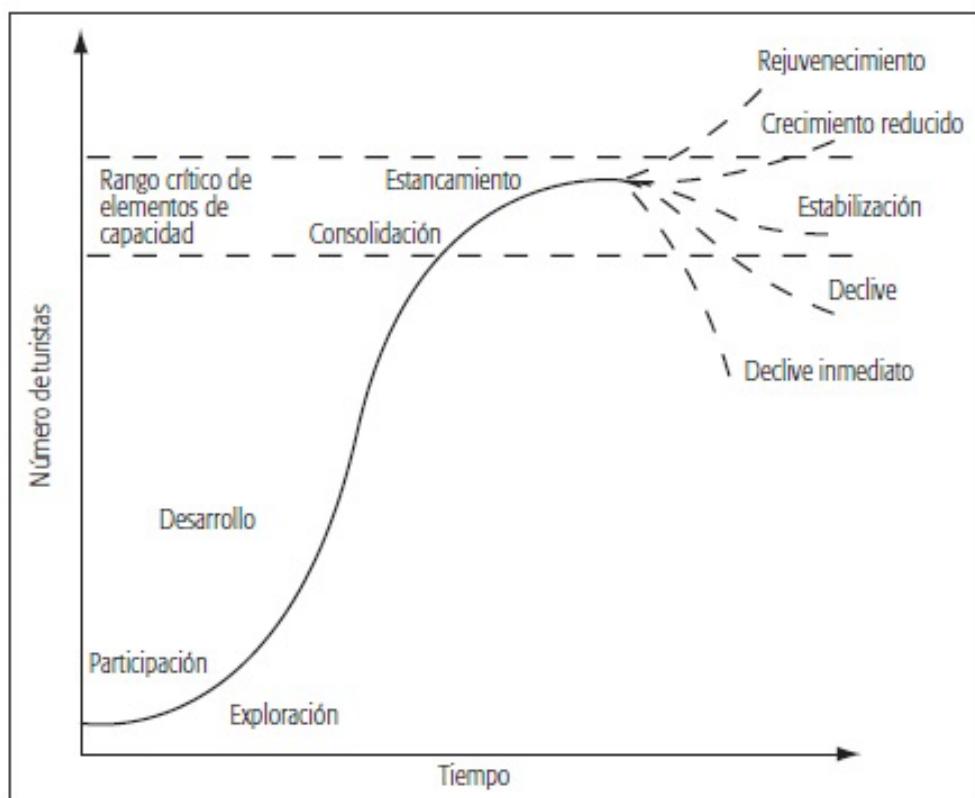


Fuente: elaboración propia a partir de Johnston (2001a).

6.2. Etapas ciclo de vida de un destino turístico

Como se ha visto previamente, el ciclo de vida de un destino turístico comprende seis fases o etapas a lo largo de su evolución. A continuación se presentan y analizan cada una de las etapas para después proceder a su aplicación en el destino turístico de Peñíscola:

Figura 5: Etapas ciclo de vida de un destino turístico



Fuente: Butler 1980.

6.2.1. Fase de exploración

Constituye la primera fase del ciclo, en la que un destino turístico sale al mercado como espacio de disfrute de ocio. En esta primera fase aparecen los primeros visitantes en el destino que llegan atraídos por el exotismo del destino. Los turistas que se desplazan a este destino buscan un espacio natural con escasa modificación humana y en la que prácticamente no se ha intervenido. Se trata de un espacio plenamente libre de infraestructuras y en donde no existe una institucionalización de la actividad turística.

Durante esta fase inicial del ciclo de vida la población local realiza un trato fluido y cordial con la población visitante y este entorno tanto físico como social y cultural apenas se ve modificado o alterado por los escasos visitantes.

6.2.2. Fase de implicación

También llamado por algunas autores fase de participación. En esta segunda fase se empieza a percibir una mayor iniciativa local en la explotación de la actividad turística, sobre todo en lo que se refiere al desarrollo de planta turística y promoción. El

resultado es que el número de turistas comienza a aumentar y a mantener una regularidad. El contacto con los visitantes permanece arraigado. Comienza pues a desarrollarse en esta segunda etapa un área de mercado alrededor del centro del destino turístico. Sería conveniente que en esta segunda fase la administración pública apoyara y promoviera la implantación de un sector privado de cierta envergadura mediante la creación de infraestructuras y equipamientos acordes con la dimensión y potencial del espacio turístico, sin alterar demasiado su homogeneidad con el paisaje natural.

Refrendando este argumento Pérez (2012) señala que en esta segunda etapa ya se vislumbra alguna modalidad de organización y una estructura de viajes más sistematizados. Además los organismos oficiales responsables de estas zonas se encuentran ante las primeras necesidades de montar o mejorar redes de transporte u otros servicios para la comodidad de los viajeros y la atracción de estos al destino turístico. El contacto de la población visitante con la población local ya es evidente y se traduce en algunos casos incluso en que parte de la población local comienza a ofrecer servicios a los flujos turísticos que van llegando al destino.

6.2.3. Fase de desarrollo

En esta fase el número de visitantes aumenta a una fase de crecimiento progresivo y constante. El negocio turístico comenzará en muchos casos a pasar de los agentes y empresas locales a compañías extranjeras, produciéndose mutaciones en el control de determinados segmentos del sector, sobre todo en alojamiento.

Es una etapa en la que el destino comienza a tener una repercusión considerable, y cuando el flujo turístico aumenta más y de manera más exponencial. Pérez (2012) recalca el paso de un tejido turístico controlado por la población autóctona a un tejido turístico dependiente de las grandes empresas del exterior, destacando que este proceso se apreciará especialmente en la industria hotelera en la que los establecimientos pequeños, en muchos casos administrados por familias locales, desaparecerán y se suplantarán cadenas hoteleras más modernas y, quizás, sin tanta solera, aunque con los adelantos que se ajustan al gusto cada vez más sofisticado de esta población. En esta etapa también se realizará una campaña de marketing específica dirigida a ciertas atracciones culturales y naturales. En algunos casos, se sustituyen estos últimos, por productos importados o artificiales, como ha sucedido con los campos de golf en el Mediterráneo español. Bajo esta realidad habrá transformaciones en el espacio físico del lugar y estos cambios ya no contarán necesariamente con la capacidad decisoria de la población nativa. Los residentes locales se pueden sentir desbordados por la población turística, al ser ésta más numerosa que aquélla durante las temporadas altas. Así, las novedades que se viven en el espacio pueden crear conflictos y desacuerdos entre ellos y generar una serie de conflictos sociales de determinadas índoles (Pérez, 2012).

Se trata de una etapa en la que la presencia de un tejido hotelero y de diversos equipamientos infraestructuras y servicios empieza a hacerse notar con bastante intensidad a nivel territorial, modificando el paisaje natural previo que existía cuando el destino se encontraba en su fase de exploración.

6.2.4. Fase de consolidación

En esta cuarta fase la tasa de crecimiento en el número de disminuye por primera vez, aunque en términos absolutos su cifra siga siendo mayor. El número de turistas que llegan al destino supera ya al número de residentes locales censados en el destino. Se puede calificar ya al turismo como actividad económica prioritaria de la región y en ocasiones puede producir y generar un divorcio cada vez mayor del destino en relación al entorno natural y cultural que le definía anteriormente, previa instalación de la actividad turística.

En esta fase se realiza un esfuerzo considerable de promoción para aumentar el período de estancia del turista, luchando por una desestacionalización de la temporada turística. Se empieza a percibir un descontento de la población local con la evolución del turismo, sintiendo cierto rechazo a algo que pueden interpretar como una "invasión". Comienzan a generarse pues ciertos conflictos sociales de mayor o menor índole que tendrán consecuencias mayores en etapas posteriores. El destino ha perdido ya su carácter exótico de las primeras etapas y presenta un aspecto bastante antropizado con variaciones territoriales importantes.

6.2.5. Fase de estancamiento

En esta fase se alcanzan las cifras máximas de visitantes, que tienden a una estabilidad. El destino turístico comienza a considerarse un destino maduro, antiguo y fuera de moda. Los turistas tienen un perfil más conservador, y aunque son grandes flujos turísticos los desplazados al destino, el gasto por cada visitante disminuye considerablemente consolidándose un turismo masificado y poco rentable para el espacio que lo desarrolla. Es posible que determinadas infraestructuras comiencen a utilizarse para desarrollar otro tipo de actividades. En esta fase el rechazo por parte del turista deriva de la percepción negativa del destino debido a una excesiva presión turística que condiciona la calidad de vida y el disfrute en el destino. Los problemas medioambientales ligados a la presión urbanística, vertidos sobre la costa se suceden, además de los problemas sociales (conflictos internos) y económicos. Entramos en una etapa en la que hay cada vez más problemas para mantener los habituales grados de ocupación hotelera, y el crecimiento económico mayor suele localizarse en las áreas periféricas al destino.

A partir de esta fase de estancamiento sería recomendable una actuación inmediata por parte de las administraciones públicas y los agentes locales privados que supusiera un cambio en la dinámica recesiva del destino turístico, entendiendo que el desarrollo de la actividad turística ya no es sostenible por diversos factores. Entre ellos es evidente que el nivel de carga sobre el destino está a punto de sobrepasarse y los flujos turísticos comienzan a percibir un deterioro general del espacio visitado produciéndose una alternancia en su lugar habitual para la práctica turística.

Es clave pues diagnosticar en un determinado espacio este tipo de etapas para a partir de ese diagnóstico aplicar una serie de medidas y planes de gestión que permitan al destino reorientar su actividad y rejuvenecer su proceso natural que le lleva a la insostenibilidad.

A partir de esta etapa de estancamiento pueden producirse situaciones diversas en función de las actuaciones llevadas y de la efectividad de estas.

6.2.6. Fase de declive

Una actuación, planificación y gestión pasiva o ineficaz llevaría al destino a entrar en una fase de declive. Butler (1980) distingue entre un declive inmediato y un declive parcial y más moderado, pero ambos están caracterizados por una superación total de la capacidad de carga, un turismo masificado y poco rentable económicamente (gasto muy reducido por visitante), infraestructuras y equipamientos antiguos que no dan solución a la estructura turística. Además el número de turistas irá disminuyendo no solo en calidad sino en cantidad. El destino será incapaz competir con otros espacios turísticos emergentes, modernos y con un carácter exótico y novedoso. La tasa de crecimiento de la demanda comienza a decrecer porque se ha superado la capacidad de carga del área, medida en términos ambientales (escasez de suelo, calidad del agua y del aire), de la infraestructura física (transportes, alojamiento), o sociales (masificación, percepción negativa del turismo por parte de la población local). En ese momento preciso es en el cual el atractivo del área entra en declive con respecto a otros espacios turísticos y, por tanto, el número de turistas comienza a descender (Baños Castiñeira, 2010). De acuerdo con Aguiló (2004) los destinos turísticos como las Islas Baleares se convierten en temporada alta en lugares masificados, donde, cada vez más, los efectos medioambientales negativos que genera la congestión son sufridos por los propios turistas. Aumentar la calidad y atractivo del producto, disminuir los efectos negativos de la masificación y, cuando éstos se producen, intentar que sean compensados, son algunos de los objetivos de las actuales políticas turísticas.

En esta fase de declive los visitantes considerados como tales pueden ser progresivamente sustituidos por visitantes de fin de semana o excursionistas.

Figura 6: Signos de declive de los destinos turísticos

SIGNOS DE DECLIVE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

<i>Disminución del Flujo de Visitantes</i>	<i>Disminución de los elementos que definen la calidad del destino turístico</i>
Llegada de turistas Pernoctaciones Estancia media Concentración estacional de la demanda	Gasto medio de los turistas Cambios en la composición del flujo de turistas Disminución de la calidad de la oferta turística
<i>Dificultades para garantizar un turismo sostenible</i>	<i>Factores exógenos</i>
Congestión y masificación Tensiones entre residentes y turistas Disminución de la calidad de vida de los residentes y turistas Insuficiencias en infraestructuras y servicios	Factores políticos (crisis políticas, terrorismo, ...) Factores económicos (precio del petróleo, costos del viaje,....) Factores ambientales Amenazas de los competidores

Fuente: Vera Rebollo 2011.

De acuerdo con Vera (2011) existen una serie de signos e indicios de declive de estos destinos que pueden permitir detectar una determinada fase y de esta forma proponer estrategias posteriores para reconducir esta dinámica de declive. Estos indicios tienen que ver con la disminución del flujo de visitantes además de otra serie de dificultades y de factores exógenos o externos (Montaño et al., 2014).

6.2.7. Fase de rejuvenecimiento

Si se ha detectado a tiempo la fase de estancamiento y las administraciones y agentes implicados efectúan una serie de políticas enfocadas a una planificación y gestión del espacio turístico que resultan eficaces el destino puede reorientar su dinámica recesiva y entrar en una fase de rejuvenecimiento. En la figura 4 se distingue entre un rejuvenecimiento rápido, un crecimiento positivo y una estabilización de esa dinámica negativa que conducía al declive del destino. Las tres opciones son positivas pues permiten al destino mantener o incluso aumentar el número y la calidad de turistas para seguir compitiendo en un mercado tan complicado como el turístico. Eso sí, no todos los destinos tienen porqué evolucionar de la misma forma en cuanto a la existencia de seis fases. Algunos denominados “instant resorts” pueden ser destinos que directamente pasen a la fase de desarrollo y consolidación en un breve período de tiempo (Butler, 1980). Cada destino debe de analizarse e interpretarse en función a unas variables y a unos factores comunes que pueden modificar su dinámica habitual.

En referencia a esta fase de post-estancamiento que puede derivar en declive o rejuvenecimiento del destino algunos autores como Morgan (1991), Knowles y Curtis (1999) citados por Aguiló (2004) han analizado el período de post-estancamiento de los destinos mediterráneos que, según ellos, estarían en la última etapa del modelo del ciclo vital de Butler. Según ellos, destinos como las Islas Baleares, comprometidos en políticas de rejuvenecimiento y de mejora de la calidad del producto turístico, sólo lograrán retrasar temporalmente su tendencia al declive.

De acuerdo con Knowles y Curtis (1999) existe hoy una tercera generación de centros vacacionales caracterizados por “el mayor grado de planificación, control y especificación de calidad”. Estos centros, sin dejar de dirigirse a un turismo de masas son, sin embargo, áreas con mayor planificación, de nueva construcción, que combinan una oferta de buena calidad con un cierto exotismo y proporcionan diversiones más sofisticadas y variadas. Estos centros entrarían pues en competición directa con los espacios turísticos maduros que han perdido esa percepción exótica que les caracterizaba en las primeras fases del modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos. Para Knowles y Curtis (1999) Las políticas turísticas de estos centros maduros son calificadas como chapuzas al fracasar en su intento de controlar la función estratégica del mercado. Para contrarrestar la fase de declive, la reacción de estos destinos debería:

- (1) formular estrategias urgentes de rejuvenecimiento.
- (2) obtener el control del mercado.
- (3) implementar medidas radicales de rejuvenecimiento y no sólo medidas puramente cosméticas (Aguiló y Alegre, 2004).

7. El diagnóstico de Peñíscola como destino

Para realizar el diagnóstico sobre la situación de Peñíscola actual como destino turístico es necesario seleccionar unas variables adecuadas que nos permitan a través de su análisis temporal determinar las fases por las que ha atravesado el destino y sobre todo, diagnosticar la etapa actual.

Son muchos los autores que han escrito al respecto y han tratado de encontrar los factores que afectan directamente e indirectamente en la evolución de un destino turístico. En este caso el objetivo es encontrar las variables que se ajusten más a nuestro análisis para poder aplicarlas a un territorio concreto, que es el caso de Peñíscola. Para predecir el futuro de los destinos es necesario analizar su evolución y estado actual. Sin embargo para eso, hay que profundizar en el estudio de los indicadores que pueden ser utilizados (Ivars, 2013).

Los destinos se ven afectados tanto por factores externos (actitudes, tecnología, política y economía) que muchas veces son los que "generan" el dinamismo, como también por los factores internos (hábitos, gustos, preferencias e inversiones) que algunas veces generan "inercia"; siendo que los agentes internos son los que producen los efectos locales (renovación / rejuvenecimiento, desarrollo regional, eventos/promociones especiales), mientras que los agentes externos (política, los medios de comunicación, economía, cambio climático) producen efectos globales (Butler, 2011a; 2011b).

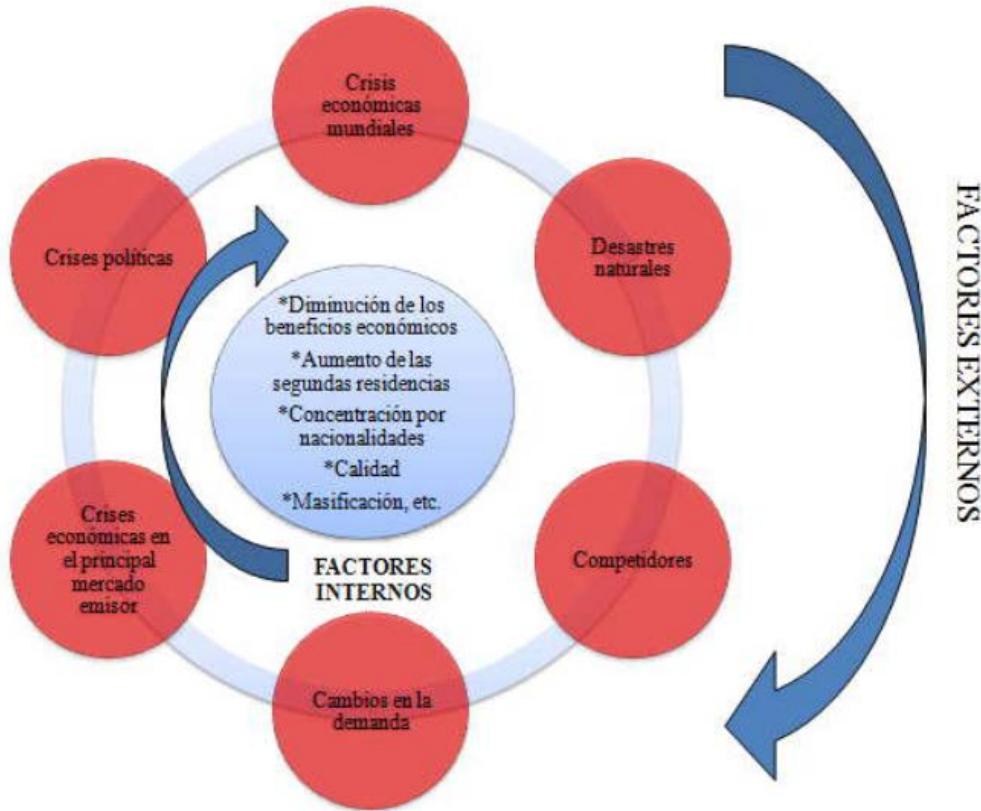
Según Haywood existen un total de seis cuestiones para que el modelo sea útil en la planificación (Ivars, 2013):

- (1) La unidad de análisis (hotel, ciudad, etc.).
- (2) El mercado de referencia (considerar los diferentes tipos de mercado en la curva).
- (3) El patrón de la curva y las etapas (pueden ocurrir otras curvas de evolución además de la curva logística en forma de S).
- (4) Determinar la fase y cuando ha pasado de una a otra.
- (5) Determinar la unidad de medida, ya que solamente el número de turistas no puede determinar la capacidad de carga (no todos los turistas impactan de manera igual).
- (6) Determinar la unidad de tiempo pertinente para que el análisis evolutivo temporal tenga una lógica adecuada.

De estas cuestiones que nos describe Haywood para considerar útil el modelo es necesario poner énfasis en la quinta. A la hora de elaborar un análisis de planificación turística hay que manejar una gran cantidad de variables como se ha visto, ya que en la evolución de un destino influyen no solo los factores internos, sino también los externos (ver figura 7); además, también se tiene en cuenta otra serie de factores relacionados con la percepción de la sociedad local. Se pasaría a tener en cuenta una serie de factores más cualitativos, que se pueden obtener mediante la elaboración de encuestas.

Figura 7: Factores que influyen en el ciclo de vida de los destinos turísticos litorales

Factores internos y externos que influyen en el CVDT de los destinos turísticos litorales



Fuente: Ivars, 2012.

De acuerdo con Ivars (2012) el declive se detecta a partir de la disminución del número de turistas, que es el principal indicador del ciclo de vida. Sin embargo, hay limitaciones en el análisis del número de turistas, ya que otros factores internos y externos afectan al destino. Varios destinos aumentan el número de turistas debido a la disminución de los precios utilizada para estimular la demanda. Ivars alerta que el gran número de visitantes en los destinos de masas pueden agravar el deterioro ambiental e impulsar un mayor declive, lo que hace que sea necesario que disminuyan aún más los precios y la calidad, (Buhalis, 2000). En este sentido será recomendable establecer una estrategia que atraiga flujos turísticos de un volumen menor pero de una capacidad económica mayor, de esta manera su impacto sobre el espacio turístico es leve y los ingresos económicos mayores. Esta estrategia ha sido ignorada en los últimos años por la mayor parte de los destinos litorales mediterráneos, que han masificado su afluencia aumentando el número de turistas exponencialmente, pero el gasto de estos turistas cada vez es menor. Con esto lo único que conseguimos es una alteración mayor del estado medioambiental de nuestro destino y un aumento muy peligroso de la capacidad de carga de este.

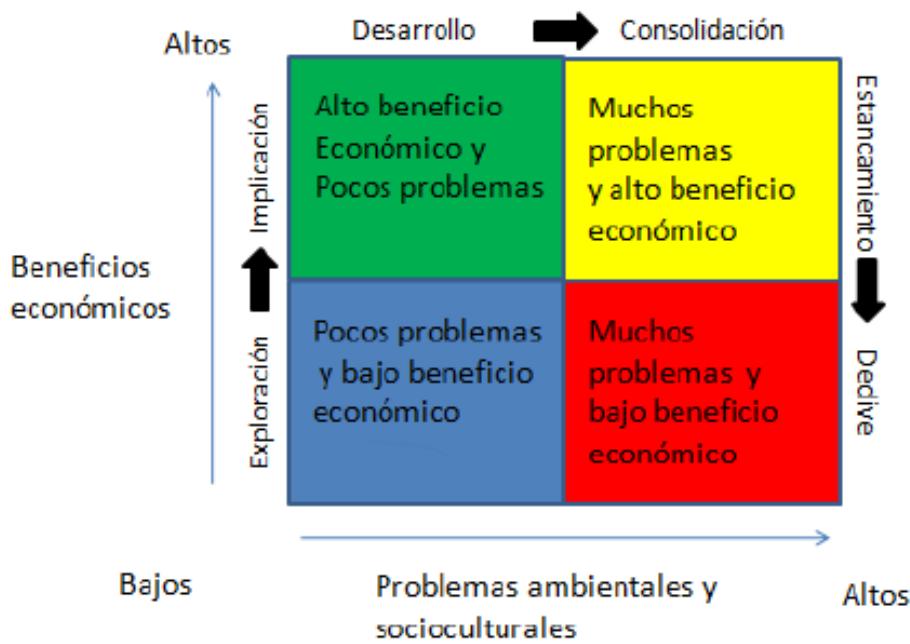
Refrendando este argumento Ivars (2013) señala que los diversos factores internos negativos que afectan a los destinos tienen como consecuencia final la pérdida de beneficios económicos, problemas ambientales y socioculturales. Por ejemplo, la pérdida de beneficios económicos puede ser generada por diversos factores como el aumento de la oferta no reglada, la pérdida de calidad, la dependencia de los

turooperadores, etc. Los problemas socioculturales y ambientales pueden generarse por la masificación, falta de infraestructuras, estacionalidad, etc. De este modo, el declive podría entenderse como una disminución de los beneficios económicos y aumento de los impactos que afectan al medio ambiente y a la calidad de vida de la población. El gráfico de Butler no representaría de manera ideal el declive, ya que aunque el número de turistas aumente, pueden estar ocurriendo diversos problemas y disminuyendo los beneficios de la actividad.

De esta manera se entiende que para seleccionar nuestro grupo de indicadores para analizar la evolución de un destino es necesario contar con una serie de factores externos que influyen, además de otros de carácter más cualitativo. Sin embargo la escasez de datos es un problema que tiende a aparecer a la hora de realizar este tipo de estudios, y en ocasiones los análisis y diagnósticos obtenidos se basan en una información más simplificada y generalizada.

Es interesante la relación que propone Ivars (2012) entre los beneficios económicos de un destino y los problemas socioculturales y medioambientales que se dan en ese lugar. Según este autor, la disminución de los beneficios económicos puede ser detectada con el análisis directo de la disminución de los ingresos o a través de indicadores indirectos como la disminución del turismo de hoteles, la dependencia de turooperadores, entre otros. De igual forma los problemas ambientales y socioculturales son definidos en primer orden a partir de datos de degradación ambiental y rechazo de la población local, o de manera indirecta, a partir del aumento de la densidad poblacional, de la pérdida de características culturales, etc. (Ivars, 2012).

Figura 8: Matriz de impactos en la evolución de destinos turísticos.



Fuente: Ivars, 2012.

Las diferentes etapas de un destino se relacionan pues con los beneficios económicos y los problemas generados. Conforme aumentan los beneficios y se reducen los problemas alcanzamos etapas positivas y de desarrollo y a la inversa el destino caerá a etapas de declive. Por lo tanto es necesaria una correcta gestión y planificación cuando se alcanzan fases de consolidación ya que los problemas van en aumento y una mala gestión del destino puede suponer una caída del número de turistas, de los beneficios económicos etc., como se aprecia en la figura 8.

La necesidad de gestionar el turismo en los destinos ha llevado en las dos últimas décadas a proponer y utilizar variables e indicadores orientados a valorar diferentes aspectos del desarrollo de la actividad y, de este modo, generar una información tanto cuantitativa como cualitativa para la elaboración de diagnósticos y toma de decisiones. Añadir que por otro lado, tanto del ámbito académico nacional internacional como de la gestión de proyectos emblemáticos de renovación, se mantiene una diferente percepción acerca de la madurez como concepto, lo que dificulta establecer un diagnóstico claro sobre la fase de evolución del ciclo de vida de los destinos (Rodríguez y Quiles, 2011).

De acuerdo con Such (2015) la evolución de los destinos se ha medido principalmente a través de la demanda, sobre todo a partir del número de llegadas, la duración de la estancia y el gasto turístico. No obstante, frente al empleo tradicional de estas variables relacionadas con el crecimiento económico, en los últimos años se ha reclamado también el desarrollo de indicadores vinculados al turismo sostenible que conecten la actividad con los más amplios procesos económicos, medioambientales y sociales de los destinos (Miller, 2001); de este modo, han surgido propuestas de indicadores relacionados con la sostenibilidad y la competitividad de los destinos turísticos.

7.1. Aplicación del modelo de Butler al caso de Peñíscola

Para el análisis del CVTD en Peñíscola se han agrupado las variables en dos grandes grupos que engloban los factores internos, más un tercero que hace referencia a factores externos. De esta forma se analizará el comportamiento y dinámica temporal de una serie de indicadores ligados a la oferta y la demanda este destino turístico. El análisis turístico a los valores de oferta y demanda y sus implicaciones territoriales es un clásico en numerosos estudios de geografía del turismo. Tras estudiar los indicadores seleccionados aplicados al destino de Peñíscola se podrán extraer una serie de conclusiones que nos permitirán diagnosticar en qué fase se encuentra como destino turístico según el modelo de Butler. Tras esta interpretación podremos comprobar si el comportamiento de Peñíscola como destino turístico se aproxima a otros muchos destinos mediterráneos maduros que han entrado en una fase de estancamiento próxima al declive, o podremos negar esta hipótesis. En función de los resultados pasaremos a plantear una serie de propuestas de actuación u otras encaminadas a la fase en la que se encuentre nuestro destino estudiado. Las variables se agrupan en indicadores vinculadas a la oferta y a la demanda siguiendo el mismo criterio utilizado por Inro (2002) en el artículo de “Sistema de alerta rápida para la detección de destinos turísticos en declive y de sus mejores prácticas de prevención”.

7.1.1. Indicadores vinculados a la oferta

La oferta turística abarca todo el conjunto de bienes y servicios que un espacio turístico posee para satisfacer las apetencias y demandas del turista (Palomeque, 1997).

Se puede realizar una distinción entre dos tipos de oferta: la oferta básica (recursos turísticos, equipamientos, infraestructuras, tejido hotelero etc.) y la oferta complementaria (bares, restaurantes, discotecas etc.).

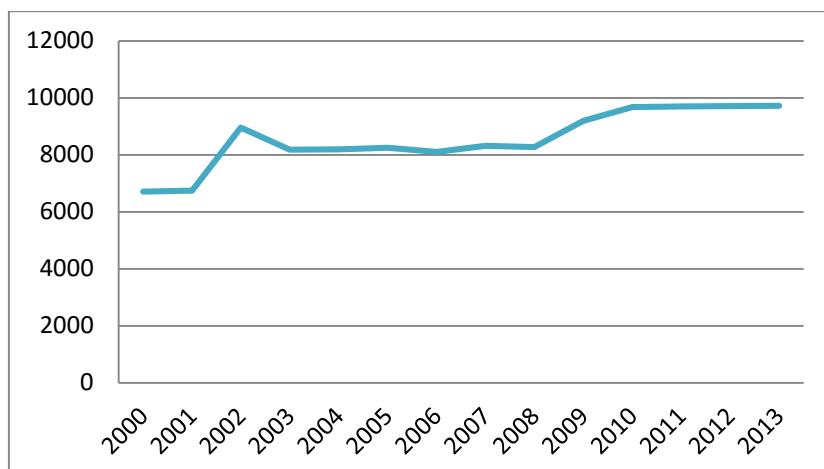
En este caso las variables seleccionadas tienen que ver con esta distinción, y se analiza la evolución temporal del número de plazas hoteleras y del número de establecimientos complementarios (se incluyen en estos últimos bares y restaurantes).

7.1.1.1. Número de plazas hoteleras

El número de plazas hoteleras es un indicador muy útil para apreciar si nuestro destino está entrando en etapas de estancamiento previas a un declive, o por el contrario apreciar que la dinámica de la actividad turística sigue siendo potente en la etapa actual. El número de plazas es un indicador más preciso que el número de hoteles o de apartamentos, porque a veces la capacidad de un establecimiento de este tipo es muy heterogénea. Además, el número de plazas es un indicador muy vinculado a la oferta que caracteriza a un destino.

En este caso la figura muestra la etapa más moderna de Peñíscola como destino turístico. Recoge datos de los últimos 15 años pues describe las plazas desde el año 2000. La falta de datos de años anteriores es una pequeña dificultad con la que se ha tenido que lidiar para la realización de este análisis, aunque una serie de 15 años se puede considerar suficiente para detectar la etapa en la que se encuentra Peñíscola como destino turístico. Comparando otros estudios de diagnóstico turístico de destinos maduros de características similares a Peñíscola, como el de Soares y Gandara (2011) o el de Aguiló y Alegre (2004) entre otros, se puede predecir el comportamiento anterior de Peñíscola, aunque el análisis cuantitativo no abarque series temporales más lejanas.

Figura 9: Cantidad de plazas hoteleras en el municipio de Peñíscola, 2000-2013



Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE (2000-2013). Elaboración propia.

La figura 9 muestra cómo la etapa más reciente de Peñíscola ha pasado por numerosas fases en las que el número de plazas ha ido aumentando con cierta continuidad.

Curiosamente hay un pico importante en el año 2002. Mientras, entre 2002 y 2003 se produce un descenso acusado en el número de plazas hoteleras. A partir de este descenso se entra en una etapa de estabilidad, de unos 6 años en el que el número de plazas hoteleras se mantiene constante. También es interesante apreciar como del año 2008 al año 2009 se produce un segundo repunte importante en cuanto al número de plazas para llegar a más de 9.000. Se puede decir ya que en el destino turístico de Peñíscola no se ha notado el periodo de crisis económica en cuanto a la oferta hotelera, pues la dinámica positiva no ha cambiado. Este aumento viene ligado a otra serie de factores externos que se analizarán con posterioridad (apartado 6.1.3).

Si se analiza la serie temporal completa con una perspectiva histórica más amplia se aprecia como el destino ha entrado en los últimos 10 años en una dinámica de fuerte estabilidad, pues solo se han aumentado unas 769 plazas a partir del año 2002 y en los últimos 4 años esta estabilidad es más acusada aún con cifras en torno a las 9.700 plazas. Esta dinámica reciente nos puede conducir a apostar por ciertos síntomas de estancamiento, pero es necesario utilizar más indicadores relacionados con la dinámica turística para afirmar esta primera suposición o hipótesis.

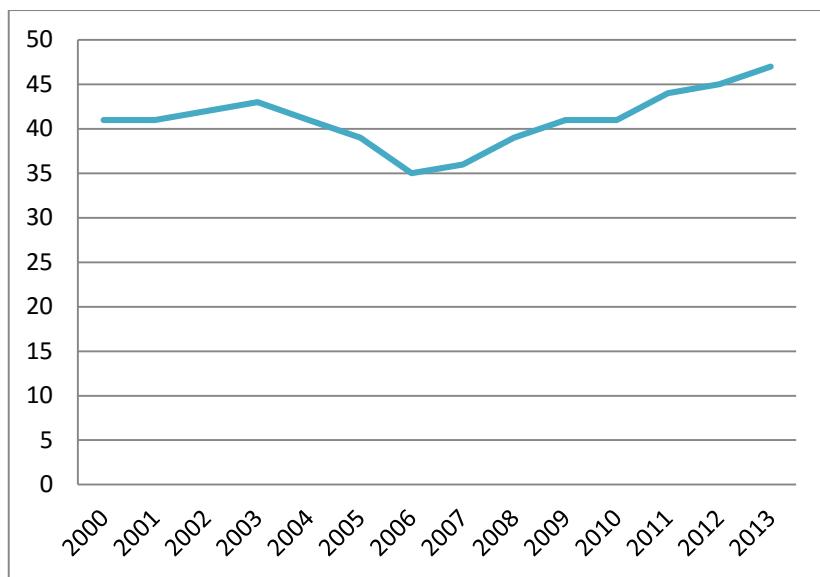
7.1.1.2. Número de establecimientos complementarios

Al analizar la oferta complementaria se pretende obtener un indicador representativo de todo el tejido comercial que posee Peñíscola como destino turístico sin tener en cuenta el tejido propiamente hotelero. Como se ha indicado antes, los establecimientos complementarios engloban el total de restaurantes y bares en el municipio seleccionado.

En este caso se aprecia como en los últimos trece años Peñíscola ha mantenido a grandes rasgos una continuidad en cuanto a su oferta complementaria (ver figura 10). Es más, no se percibe un impacto de la crisis económica surgida hacia el año 2008, pues a partir de ese año Peñíscola no solo mantiene el grueso de sus establecimientos desde el año 2008 sino que aumentan en un 20,51 % hasta el año 2013. Es entre el año 2005 hasta el año 2007 cuando el número de establecimientos complementarios se reduce, a partir de la cual el número de establecimientos se recupera y vuelve a tener una dinámica positiva.

Sin embargo, si se amplía el análisis temporal de esta última etapa (13 años) de Peñíscola como destino turístico se aprecia cómo se mantiene una estabilidad, pues el número de establecimientos oscila entre 35 y 50, lo cual no supone una gran variación. Al comparar este ciclo con el modelo de Butler es arriesgado indicar que estuvieramos en una etapa de crecimiento, o de declive. El análisis de la oferta complementaria individualmente nos induce a pensar que el destino turístico de Peñíscola esté entrando en una etapa próxima al estancamiento, entendido el estancamiento como una etapa negativa que supone la saturación y superación de la capacidad de carga del destino.

Figura 10: Evolución de establecimientos complementarios en Peñíscola (2000- 2013)



Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE (2000-2013). Elaboración propia.

7.1.2. Indicadores vinculados a la demanda

De acuerdo con González y Ruiz (2006), la demanda turística se define como el gasto realizado por el visitante, antes, durante o después del viaje, estando dicho gasto relacionado con el viaje y desarrollándose el viaje fuera del entorno habitual (INE, 2004). La demanda turística abarca tanto el desplazamiento necesario como todos los bienes y servicios requeridos por el consumidor durante dicho desplazamiento (Iranzo, 2003). A su vez, la demanda turística se puede dividir en:

- a) Demanda turística interna, la cual está constituida por los turistas de un país que viajan dentro del mismo país
- b) Demanda turística internacional, integrada por los turistas de un país que viajan hacia otro país.

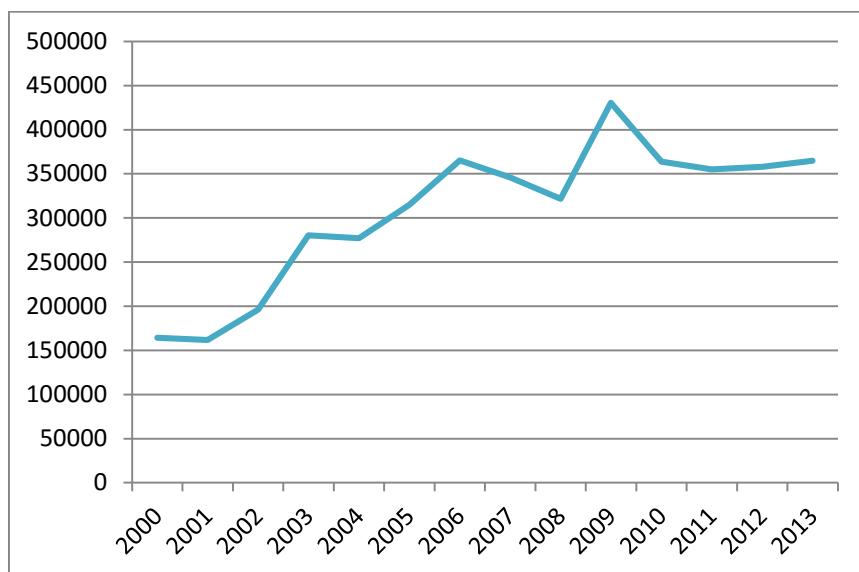
En este caso la demanda se estudiará de manera global, sin hacer alusión a país de procedencia del turista. La razón es que no se ha creído necesario segmentar el flujo turístico por país de procedencia, ya que el volumen total es suficiente para diagnosticar y detectar la fase en la que el destino se encuentra según el modelo. Para analizar la evolución temporal de la demanda se exponen tres indicadores turísticos (número de turistas, número de pernoctaciones y estancia media) muy utilizados en este tipo de análisis y diagnósticos. La elección de estos indicadores es debida a que son muchos los autores que han empleado este tipo de variables con resultados de éxito. Destaca Garay y Cánoves (2010), que realizaron un estudio de la evolución de la actividad turística en Cataluña empleando la variable del número de pernoctaciones durante los años 1966 a 2005, además de otras herramientas de análisis. Otros muchos estudios de destinos turísticos hacen alusión a variables relacionadas con la demanda (Henche, Lara y Armelini, 2013), y su eficiencia justifica la elección de este tipo de variables para este estudio.

7.1.2.1. Viajeros entrados

Según la encuesta de ocupación hotelera facilitada por el INE en 2013, el número de viajeros se refiere a todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento. Se ha creído conveniente manejar esta variable ya que si analizamos su evolución temporal se puede mostrar una determinada tendencia que se asocia con una fase u otra de este modelo de Butler.

En este caso, al aplicarlo al destino de Peñíscola se observa en la figura 11 una tendencia hacia la estabilidad en los últimos tres años. Bien es cierto que el número de viajeros que arriban a Peñíscola aumenta en los años 2000 y 2008 debido a la inercia propia de una etapa económica muy favorable en nuestro país, que se prolonga desde los llamados “felices 90” (Stiglitz, 2010). El ocio turístico se convierte en una actividad clave, y destinos de sol y playa de la costa mediterránea siguen tomando un gran protagonismo. Como es el caso de Peñíscola.

Figura 11: Viajeros entrados en Peñíscola (2000-2013)



Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE (2000-2013). Elaboración propia.

Sin embargo en la tendencia que sigue esta variable en los últimos años se observa esa estabilidad, sugiriéndonos de nuevo un posible estancamiento de Peñíscola como destino vacacional. Este parecer de que podría estar entrando el destino en una fase de estancamiento se refuerza en el dato que se analiza a continuación. Si comparamos las variables de demanda turística como pueden ser el número de pernoctaciones o el número de viajeros entrados, con variables puramente económicas como los ingresos por la actividad turística se reforzará esa hipótesis de que Peñíscola se encuentra en fases de estancamiento, que pueden generar un posterior declive en años venideros si no se acometen una serie de medidas ligadas a la reestructuración del destino.

7.1.2.2. Ingresos por la actividad turística:

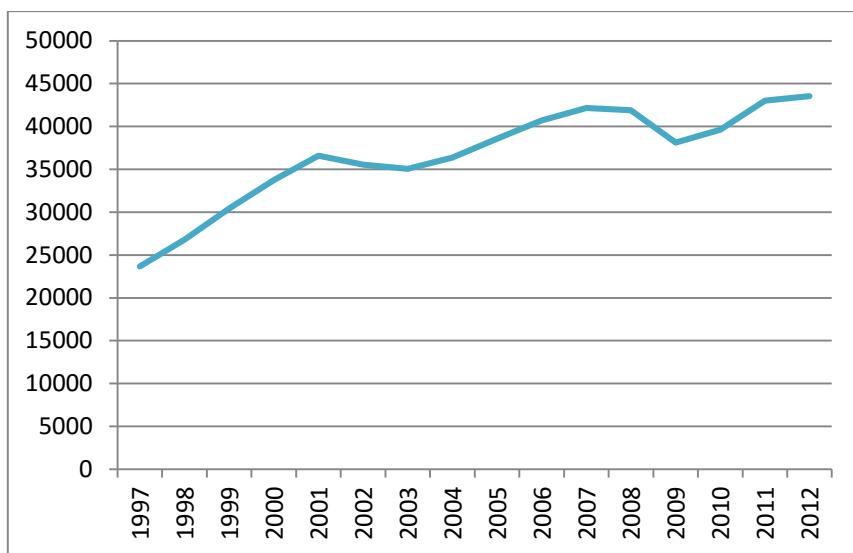
La figura 12 representa la relación que se obtiene al comparar el número de viajeros con los ingresos nacionales ligados a la actividad turística.

Se presentan en la figura 12 los ingresos obtenidos por la actividad turística a nivel nacional entre los años 2000 y 2013, debido a que esa información no estaba disponible a nivel municipal. Pero es útil al compararla con los datos del número de viajeros en Peñíscola.

La figura 12 muestra una evolución con diferentes picos. Lo realmente reseñable y que llama la atención es que como se ha presentado en la figura 11 el número de llegadas aumenta en gran medida a pesar de ese posible estancamiento reciente que se señalaba antes; sin embargo, la cantidad de ingresos no aumenta con tanta intensidad como el número de llegadas (figura 11). Esto indica que el gasto turístico se ha reducido, y que los turistas cada vez invierten menos en sus viajes.

Una demanda de bajo poder adquisitivo es un síntoma de declive según el modelo de Butler. En los últimos años, debido a la crisis económica y a otros factores secundarios, el turista que practica un turismo masas gasta menos. Es decir, que el gasto medio se está reduciendo, y se está produciendo la llegada de un turista más austero, que disfruta de los servicios, infraestructuras y equipamientos pero a un menor coste.

Figura 12: Ingresos por actividad turística en España (1997-2012)



Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE (2000-2013). Elaboración propia.

En el caso de Peñíscola, como en el de otros destinos maduros similares, será necesaria una estrategia de reposicionamiento buscando atraer un flujo turístico de mayor gasto, persiguiendo esa calidad por encima de la cantidad. De lo contrario encontraremos en Peñíscola un espacio turístico masificado, con unas infraestructuras, equipamientos y servicios que difícilmente podrán acoger a la masa turista y que supondrá un declive y desuso del territorio castellonense como destino turístico.

7.1.2.3. Pernoctaciones

Según la encuesta de ocupación hotelera facilitada por el INE en 2013, pernoctación es cada noche que un viajero se aloja en un establecimiento determinado.

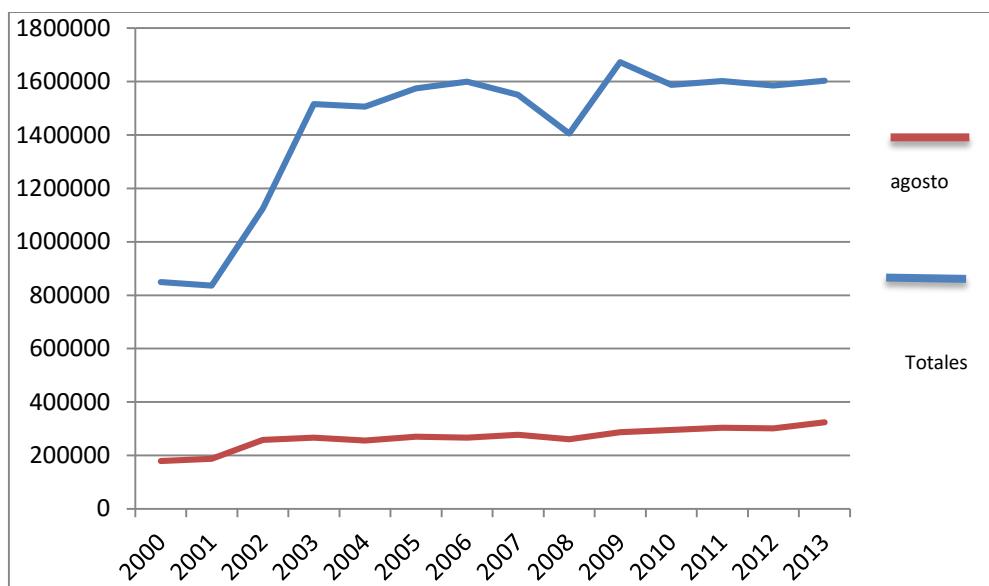
En el análisis de este indicador se incluye por un lado las pernoctaciones a lo largo de todo el año, y por otro lado las pernoctaciones durante los meses de agosto, por ser el mes en donde la afluencia turística es mayor en el destino. Ambas en el destino de Peñíscola.

En el caso de las pernoctaciones no se observa esa estabilidad (figura 13), sino que el aumento de las pernoctaciones ha sido constante e incluso exponencial en los últimos años. Peñíscola ha pasado de recibir en el año 2000 menos de 900.000 pernoctaciones a superar el millón y medio en el año 2013 (1.603.606 pernoctaciones).

Este hecho puede tener una doble interpretación. Por un lado se puede caer en el error de afirmar que Peñíscola se encuentra en una etapa de crecimiento o rejuvenecimiento como destino turístico debido a este aumento constante de la afluencia turística. Sin embargo, es importante señalar, que aumento del número de pernoctaciones o masa turística extensa no es sinónimo de rentabilidad. Que las pernoctaciones totales se hayan incrementado un 88,93 por ciento en Peñíscola es un dato positivo, pero hay que vigilar esta situación y generar un crecimiento adecuado y ordenado para evitar una saturación o masificación del destino. Esta masificación trae consigo un nivel de vida y de disfrute del ocio menor, generando una atracción de un turismo de rentas bajas que supone unos ingresos escasos y que además altera completamente el entorno a visitar. Este aumento de llegadas tiene que estar gestionado de una manera correcta y planificada.

El hecho clave es que a pesar de este aumento en el número de pernoctaciones, el gasto medio sigue reduciéndose, lo que genera esa masificación que es necesario evitar pensando en una mayor sostenibilidad y en un turismo más respetuoso con el medio con el fin de eludir esa fase de declive a la que nos conduce estos argumentos según el modelo aplicado. En el caso del mes de Agosto el aumento es similar, con cifras de un 80,73 por ciento más en el año 2013 que en el año 2000.

Figura 13: Número de pernoctaciones en Peñíscola (2000-2013)



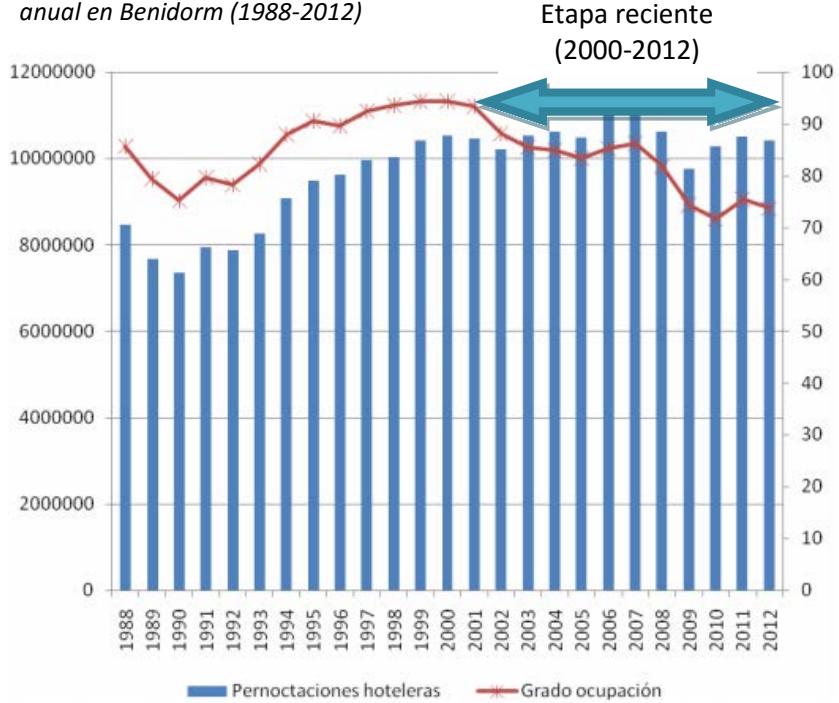
Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE (2000-2013). Elaboración propia.

Si se esta evolución del número de pernoctaciones de Peñíscola con un destino turístico de características similares como es el caso de Benidorm, se observa como las condiciones en el caso de Peñíscola siguen siendo favorables debido a que en el destino de Benidorm hay un descenso considerable desde el año 2007 en el grado de ocupación hotelera, pasando de un 90 por ciento en 2007 a un 70 por ciento en 2012. Se puede afirmar por este argumento que en Benidorm sí se está caminando hacia una etapa previa a ese declive. Esta comparativa entre Peñíscola y Benidorm viene dada por que en ambos hay una importante especialización turística (Ivars, 2013) y el turismo practicado es un turismo de sol y playa en gran medida. Además se tratan de espacios de litoral con una morfología muy similar. Estas características entre otras permiten realizar análisis comparativos.

De este modo Ivars (2013) señala que si se atiende a su evolución reciente de Benidorm como destino se observan 5 etapas fundamentales, perceptibles en la curva de las pernoctaciones hoteleras en el destino:

- 1) La crisis del tránsito de los ochenta a los noventa, superada gracias a la devaluación de la peseta (1988-1993).
- 2) La expansión posterior marcada por la recualificación de la oferta hotelera y, al final de la etapa.
- 3) El desarrollo de proyectos de ocio como Terra Mítica (1994-2001).
- 4) La estabilización del inicio del milenio, con cambios acusados en el mercado turístico y en el comportamiento de la demanda (2002-2007).
- 5) La etapa actual marcada por la crisis económica internacional desde 2007.

Figura 14: Evolución de las pernoctaciones hoteleras v del arado medio de ocupación anual en Benidorm (1988-2012)



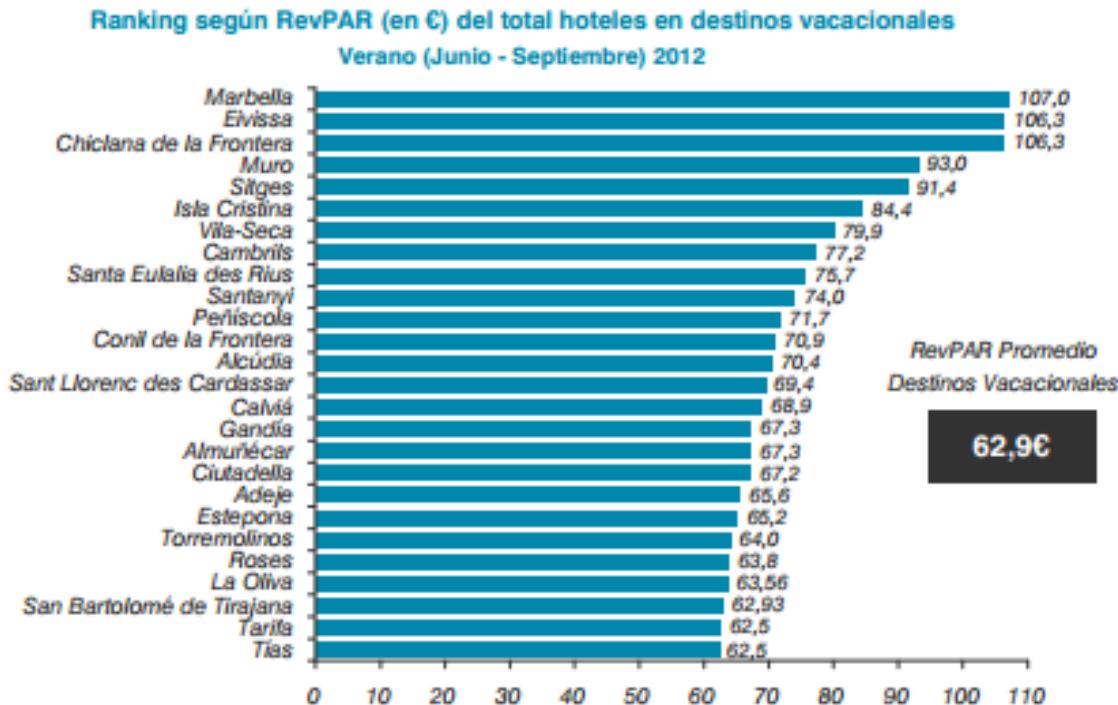
Fuente: J. Ivars, 2013.

Al comparar ambos destinos se deduce que Benidorm se encuentra cercano a una fase de declive, pues en los últimos años las pernoctaciones se están reduciendo sobre todo a partir del año 2007, además del grado de ocupación hotelera como se ha señalado antes. Por el contrario sí apreciamos cierta estabilidad en la evolución del número de pernoctaciones en Peñíscola a partir del año 2007 (figura 13), pero no se presentan todavía esos rasgos propios de una fase de declive.

Pero es necesario ser precavidos a la hora de analizar este tipo de indicadores. No se puede negar que Peñíscola sigue siendo un espacio turístico de gran atracción donde la crisis económica no se ha visto afectada según el número de pernoctaciones. Sin embargo los síntomas de saturación hay que tenerlos en cuenta, y como se expondrá posteriormente, sería conveniente una búsqueda de un turismo de mayor calidad buscando una diferenciación y unos ingresos por turista mayores.

Al respecto, el 5 de agosto de 2012 el diario "Las provincias" alertaba de una posible caída del gasto turístico en Peñíscola. Los empresarios advirtieron que se produjo una nueva caída en el gasto medio por turista, de alrededor del 5 por ciento, con respecto al mismo periodo del año anterior. Sin embargo, según un artículo publicado el 7 de abril de 2015 en la web oficial del ayuntamiento de Peñíscola, se produjo con respecto al año 2014 un aumento del 15 por ciento del gasto medio por turista. Estos indicadores del gasto medio por turista son importantes para conocer la tipología de los turistas y por lo tanto el grado de cualificación de un destino. En la etapa actual en la que muchos destinos turísticos mediterráneos se encuentran en una fase de saturación es necesario optar por la captación de un turismo de clase media alta que permita un impacto menor y un consumo mayor.

Figura 15: Gasto medio en establecimientos hoteleros



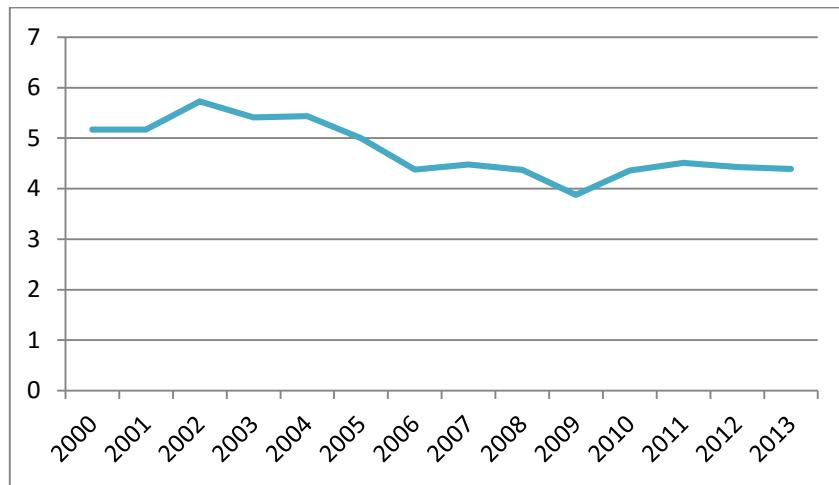
Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de la encuesta de ocupación hotelera (INE).

A propósito de los indicadores relacionados con el gasto medio por turista la web peniscolatierraymar.wordpress.com publicó un artículo en el que se analizaba estos aspectos (figura 15). Se ve cómo el ingreso medio por habitación disponible (RevPAR), en Peñíscola es muy favorable ya que está bastante por encima de la media del resto de destinos vacacionales.

7.1.2.4. *Estancia media*

La estancia media también es una variable a tener en cuenta a la hora de analizar el potencial actual de un destino turístico. Por lo general, es preferible una estancia media mayor, que representa una fidelización mayor de los turistas con el destino.

Figura 16: Estancia media en Peñíscola (2000-2013)



Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE (2000-2013). Elaboración propia.

En este caso la tendencia es negativa, y se observa como la estancia media se ha reducido en gran medida en los últimos años. Los turistas han acortado sus plazos de residencia de manera bastante clara. De nuevo se intuyen ciertos atisbos de saturación del destino, aunque es necesario analizar todas las variables desde una óptica global para extraer conclusiones.

7.1.3. Factores externos

Los factores externos son esa serie de condicionantes que afectan a un destino turístico, y que pueden potenciar su llegada de visitantes o generar un proceso contrario. Es importante considerar a los factores externos a la hora de analizar los ciclos de vida de un destino, pues estos factores nos pueden ayudar a explicar determinadas tendencias en este ciclo.

Los factores externos pueden ser de una tipología muy variada. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, además otro factor externo puede estar muy ligado a una sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países.

En el caso de Peñíscola este último factor reseñado explica que no se haya producido un declive inmediato tras la crisis económica. Lo lógico sería pensar que muchos destinos maduros se han visto afectados en el número total de visitas o de pernoctaciones por este contexto económico negativo. Sin embargo, cuando se observan la evolución de aspectos analizados como el número de pernoctaciones,

número de visitantes etc., no se aprecia una tendencia negativa a partir del año 2008, que es considerado el inicio de la crisis económica. El que no se haya producido esta tendencia negativa se debe en gran parte a las situaciones de incertidumbre y al clima político inestable que han sufrido determinados países en los últimos años.

Este factor externo, como es la situación política de otros países del entorno, juega un papel fundamental. Numerosas playas situadas en Grecia recibían anualmente un denso flujo de turistas (Reyes y Peñaloza, 2012). Su situación política actual ha paralizado estas llegadas. El mismo caso se puede aplicar a los destinos turísticos localizados en Oriente Medio. La ruta de Jerusalén era uno de los destinos punteros a nivel mundial, además de otros destinos como el turismo practicado en Egipto. Las guerras y los climas políticos poco acogedores han hecho que los flujos turísticos que se localizaban en estos espacios tiendan a localizarse en otras zonas, y entre estas zonas de relocalización de flujos turísticos destaca el arco mediterráneo (Cohen, 2005).

En resumen, destinos turísticos han perdido peso en el contexto español y del mar Mediterráneo en los últimos años por una serie de factores externos (guerras, clima político negativo), beneficiándose así otros destinos que muestran un clima social más favorable para la práctica turística, como es el caso de Peñíscola.

Como conclusiones de esta fase de diagnóstico, y tras haber manejado este abanico de variables muy ligadas a la oferta y a la demanda, es arriesgado admitir que en Peñíscola se está dando un declive como es el caso de otros destinos maduros que han superado su capacidad de carga. Por lo tanto se desecha esta primera hipótesis de partida. Sin embargo, se puede admitir que este declive puede ser posterior. Las variables puramente relacionadas con la demanda muestran una cierta estabilidad, sobre todo en los últimos cinco años.

Si se relaciona esta falta de crecimiento turístico, con una reducción en el gasto medio por turista se puede afirmar que se está entrando en una fase de estancamiento, según las directrices del modelo del CVDT. Este estancamiento se debe a diversos factores, como una saturación del destino que comienza a atraer a un perfil turístico más austero y también a la falta de planificación turística en los años anteriores. Esto se traduce en una masificación y sobreexplotación de los recursos turísticos y del espacio disponible, que puede traer consigo a corto o medio plazo un declive del destino turístico.

7.2. Problemas detectados desde la perspectiva territorial

Tras haber realizado una primera parte de la fase de diagnóstico consistente en la aplicación de la teoría seleccionada al destino de Peñíscola, se pretende a continuación detectar una serie de problemas territoriales derivados de la actividad turística. No solo se señalan los problemas puramente territoriales, sino que se destacan otra serie de problemas de diversa índole que se están dando en el destino:

- Existe una elevada tasa de crecimiento de la oferta inmobiliaria-turística (Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana, 2011). Esto ha traído consigo un impacto ambiental y paisajístico muy elevado. Además, el incremento del aumento de la cantidad y calidad de infraestructuras y

equipamientos no ha acompañado este crecimiento de la oferta hotelera y residencial. La propia Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana (2011) en materia litoral ya señala un excesivo peso del modelo turístico basado en el desarrollo inmobiliario por encima de la preservación de valores paisajísticos y ambientales. En el caso de Peñíscola este problema lleva dándose desde etapas lejanas, con el boom turístico de los años ochenta (PGOU de Peñíscola, 2010), en el cual se generó una estructura hotelera densa con la que hay que lidiar en la actualidad.

- Hay una marcada estacionalidad. Si se compara el destino de Peñíscola con otros espacios litorales la estacionalidad es mayor en Peñíscola incluso, aunque este fenómeno sea una tónica habitual del turismo de sol y playa (Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana, 2011). Esta estacionalidad genera un desuso de los elementos y estructuras construidas durante los meses de menor afluencia, y por el contrario una presión y una masificación sobre los recursos y los servicios públicos, con consecuencias ligadas a la mala calidad de vida durante los meses estivales.
- Descenso importante de la estancia media en establecimientos hoteleros (figura 15), lo que genera una circulación mayor de los flujos turísticos que perjudica la accesibilidad y el tráfico externo al destino, además de suponer una masa turística poco consolidada y muy irregular que puede fluctuar con facilidad en función de las nuevas tendencias de la demanda.
- Existe una marcada afluencia turística en la zona del paseo, donde se concentran la mayor parte de alojamientos hoteleros y del tejido urbano construido (figura, 2). Por el contrario en Peñíscola se localizan espacios alternativos casi intransitados como la zona de las Atalayas o la Playa Sur, donde la afluencia de los turistas es menor. Sería conveniente un reequilibrio de las zonas visitadas que permitan desoxigenar y redistribuir los flujos turísticos a espacios alternativos.
- Práctica de un turismo de sol y playa como casi única alternativa de ocio. Hay un abandono y escaso aprovechamiento de otras tipologías turísticas que se podrían potenciar en Peñíscola (turismo cultural, turismo verde etc.). Se destaca como problema la escasa puesta en valor de los recursos turísticos complementarios (patrimonio monumental y natural). Este problema de diversificación de la oferta turística es común en la mayor parte de los espacios turísticos consolidados en la franja litoral de la Comunidad Valenciana (Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana, 2011).
- Débil articulación de la oferta turística instalada en el frente litoral con las zonas del interior (PGOU Peñíscola, 2010). El mayor porcentaje de establecimientos hoteleros se localiza, al igual que en otros muchos destinos litorales, en las primeras franjas del litoral. Esto genera una situación de saturación que no solo altera el paisaje natural, sino que supone una calidad de vida menor para los turistas y los habitantes del destino debido a esa excesiva masificación durante los meses estivales.

Por lo tanto, en la siguiente fase del trabajo, y tras haber diagnosticado una posible etapa de estancamiento, además de una serie de problemas derivados de la actividad turística, se abordarán cuestiones ligadas con la planificación turística, y con la reconversión y reestructuración de destinos turísticos maduros. A través de esta

segunda fase se persigue invertir esa posible tendencia negativa futura de afluencia turística y potenciar a Peñíscola como destino referencia de la Costa de Azahar (Castellón).

8. Propuestas de actuación

En esta parte del trabajo vamos a abordar cuestiones muy ligadas a la planificación territorial y a la gestión de destinos turísticos. El trabajo no se centra solo en diagnosticar la etapa según el ciclo de vida de los destinos turísticos, sino que plantea una serie de medidas desde la perspectiva territorial para solucionar los problemas detectados, y para alterar la dinámica normal de los destinos que según Butler se dirigen hacia una fase de declive si no hay intervenciones ligadas a la reestructuración del destino.

De acuerdo con Navarro (2014), los destinos turísticos consolidados litorales pasan actualmente por momentos de incertidumbre. Mientras en la literatura se discute la existencia de un ciclo de vida de los destinos (como se ha aplicado en este trabajo), los destinos se resisten a aceptar la fatalidad del declive y luchan por encontrar fórmulas y estrategias a largo plazo que les permitan mantener la clientela, y más importante aún, la sostenibilidad. En estas fórmulas se encuadran los procesos de reestructuración y revitalización, que han sido dados ya en numerosos destinos maduros.

En España hay los procesos de renovación y reestructuración de destinos se comenzaron a dar desde finales de los ochenta, siendo pioneros algunos municipios catalanes como Sitges y L'Estartit, con la oferta de nuevos productos competitivos (Priestley y Mundet, 1998) o el fortalecimiento de la imagen de marca Benidorm con el incremento de la cuota de visitantes nacionales ya en los años noventa (Vera y Baños, 2010). A partir de estas iniciativas pioneras en la reestructuración y renovación de destinos surgen otros ejemplos, como en el caso de Torremolinos o en otros espacios litorales maduros, donde las dinámicas turísticas comenzaban a marcar una tendencia deficitaria (Maldonado, 1999).

En esta línea de reestructuración, hay que decir que es muy parcial analizar la reestructuración de los destinos y solo valorar las políticas o factores económicos, dado el carácter integral que tiene la actividad turística en el territorio. Por esta razón, es necesario relacionar las prácticas políticas con las urbanísticas, o añadir conceptos de ordenación territorial y otros de medioambiente (Navarro, 2014). Es necesario, no dejar a un lado la perspectiva territorial, desde la que se aborda este trabajo, y analizar la actividad turística como un fenómeno multidimensional.

Hay que destacar que no se va a proponer una reestructuración total, como se ha podido acometer en otros municipios litorales donde se ha practicado un turismo de masas. En Peñíscola todavía no se ha alcanzado esa fase de declive, pero sí hay atisbos de una etapa ya de estancamiento ligada como se ha descrito antes a una estabilización de las variables cuantitativas y a una reducción del gasto medio por turista.

Es por ello por lo que presumiblemente a corto o medio plazo el destino turístico de Peñíscola entrará en una fase de declive según el modelo de Butler. Para alterar esta

dinámica se plantean a continuación una serie de propuestas desde una perspectiva territorial que permitan solventar los problemas detectados y reconducir el ciclo del destino hacia una fase de rejuvenecimiento.

Las necesidades de dar respuesta a los problemas específicos de cada territorio requieren un análisis territorial que ponga de manifiesto el carácter multifuncional del territorio y sus potencialidades para su dinamización turística (Monteserín y Troitaño, 2007). Frente a una situación ya diagnosticada de saturación estival y sobreexplotación de los recursos, se van a plantear una serie de medidas ligadas a estrategias de carácter local, no necesariamente de gran coste económico. Persiguen un objetivo de mejorar la calidad de vida de los turistas, evitando esta masificación y promoviendo la práctica y puesta en valor de otros recursos turísticos sin explotar. Bajo ningún concepto se perseguirá un objetivo de aumento cuantitativo de los flujos turísticos o de la oferta hotelera, sino una mejora cualitativa de este turismo que permita alcanzar criterios de sostenibilidad que dinamicen la práctica turística en este destino.

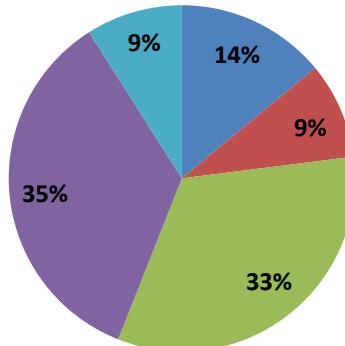
Por otro lado, la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana (2011) en materia de turismo, ya apostó en su día por cuatro líneas estratégicas basadas en:

- 1) Utilizar el territorio como soporte y argumento del modelo turístico.
- 2) Considerar el patrimonio natural y cultural como elementos diferenciadores de espacios y destino turísticos.
- 3) Renovar y fortalecer los destinos turísticos consolidados y actuales.
- 4) Diversificar el territorio y la tipología de la oferta, otorgando nuevas posibilidades de ocio además de la práctica de un turismo de sol y playa.

Figura 17: Presupuesto de los planes de dinamización turística en actuaciones en el territorio (1966 - 1999)

Inversión media durante el periodo 1996-1999

- Animación del destino, difusión y gestión
- Fortalecimiento e integración de la oferta y de la estructura empresarial
- Creación de nuevos productos turísticos
- Puesta en valor y uso turístico de recursos
- Recuperación medioambiental



Fuente: Monteserín y Troitaño (2007). Elaboración propia.

De acuerdo Monteserín y Troitaño (2007), desde que comenzaron a ejecutarse los Planes de Dinamización Turística estos han seguido la misma tendencia, y la inversión presupuestaria ha sido destinada a los mismos aspectos generalmente. En el gráfico se recoge la inversión del presupuesto de los planes de dinamización turística en actuaciones en el territorio durante la etapa desde 1996 a 1999.

Como se aprecia en la figura 17, la mayor parte del gasto se ha venido destinando a medidas ligadas a la diversificación del producto turístico (creación de nuevos productos, puesta en valor de otros recursos turísticos etc.).

En este trabajo las propuestas seguirán esta línea de diversificación, además de otro tipo de propuestas necesarias para alterar esta posible etapa de estancamiento en la línea de una mejora de la calidad del destino.

De esta manera las medidas planteadas bajo una finalidad de reconversión y mejora de la dinámica del destino turístico de Peñíscola son las siguientes:

8.1. Mejora de las infraestructuras con el fin de obtener una accesibilidad mayor

Esta medida se centra sobre todo en la carretera N-340 que comunica los municipios de Vinarós, Benicarló y Peñíscola entre otros. Esta carretera, que discurre en gran parte de su trazado paralela al mar mediterráneo, genera una circulación muy poco fluida debido a su escaso rango y a poseer solo un carril para cada sentido (PGOU 2011). Si se le suma a que es un tramo muy frecuentado por vehículos de carga como los camiones se trata de un tramo donde la circulación es realmente lenta y la accesibilidad existe, pero es muy poco fluida. Mediante una inversión considerable se podría estudiar la posibilidad de ampliar esta carretera o convertirla en autovía para facilitar la comunicación a Peñíscola por este tramo norte, que permitiría entrar directamente en la zona hotelera principal que da al paseo sin necesidad de dar un rodeo por la autovía que circula por el interior del territorio castellonense.

8.2. Diversificación del producto turístico ofertado

Esta es sin duda una de las medidas clave a intentar promover en años posteriores. Ya hay ligeros indicios de que se ha intentado generar un turismo cultural interesante mediante rutas por el castillo del Papa Luna durante los meses de vacaciones. Sin embargo es necesario potenciar todavía más otros recursos turísticos que no se están utilizando ni se están poniendo en valor.

El castillo del Papa Luna, unido a numerosos elementos de interés como puede ser la visita al Bufador como curiosidad geológica pueden ayudar a ampliar la oferta turística y generar un turismo más variado que no dependa solo de la oferta de sol y playa.

Como se observa en la figura 2, el territorio de Peñíscola es amplio, y goza de amplios espacios naturales que rodean el tejido meramente urbano. Incentivar un turismo alternativo, de carácter natural, un turismo verde en espacios colindantes permitiría oxigenar esa presión sobre el litoral y las dos playas más importantes. Cuando se habla de generar una oferta de un turismo natural se está haciendo referencia a la explotación de la Sierra Irla como recurso turístico de primer nivel, o la explotación de otros espacios alternativos como podría ser una ruta por las atalayas. Para ello sería

necesaria la creación de unas estructuras que permitieran la explotación de esta tipología turística alternativa, ya sean una serie de equipamientos y servicios básicos que permitan el desarrollo del turismo en estas áreas periféricas.

La idea es fomentar el uso de las atalayas como un medio de alojamiento alternativo, que atraiga a un buen número de turistas que quieran cambiar ese turismo masivo y denso.

8.3. Reestructuración de la calidad de las instalaciones hoteleras

Una inversión general en determinados alojamientos que han perdido modernidad y poseen una calidad peor. Sería interesante una renovación de la planta hotelera y de los servicios que se ofrecen para atraer a un turismo de mayor calidad, donde el gasto medio por turista sea más elevado. Entrar en una dinámica de precios recesiva provoca la llegada de un turismo masivo que apenas consume los productos ofertados por el destino, y que además altera completamente el espacio que visita. Si se mejoran los servicios y se crean nuevas áreas de ocio se puede atraer un turismo de mayor nivel económico que permita desahogar esa masificación que se está dando y que perjudica al destino. La estrategia en este sentido estaría basada en la calidad, como método de fidelización y reposicionamiento del destino.

8.4. Difusión de playas alternativas, menos conocidas y con afluencia turística menor

Esta medida se encuentra muy en la línea de la diversificación de la oferta turística. Se trata de encontrar espacios con menor densidad de visitantes, que permitan de nuevo descongestionar la playa norte que es donde más masificación se concentra durante los meses estivales. Intentando promocionar otras playas menos conocidas (playa Irla, playa Santa Lucía, playa del Pebret, etc.), mediante procedimientos de marketing y otros procesos que faciliten el acceso a estos espacios, se generan nuevas opciones de ocio turístico y se consigue un turismo menos masificado con una calidad de vida mejor.

Figura 18: Localización de las principales playas en Peñíscola



Fuente: Elaboración propia

8.5. Reducir la estacionalidad mediante la creación de eventos anuales

Hay que explotar de manera más intensa eventos anuales como el calendario gastronómico que en el año 2015 cuenta con cinco fechas clave. En esta línea es conveniente plantearse nuevos eventos de carácter cultural que permitan atraer un número considerable de turistas durante los meses de invierno y fuera de temporada alta.

8.6. Articulación de la zona de litoral con el interior del municipio

Se pretende dar continuidad a la franja litoral, donde se encuentra el mayor porcentaje de infraestructuras y equipamientos turísticos, además de instalaciones hoteleras. Se trata de un espacio tremadamente masificado y transitado durante los meses vacacionales. Es necesario promover las zonas de interior creando nuevos espacios de ocio y recreación, destacando el área de las atalayas u otras zonas alejadas del litoral. Para ello es necesaria una inversión en equipamientos y servicios que permitan una mayor accesibilidad a estas zonas y comiencen a atraer a un porcentaje elevado de turistas que decidan alternar en estas zonas interiores desahogando la zona de la franja litoral densamente frecuentada y explotada.

La Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana ya planteaba en el año 2011 medidas ligadas a esta propuesta. Se propuso diseñar nuevos productos complementarios entre la zona litoral y la interior, además de generar corredores verdes o pasillos ecológicos que articulen distintos espacios y acerquen los valores paisajísticos a los ciudadanos y visitantes del destino (Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana, 2011). En este sentido no se observa una buena aplicación en el destino de Peñíscola. Sería interesante impulsar la creación de una red de corredores verdes que conecten la Sierra Irla con los espacios residenciales interiores con el fin de poner en valor este paisaje natural y facilitar el acceso desde las zonas urbanas.

9. Conclusiones

Actualmente el destino turístico de Peñíscola está empezando a experimentar los primeros atisbos de una posible fase de declive según el modelo de Butler, sino se toman medidas ligadas a una reestructuración. Es arriesgado afirmar que se haya entrado ya en esta fase, pero sí se está produciendo una estabilización de las variables cuantitativas ligadas a la ofertas y la demanda (número de visitantes, número de instalaciones hoteleras) y sobre todo a una reducción del gasto medio por visitante. Esto está convirtiendo el destino en un espacio de ocio de clases bajas y de un turismo de escaso gasto, que disfruta de los equipamientos e infraestructuras, alterando y generando situaciones de masificación de los meses estivales, pero contribuyendo económico poco.

De este modo se resuelve el primer objetivo planteado referente al diagnóstico de la etapa del destino de Peñíscola. Actualmente se estaría entrando en una fase de estabilización según el modelo de Butler. Además el objetivo séptimo consistente en el análisis e interpretación de las fluctuaciones de la oferta y la demanda también se

cumpliría, pues las diferentes variables aplicadas muestran esa estabilización reciente en su evolución.

Si se compara con otros destinos maduros litorales, como se ha hecho en el trabajo (figura 14), el caso de Peñíscola no es tan negativo, pues conserva un gran número de llegadas aunque estas se hayan estabilizado en los últimos cinco años. Por lo tanto se descarta un planteamiento inicial de que el destino se encuentre en una fase avanzada de declive, como está sucediendo en otros espacios litorales como es el caso de Benidorm (Ivars, 2013). El diagnóstico invita a pensar y a afirmar que Peñíscola ha entrado en una fase de estancamiento, y si no se establecen una serie de medidas ligadas a la planificación turística que busquen una reestructuración y un reposicionamiento del destino, es muy probable que a medio o largo plazo se entre en una fase de declive por la cual el número de llegadas comience a reducirse al igual que otras variables que definen el modelo aplicado.

Peñíscola está sufriendo pues un deterioro lento pero continuo, y un desgaste en su imagen que está atrayendo a una serie de flujos turísticos que cada vez gastan menos en el disfrute de su ocio. Los principales problemas detectados se resumen en un producto de sol y playa demasiado explotado e individualizado, que carece de una diversificación a pesar de las potencialidades de otras tipologías turísticas que podrían ser explotadas. Además, existe una masificación y sobreexplotación de algunos espacios del destino (PGOU, 2011) mientras que otras potencialidades se encuentran insuficientemente aprovechadas (figura 2). Es decir, hay una oferta escasamente diversificada. Además de un problema en cuanto a la accesibilidad por la zona norte, que podría ser mejorada, y una planta hotelera que carece de una renovación reciente.

Con este argumento en forma de medidas que ayuden al reposicionamiento y regeneración del destino se cumple el segundo objetivo, que persigue establecer medidas de planificación turística que permitan dinamizar el destino.

Como se ha visto, es conveniente buscar una diversificación del producto turístico, creando una serie de equipamientos y servicios externos a la zona central y más masificada de Peñíscola (paseo marítimo), buscando atraer una demanda turística diferente apostando por un turismo alternativo ligado a los espacios naturales (Sierra Irta) o a un turismo cultural (castillo del Papa Luna y zona antigua). Es necesario equilibrar el espacio del destino, persiguiendo una articulación de la zona litoral con el interior del municipio.

De cualquier manera se observa como no es necesario aplicar una serie de medidas de un elevado coste económico, que alteren el total de la estructura y dinámica del destino, sino establecer medidas de carácter local, ligadas a potenciar los espacios en desuso del destino y que pueden convertirse en nuevos espacios de ocio y disfrute turístico. En el caso de Peñíscola hay que buscar un turismo de mayor calidad, por encima de la cantidad, que encuentre sobre todo una línea de sostenibilidad.

10. Bibliografía

- Aguiló, E. y Alegre, J. (2004) "La madurez de los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Baleares", *Papeles de economía española*, nº 102, pp. 250-270.
- Barbosa, A., Adriana, M. y Santamaría, A. (2010) "Cuatro casos de análisis comparativo de destinos turísticos de playa en México", <http://www.sectur.org.mx>.
- Buhalis, D. (2000) "Marketing the competitive destination of the future", *Tourism management*, nº 21, pp. 97-116.
- Butler, R. W. (2006) "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *The tourism area life cycle*, nº 1, pp. 3-12.
- Camisón, C. y Monfort, V. (1998) "Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: el caso de la Costa Blanca", *Estudios turísticos*, nº 135, pp. 7-28.
- Castrillón, M. I. D., Canto, A. G., Cantorna, A. I. S. y Cerradello, L. B. (2011) "Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad", *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, nº 5 (2), pp. 101-124.
- Cohen, E. (2005) "Principales tendencias en el turismo contemporáneo". *Política y sociedad*, 42 nº1, pp. 11-24.
- Diario Las Provincias*. (2012).
- Encuesta de Ocupación Hotelera (2000-2013), Instituto Nacional de Estadística.
- Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana. (2011).
- Garay, L.A. y Cánoves, G. (2010) "Un análisis del desarrollo turístico en Cataluña a través del ciclo de evolución del destino turístico", *Boletín de la asociación de geógrafos españoles* nº 52, pp. 43-58.
- García, F. A., López, M. C., Estarellas, P. J. B., y Abella, O. M. (2005). Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 39, pp. 201-226.
- González, M. D. L. O. B., y Ruiz, D. F. (2006) "La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico". *Cuadernos de Turismo*, nº 17, pp. 7-24.
- Henché, B. G., Lara, E. M. R., y Armelini, G. (2013) "Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile", *aDResearch*, nº 7, pp. 76-93.
- Haywood, K.M. (1986) "Can the tourist area life-cycle be made operational?", *Tourism management*, nº 7 (3), pp. 154-167.
- Inro, T. N. O. (2002) "Sistema de alerta rápida para la detección de destinos turísticos en declive y de sus mejores prácticas de prevención", Luxemburgo: *Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas*.
- Iranzo, J. E. (2003) "La demanda de turismo", Iranzo, JE. "La estructura económica de los mercados turísticos". Madrid: Instituto de Estudios Económicos, pp. 59-93.
- Ivars, J (2002) "Política local y gestión de los espacios turísticos". *La Geografía y la gestión del turismo*, pp. 17-55.

- Ivars, J. (2013) "El modelo turístico de Benidorm: singularidad y retos de futuro". *Papers de turisme*, nº 54, pp. 17-24.
- Johnston, C. S. (2001a) "Shoring the foundations of the destination life cycle model, part 1: ontological and epistemological considerations", *Tourism Geographies*, nº 3 (1), pp. 2-28.
- Johnston, C. S. (2001b) "Shoring the foundations of the destination life cycle model, part 2: A case study of Kona, Hawai'i Island", *Tourism Geographies*, nº 3 (2), pp. 135-164.
- Knowles, T. y Curtis, S. (1999) "The market viability of european mass tourist destinations. A post-stagnation life-cycle analysis", *International journal of tourism research*, nº 1 (4), pp. 87-96.
- López, V.M. (2010) "La reorientación en los destinos litorales planificados. Caso de estudio: bahías de Huatulco, Oaxaca (México)." México, *Ed. Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas*.
- López, V.M. (2011) "La reorientación del ciclo de vida del área turística. El caso de bahías de Huatulco, Oaxaca (México)", *Investigaciones turísticas*, nº 1, pp. 107-121.
- López, Y. y Pulido, J.I. (2013) "Sostenibilidad de los destinos turísticos", en Solsona, J. y Pardellas, X. (eds.): *La actividad turística española en 2012*, pp. 161-170.
- Maldonado, E. V. (1999). Los productos del turismo del litoral y sus conflictos ambientales en Andalucía. In *Memoria del III Congreso Andaluz de Turismo: Torremolinos, noviembre de 1999*. pp. 259-308. Consejería de Turismo y Deportes.
- Millán, G., Pérez, I. y Martínez, R. (2012) "Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: una comparación de estudios de caso", *Cuadernos de turismo*, nº 30, pp. 241-266.
- Miller, G. (2001) "The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers", *Tourism management*, vol. 22, nº 14, pp. 351-362.
- Miossec, J.M. (1977) "Un modèle de l'espace touristique", *L'espace géographique*, vol. 6, nº1, pp. 41-48.
- Montaño, A., Pérez, J.C., Burrola, O. y De La, V. (2014) "Reposición para destinos turísticos consolidados: el caso de los Cabos, México", *Cuadernos de turismo*, nº 33, pp. 271-295.
- Monteserín, O., y Troitaño, M. A. (2007). "Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio". Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- Morgan, M. (1991) "Dressing up to survive: marketing Majorca anew", *Tourism management*, vol. 12, nº 1, pp. 15-20.
- Navarro, S. (2014) "Los espacios turísticos de la comunidad valenciana: ¿Planificación territorial del turismo o evolución espontánea? Los planes regionales y el caso de Peñíscola", *Investigaciones turísticas*, nº 8, pp. 85-111.
- Navarro, E. (2014) "La reestructuración de destinos litorales. Entre la retórica y la lentitud de los cambios", en Palomeque, F. L., Valiente, G. C., Romero, A. B. y Delgado, A. (eds.): *Turismo y territorio: innovación, renovación y desafíos*, Barcelona, Ed. Ariel, pp. 37-72.

- Noronha, R. (1976). *Review of the sociological literature on tourism*. New York, World Bank.
- Obiol, E. y Ferrandis, A. (2011) "Gandía y sus prácticas de renovación turística", en: *Seminario internacional renovación y reestructuración de destinos turísticos consolidados del litoral*. Universidad de Alicante, Instituto Universitario de investigaciones turísticas.
- Palomeque, F. L. (1997)." *Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo*". Ariel.
- Perelli, O., y Prats, F. (2007) "La apuesta por la reconversión de los destinos maduros del litoral", *Estudios turísticos*, nº 172-173, pp. 203-321.
- Pérez, I. y Navas, T. (2014) "Evolución histórica de dos destinos turísticos internacionales. Maspalomas-Costa Canaria y Costa Brava", *ACE: architecture, city and environment*, nº 25, pp. 229-278.
- Pérez, P.L. (2012) "El ciclo de vida de un área turística: su aplicación a la Costa del Sol española y su medio ambiente", *Observatorio medioambiental*, nº 15, pp. 21-34.
- Plan de Competitividad Turística de Benicarló-Peñíscola (2010).
- Plan General de Ordenación Urbana de Peñíscola (2010).
- Pricila, A. y Jiménez, A. (2012) "La política turística en Cancún como destino turístico maduro, ¿renovar o replicar?", en *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras: Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*, (eds.) Rebollo, J. F. V., y Sánchez, I. R., pp. 71-92.
- Priestley, G., y Mundet, L. (1998) "The post-stagnation phase of the resort cycle", *Annals of tourism research*, vol. 25, nº 1, pp. 85-111.
- Reyes, C. A. E., y Peñaloza, M. (2012). Crisis económica y social en Grecia: Impacto en el turismo. *RIAT: Revista Interamericana de Medioambiente y Turismo*, 8 nº1, pp. 42-49.
- Rodríguez, I. y Quiles, A. M. C. (2011) "Renovación de destinos turísticos maduros, expertos y grupos de interés, discurso global-local y escenarios de futuro: El caso de Benidorm", *Encuentros Científicos-Tourism & Management Studies*, nº 1, pp. 969-981.
- Ruiz, D. F. (2012) "La demanda turística internacional: medio siglo de evolución" *Revista de economía mundial*, nº 32, pp. 127-149.
- Soares, J. C. (2012)" La evolución de los destinos turísticos litorales consolidados. Un análisis comparado de Balneario Camboriú (Brasil) y Benidorm (España)".
- Soares, J. C., y Gandara, J. M. (2011) "El ciclo de vida de dos destinos de sol y playa consolidados del sur de Brasil: un primer acercamiento a Florianópolis y Balneario Camboriú", en *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras: marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Eds. (2012) Rebollo, V. JF. y Rodríguez, pp. 135-159.
- Stansfield, C. (1978). "Atlantic City and the resort cycle: background to the legalization of gambling", *Annals of tourism research*, vol. 5, nº 2, pp. 238-251.
- Stiglitz, J. (2010). "Los felices 90: la semilla de la destrucción". Taurus.

Such, M. P. y Rodríguez, I. (2014) Consideraciones a propósito de una propuesta de indicadores de renovación de destinos turísticos maduros de sol y playa.

Vera Rebollo, J.F., Ivars, J., Obiol, E., López, D., y Rodríguez, I. (2008). Una experiencia en la planificación de áreas y destinos turísticos: el Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana. *Troitiño, MA, García, JS & García, M. (Coords.) Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, pp. 663-686.

Vera Rebollo, J.F. (2011) *Análisis territorial del turismo*. Barcelona, Ed. Ariel.

Vera Rebollo, J.F. y Baños, 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 asociación de geógrafos españoles*, nº 53, pp. 329-353.