

**FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO, REDES Y SITUACIÓN DE EMPLEO.
EL CASO DE MASPALOMAS (GRAN CANARIA).**

Tesis Doctoral

Departament de Sociologia

Universitat Autònoma de Barcelona.

Autor: Manuel Ángel Santana Turégano.

Director: Antonio Martín Artilles

Bellaterra, junio de 2003.

ÍNDICE

0. Introducción.....	1
1. Planteamiento teórico- metodológico.....	5
1.1. Definición de conceptos: formas de desarrollo turístico.....	10
1.1.1. <i>Desarrollo turístico como fenómeno urbanístico- geográfico.....</i>	<i>12</i>
1.1.2. <i>Desarrollo turístico como fenómeno socio- antropológico.....</i>	<i>15</i>
1.1.3. <i>Desarrollo turístico como fenómeno socio- económico.....</i>	<i>21</i>
1.1.4. <i>Recapitulación sobre el concepto “desarrollo turístico”.....</i>	<i>24</i>
1.2. Definición de conceptos: situación de empleo.....	27
1.2.1. <i>Del trabajo al empleo.....</i>	<i>28</i>
1.2.2. <i>La situación de empleo en las sociedades salariales.....</i>	<i>33</i>
1.3. Estado de la cuestión.....	35
1.3.1. <i>Modelos de desarrollo, sostenibilidad y situación de empleo.....</i>	<i>36</i>
1.3.2. <i>La multiplicidad de los modelos de desarrollo.....</i>	<i>43</i>
1.3.3. <i>Los modelos productivos (de desarrollo) en turismo.....</i>	<i>47</i>
1.3.4. <i>Los modelos de desarrollo y la situación de empleo.....</i>	<i>51</i>
1.3.5. <i>Desarrollo turístico y situación de empleo en sociedades turísticas.....</i>	<i>53</i>
1.3.6. <i>Recapitulación acerca del Estado de la Cuestión.....</i>	<i>61</i>
1.4. Hipótesis y estrategia de investigación.....	68
1.4.1. <i>Estado de la cuestión e hipótesis.....</i>	<i>68</i>
1.4.2. <i>Estrategia de investigación.....</i>	<i>75</i>
1.4.3. <i>Sobre el método y las técnicas de investigación.....</i>	<i>81</i>
1.5. Conclusiones acerca del planteamiento teórico- metodológico.....	94
2. El desarrollo turístico de Maspalomas.....	99
2.1. El desarrollo turístico de Maspalomas en la actualidad.....	101
2.2. El desarrollo turístico de Maspalomas en su contexto.....	116
2.3. El desarrollo turístico de Maspalomas en el contexto mundial.....	119
2.4. Las etapas del desarrollo turístico en Maspalomas y Gran Canaria.....	123
2.5. Conclusiones acerca del desarrollo turístico de Maspalomas.....	128
3. El desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno urbanístico.....	131
3.1. Evolución histórica del proceso de desarrollo turístico.....	132
3.2. Las etapas del desarrollo turístico- urbanístico de Maspalomas.....	143
3.3. El proceso de construcción de las infraestructuras turísticas.....	146
3.4. Conclusiones sobre el desarrollo turístico- urbanístico de Maspalomas.....	158

4. El desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno socio- antropológico.	161
4.1. Las características de los turistas de Maspalomas en su contexto histórico.....	163
4.2. Las características de los turistas de Maspalomas en la actualidad.	166
4.2.1. <i>Características de los turistas de invierno.</i>	170
4.2.2. <i>Características de los turistas de verano.</i>	171
4.2.3. <i>Características del turismo gay.</i>	173
4.3. Las características de los turistas y el desarrollo urbanístico.....	175
4.4. Las características de los turistas y el desarrollo socio- económico de Maspalomas.....	181
4.5. Conclusiones sobre el desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno socio- antropológico.	194
5. El desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno socio- económico.....	197
5.1. Características generales de la oferta turística de Maspalomas.	199
5.2. Características de la oferta turística real: empresas y establecimientos.	210
5.3. Características de la oferta extrahotelera: flexibilidad y especialización.....	215
5.4. La estructura de la oferta turística, alojativa y extrahotelera.	223
5.5. Colaboración y competencia: Maspalomas como distrito industrial.....	233
5.6. Conclusiones: una tipología de la oferta alojativa.	238
6. La situación de empleo en Maspalomas.	245
6.1. La situación de empleo en Maspalomas: el volumen del empleo.	247
6.2. El proceso de conformación de la actual situación de empleo.....	250
6.3. Las características de la situación actual de empleo en Maspalomas.	269
6.4. <i>¿Quién trabaja dónde?</i> Trayectorias laborales y situación de empleo.....	279
6.5. Situación de empleo, aspiraciones de independencia profesional y modelos de desarrollo turístico...288	
6.6. Conclusiones sobre la situación de empleo en Maspalomas.	295
7. La relación entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo.	299
7.1. Redes de empresas y situación de empleo.	303
7.2. El desarrollo turístico y la situación de empleo: aspectos generales.....	306
7.3. Desarrollo turístico- urbanístico y situación de empleo en Maspalomas.	313
7.4. El desarrollo turístico- antropológico y la situación de empleo en Maspalomas.	324

7.5. El desarrollo socio- económico del turismo y la situación de empleo en Maspalomas.	331
7.5.1. <i>Posición en la red y situación de empleo.</i>	337
7.6. Conclusiones sobre las relaciones entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo.	340
7.6.1. <i>Conclusiones de carácter metodológico y teórico.</i>	343
8. Conclusiones.	347
8.1. Los modelos de desarrollo turístico como opciones posibles.	351
8.2. La “interdisciplinariedad” de los estudios sobre el desarrollo turístico.	354
8.3. Factores en la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo.	355
8.4. Aportaciones de carácter teórico y metodológico.	358
8.5. Líneas de investigación a profundizar.	359
8.6. Importancia y aplicabilidad de los resultados.	361
9. Anexo metodológico.	369
9.1. Guión entrevistas en profundidad.	369
9.2. Entrevistas realizadas en la primera fase de la tesis.....	370
9.3. Cuestionario Encuesta verano 2002.....	371
9.4. Entrevistas realizadas en la segunda fase de la encuesta.	382
9.5. Representatividad de la Encuesta.....	383
10. Bibliografía	385
11. Fuentes de Información.	402
11.1. Fuentes Documentales.....	402
11.2. Fuentes de información en Internet.....	402

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1: Desarrollo y situación de empleo en algunos de los países más desarrollados, 2002.....	64
Tabla 2-1: La actividad turística en España, 2002. Viajeros totales (nacionales y extranjeros) por CCAA.....	106
Tabla 2-2: Turistas extranjeros por Islas, Canarias 2002.....	107
Tabla 2-3: La actividad turística en España, 2002. Pernoctaciones por CCAA.....	110
Tabla 2-4: La actividad turística en España: pernoctaciones totales por provincias y composición.....	111
Tabla 2-5: Concentración de la actividad turística (plazas) en Gran Canaria y Tenerife, a 31/12/2001.....	118
Tabla 2-6: Turistas internacionales, 1996.....	119
Tabla 2-7: Turistas por Países e islas en la Unión Europea.....	120
Tabla 3-1: Etapas en el desarrollo turístico de Maspalomas según demanda y oferta.....	145
Tabla 3-2: Plazas Turísticas en Canarias por municipios y tipo, 31- 12- 2001.....	154
Tabla 3-3: Establecimientos alojativos por tipo de propiedad, Maspalomas, 2002.....	155
Tabla 4-1: Turistas por mes y trimestre, Gran Canaria, 2001.....	165
Tabla 4-2: La oferta alojativa de las islas de la U.E.....	176
Tabla 4-3: Complejos entrevistados y plazas según tipos de turismo reciben, Maspalomas, verano 2002.....	190
Tabla 4-4: Complejos encuestados según nacionalidad T.O. Principal.....	192
Tabla 5-1: Oferta alojativa de San Bartolomé de Tirajana por categorías, 31-12-2001.....	199
Tabla 5-2: Oferta Alojativa en Maspalomas, 2001. Reparto por tamaños.....	200
Tabla 5-3: Oferta Alojativa en San Bartolomé de Tirajana por tipos de alojamiento, 2001.....	204
Tabla 5-4: La oferta extrahotelera por categorías, Maspalomas, verano de 2002.....	205
Tabla 5-5: La oferta extrahotelera por categorías, Maspalomas, verano de 2002.....	206
Tabla 5-6: La oferta extrahotelera por tamaño, Maspalomas, verano de 2002.....	206
Tabla 5-7: La oferta extrahotelera por época de apertura, Maspalomas, verano de 2002.....	206
Tabla 5-8: La oferta extrahotelera por tamaño, Maspalomas, verano de 2002.....	207
Tabla 5-9: Plazas extrahoteleras según tamaño y época de apertura, Maspalomas, 2002.....	208
Tabla 5-10: Empresas de alojamientos extrahoteleros según tipo, San Bartolomé de Tirajana, 2000.....	213
Tabla 5-11: Estructura de la oferta (plazas) según tamaño de la empresa explotadora.....	214
Tabla 5-12: Plazas según número de complejos gestiona empresa que las oferta.....	214
Tabla 5-13: Establecimientos encuestados según tipo de contrato.....	219
Tabla 5-14: Tabla de contingencia: Establecimientos encuestados por tipo de contrato y de turismo.....	219
Tabla 5-15: Tabla de contingencia: Tipo de contrato por tipo de explotación.....	222
Tabla 5-16: Evolución turismo según tamaño, Maspalomas, 2002.. % filas.....	223

Tabla 5-17: Reparto de la oferta hotelera, Maspalomas, 1999.	229
Tabla 5-18: Concentración de la oferta (plazas) según importancia de la empresa, Maspalomas, verano 2002.	230
Tabla 6-1: Reparto del empleo por municipios, Gran Canaria y Tenerife, 1 Tr. 2001.	248
Tabla 6-2: Volumen total de empleos en Canarias por municipios, tercer trimestre de 2002.	250
Tabla 6-3: Evolución del turismo, la población y los empleos, San Bartolomé de Tirajana, 1960- 2001.	252
Tabla 6-4: Ocupados por lugar de nacimiento, San Bartolomé de Tirajana, 1996.	255
Tabla 6-5: Ocupados residentes en San Bartolomé de Tirajana por profesión y lugar nacimiento, 1996.	256
Tabla 6-6: Población según lugar de nacimiento, Municipios Turísticos, Canarias, enero de 2001.	257
Tabla 6-7: Población Inmigrada por año de llegada, Las Tirajanas, 1996.	258
Tabla 6-8: Población según lugar de nacimiento, San Bartolomé de Tirajana, 1996-2001.	259
Tabla 6-9: Composición geográfica (en %) de las cohortes de inmigrantes, San Bartolomé de Tirajana, 1996.	260
Tabla 6-10: Población según lugar de nacimiento, Principales Municipios Turísticos, España, enero de 2001.	261
Tabla 6-11: Trabajadores Comarca Sur de Gran Canaria según Municipio Residencia, 1996.	268
Tabla 6-12: Población por relación con la actividad, 1996.	270
Tabla 6-13: Población por relación con la actividad, Municipios Turísticos de Canarias, 1996.	271
Tabla 6-14: Composición del Empleo en San Bartolomé de Tirajana, segundo trimestre de 2000.	273
Tabla 6-15: Composición del empleo en los municipios Turísticos Canarias, 2 Tr. 2000.	274
Tabla 6-16: Empleos en hostelería en los municipios turísticos de Gran Canaria y Tenerife, 2 Tr.2000.	277
Tabla 7-1: Oferta alojativa y empleo.	308
Tabla 7-2: Relación entre el lugar de nacimiento de la población y la tipología de la oferta alojativa.	314
Tabla 7-3: Relación entre el modelo turístico y la composición de la población.	317
Tabla 7-4: Empleos según régimen de explotación complejos encuestados, Maspalomas, verano 2002.	319
Tabla 7-5: Empleo extrahotelero por fragmentación de la propiedad.	320
Tabla 7-6: Edad de los empleados según tipo de establecimiento, Maspalomas, verano 2002.	322
Tabla 7-7: Empleados muestra por régimen explotación establecimiento y tipo contrato, Maspalomas,	323
Tabla 7-8: Empleos según tipo turismo establecimiento y tipo contrato, Maspalomas, verano 2002.	325
Tabla 7-9: Empleos según tipo de turismo establecimiento y edad empleados, Maspalomas, verano 2002.	327
Tabla 7-10: Empleos según tipo contrato y nacionalidad TO principal establecimiento, Maspalomas, verano 2002.	328
Tabla 7-11: Empleos edad empleados y nacionalidad TO principal establecimiento, Maspalomas, verano 2002.	330
Tabla 7-12: Empleos de la encuesta según tipo de contrato y tamaño empresa explotadora.	334
Tabla 7-13: Empleos por tipos de contrato y pertenencia a cadena del establecimiento.	335
Tabla 7-14: Empleos según tamaño de la empresa (número de empleos), Maspalomas, verano 2002.	336

Tabla 7-15: Empleos según tipo de contrato y tipo de contrato del establecimiento con el TO.	339
---	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2-1: Evolución Número de turistas, Canarias- Gran Canaria, 1992- 2002.	125
Gráfico 3-1: Plazas abiertas en S. Bartolomé de Tirajana en noviembre de 2001 por año de apertura	144
Gráfico 3-2: Propietarios de la muestra según unidades poseen, Maspalomas, 2002.....	156
Gráfico 3-3: Propietarios de la muestra según origen geográfico, Maspalomas, 2002.....	156
Gráfico 4-1: Turistas por países de origen, Gran Canaria, 2001.	167
Gráfico 4-2: Turistas por origen, Gran Canaria, marzo de 2001 (Invierno).	168
Gráfico 4-3: Turistas por origen geográfico, Gran Canaria, Julio de 2001 (Verano).	168
Gráfico 6-1: Empleos en San Bartolomé de Tirajana, 1 Tr. 1999- 3 Tr. 2002.....	247

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 0-1: Características de los tipos de establecimientos extrahoteleros de Maspalomas.	9
Cuadro 1-1: Tipos de desarrollo turístico- urbanístico según factores.	14
Cuadro 1-2: Formas de desarrollo turístico desde una perspectiva socio- antropológica y factores.....	20
Cuadro 1-3: Formas de desarrollo turístico desde una perspectiva socio- económica y factores definitorios.	23
Cuadro 4: Cuadro de conceptos, dimensiones e indicadores.	80
Cuadro 5: Las etapas del desarrollo turístico en Gran Canaria, según la demanda.	126
Cuadro 3-1: Evolución del proceso de producción de espacio turístico en S. Bartolomé de Tirajana- Maspalomas.	141

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Situación del Municipio de San Bartolomé de Tirajana.	100
Ilustración 2: Situación del Municipio de San Bartolomé de Tirajana.	100
Ilustración 3: Plano de la urbanización turística de Maspalomas, 1998.	132
Ilustración 4: Las Dunas de Maspalomas vistas desde Playa del Inglés.....	135
Ilustración 5: La urbanización de Playa del Inglés a principios de la década de 1970.	140
Ilustración 6: Financiación mediante aportación de capitales. El sistema de venta sobre planos.	150
Ilustración 7: Un complejo extrahotelero “típico”.....	152

Ilustración 8: Turismo Gay.	174
Ilustración 9: Diversificación de la oferta turística complementaria: senderismo.	186
Ilustración 10: Diversificación de la oferta turística complementaria: parques temáticos.	187
Ilustración 11: Diversificación de la oferta turística complementaria: cicloturismo.	188
Ilustración 12: Las relaciones entre propiedad y gestión.	212
Ilustración 13: Los apartamentos- residencia: pequeños empresarios.	241
Ilustración 14: El apartamento- hotel.	243

0. INTRODUCCIÓN.

En esta tesis nos hemos planteado la relación existente entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo. Para conocer la relación entre estos dos fenómenos se ha llevado a cabo un estudio del caso de Maspalomas, en el Sur de Gran Canaria. A partir del análisis de este caso podemos afirmar que existen cuatro factores que influyen en la situación de empleo que se da en una determinada localidad turística, que son, a) la situación de empleo que existe antes del desarrollo turístico b) las características de la demanda, fundamentalmente su estabilidad c) el papel que juegan en el desarrollo turístico los agentes locales y los touroperadores y d) la posición que ocupa esa localidad en la red internacional de elaboración de servicios turísticos.

Para llevar a cabo este análisis, en el capítulo uno de esta tesis hemos partido de que el turismo, actividad que consiste fundamentalmente en una manera determinada de relacionarse con el territorio, es un agregado de cinco consumos intermedios: transporte, alojamiento, alimentación, bienes y servicios y diversiones y espectáculos. Una vez definido así el turismo se conciben tres maneras de entender el desarrollo turístico. En primer lugar, desde una perspectiva geográfico-urbanística, el desarrollo turístico es el desarrollo y extensión de lugares en que tiene lugar la actividad turística así como las características del desarrollo turístico. Desde este punto de vista cabe hablar básicamente de dos modelos de desarrollo turístico en una determinada localidad o destino turístico, uno catalítico, en el que a partir de un promotor inicial son varios los agentes que promueven el desarrollo turístico, implicando a la sociedad local mediante un proceso de carácter continuado en el tiempo, y otro modelo de desarrollo integrado, en el que el desarrollo

urbanístico es más rápido, a partir de un promotor único y en el que la sociedad local queda en gran medida al margen.

En segundo lugar, desde una perspectiva socio- antropológica el desarrollo turístico es la evolución de las características de las personas que practican turismo y de los sistemas de preferencias que llevan a optar por unas u otras prácticas turísticas. Desde este punto de vista cabe hablar de dos modelos turísticos, un modelo turístico fordista, en el que los objetivos de los que practican turismo son básicamente la “recuperación” de la actividad productiva, se concentra en unas determinadas áreas geográficas y en épocas muy restringidas, y en el que el turismo es concebido como una actividad completamente separada de las actividades de la vida cotidiana, y un modelo turístico postfordista, en el que el objetivo de quienes lo practican incluyen también la diferenciación mediante el consumo, se expande por diversas áreas y en períodos de tiempo que abarcan todo el año, y se da una difuminación entre las actividades turísticas y las de la vida cotidiana.

En tercer lugar, el desarrollo turístico es también el desarrollo de las empresas que facilitan a los turistas los servicios que los configuran como tales. Desde este punto de vista cabe hablar también de un modelo turístico “fordista”, en el que los servicios son facilitados predominantemente por grandes empresas que establecen relaciones de integración vertical entre ellas, y de un modelo turístico “postfordista”, en el que los servicios son facilitados predominantemente por un abanico de pequeñas y medianas empresas, organizados en muchos casos en redes que incluyen relaciones de competencia y cooperación. En realidad, estas tres maneras de entender el desarrollo se relacionan entre sí,

ya que las características de los turistas y de las empresas que les prestan servicios se relacionan con las características físicas y urbanísticas de las localidades turísticas.

En cuanto a la situación de empleo, se ha definido desde una doble perspectiva como, por un lado, el papel que juega el empleo en una sociedad, y por otro, como el conjunto de posibilidades que en esa sociedad existen para organizar el empleo, es decir, las características del mismo. En las sociedades salariales, como son las que se configuran en Europa a partir de la Segunda Guerra Mundial, el empleo ocupa un lugar central en la sociedad, siendo la principal vía de integración de los individuos. Además, se trata de un empleo de unas determinadas características (regular, continuado, por cuenta ajena y con garantías legales). Todo esto ha evolucionado en gran medida en los últimos años, dando lugar a lo que muchos autores denominan una “crisis del empleo”, que implica sin duda una transformación en las formas de trabajar, que afecta especialmente al sector de los servicios. El concepto de “situación de empleo” pretende precisamente dar cuenta de cómo conceptos como el “trabajo”, o el “empleo” (es decir, el trabajo asalariado) han de ser entendidas en el contexto de la posición que ocupan en una determinada sociedad.

El estudio del estado de la cuestión acerca de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo permite poner de manifiesto la escasez de aportaciones al respecto y la importancia por tanto de investigar en esta línea. Aún es más, la importancia creciente del empleo en el sector servicios, y especialmente en el sector turístico, hacen aún más necesario profundizar en su análisis. Se parte de las aportaciones de Piore y Sabel (1989) acerca de la multiplicidad de los modelos productivos, lo que da solidez a la idea de analizar las consecuencias para la situación de empleo de diferentes modelos de desarrollo

turístico. A partir de aquí, la literatura sobre las redes de empresa (Martín Artiles, 1995; Harrison, 1997; Castells, 2000) señala la conveniencia de analizar las consecuencias para el empleo de diferentes modelos de redes empresariales, en este caso en el sector turístico. Y aportaciones como la de Castillo (1989) señalan que las condiciones laborales parecen depender más de la posición de una empresa en la red que de las características intrínsecas de la misma.

A partir de esta revisión del estado de la cuestión y de los factores considerados anteriormente se establecen las hipótesis que se contrastan en esta tesis. La primera hace referencia a la existencia de relación entre las características de la demanda turística y las características de la situación de empleo, lo cual es una extensión de la argumentación de Piore y Sabel (1989) acerca de la influencia de las características de la demanda en la organización de la producción. En segundo lugar, siguiendo las ideas de Castillo (1989) hace referencia a la relación entre las condiciones de empleo en una empresa o conjunto de empresas y la posición que éstas ocupan en la red internacional de elaboración de bienes o servicios. Por último, en la medida en que las características del desarrollo urbanístico del turismo influye en las características de los turistas, puede pensarse que influye también en las características de la situación de empleo.

Para contrastar estas hipótesis se ha analizado, como ya hemos afirmado, el caso de Maspalomas, en el sur de Gran Canaria. La elección de este caso viene fundamentada por dos motivos. En primer lugar, por su mera importancia cuantitativa: Maspalomas es la principal concentración turística de España y una de las mayores del mundo. Y en segundo lugar, el estudio del caso de Maspalomas, que constituye en ciertos aspectos una excepción

al modelo turístico predominante basado en la oferta hotelera, permite verificar la existencia de distintos modelos de desarrollo turístico, así como analizar un modelo de desarrollo que puede considerarse en gran medida endógeno. A partir del análisis, mediante diversas técnicas de investigación, del modelo de desarrollo turístico de Maspalomas en sus diversas vertientes, así como de la situación de empleo de la localidad, la tesis analiza la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo en Maspalomas.

El capítulo dos de la tesis está dedicado a enmarcar el desarrollo turístico de Maspalomas en su contexto. Como ya se ha afirmado, un hecho a tener muy en cuenta al analizar el desarrollo turístico de Maspalomas es que se trata de la principal concentración turística de Gran Canaria, de Canarias, de España y una de las mayores del mundo. Puede estimarse en unos dos millones y medio los turistas que visitan cada año la localidad, produciendo una cantidad cercana a los 25 millones de pernoctaciones. Esto hace que pueda afirmarse que Maspalomas concentra en torno al 7% de la actividad turística de España, un tercio de la de Canarias y cerca de un 1% de la actividad turística mundial.

La principal característica del turismo de Maspalomas es el predominio de la oferta extrahotelera frente a la hotelera. Este hecho, que es bastante generalizado en Canarias, ya que la oferta turística de Fuerteventura y Lanzarote son también predominantemente extrahoteleras, y en la de Tenerife se da un equilibrio entre ambos tipos de alojamiento, hotelero y extrahotelero, constituye una excepción en el resto de destinos turísticos de importancia. Por último, en el capítulo dos se establecen también las etapas del desarrollo turístico de Maspalomas, que incluyen diversas fases de gran crecimiento seguidas de otras de estancamiento.

El capítulo tres de la tesis está dedicado al estudio del desarrollo turístico de Maspalomas desde un punto de vista urbanístico. En el momento en que se inicia su desarrollo turístico, los terrenos que ahora componen Maspalomas pertenecían a un único propietario, el Conde de la Vega Grande. Esta unidad de la propiedad, junto con el hecho de que una amplia franja de terreno costero deshabitado y con importantes atractivos turísticos se encontraran bajo la jurisdicción de un único municipio contribuyen a comprender porqué Maspalomas se ha convertido en la mayor concentración turística de España, y porqué en ella se da una clara separación entre los espacios destinados a los turistas y a la población local.

Sin embargo, el sistema constructivo seguido permite comprender el predominio de la oferta extrahotelera sobre la hotelera, el reparto de la propiedad así como algunas características de la situación de empleo. Ante la carencia de capital suficiente por parte del Conde para llevar a cabo la urbanización, y dado el desinterés de los grandes grupos internacionales o locales por invertir en la construcción de grandes hoteles en el sur de Gran Canaria, el sistema seguido siguió el método de venta sobre planos. Este sistema, que se explica en mayor detalle en el capítulo III, permitió acumular pequeños capitales para la construcción turística, y está en la base de la configuración de la oferta alojativa actual y de algunos rasgos de la situación de empleo como el predominio de la población proveniente del resto de la isla en el empleo turístico del sur grancañario.

El capítulo IV está dedicado al análisis de las características de los turistas que visitan Maspalomas. El rasgo principal del modelo turístico de Maspalomas desde el punto

de vista de la demanda es la considerable estabilidad de ésta. El turismo que visita Canarias fue en sus orígenes un turismo de invierno, y este tipo de turismo continúa siendo aún muy importante. En realidad, el turismo de invierno y el turismo de verano pueden considerarse los tres grandes grupos de turistas que visitan Maspalomas a lo largo de una temporada (y quizá el turismo gay como grupo independiente). Las características y demandas de cada uno de ellos son relativamente diferenciadas. Mientras que el turismo de invierno busca sobre todo “residir” durante cierto período de tiempo en un entorno agradable (agradable, fundamentalmente por el clima), acercándose en gran medida a las características del turismo “postfordista” (es un turismo experimentado, que realiza numerosos viajes turísticos al año), el turismo de verano, que es más similar al turismo que provocó el desarrollo turístico de los destinos del Mediterráneo, resulta más similar al turismo “fordista”. Estas características de los turistas se relacionan con las del modelo urbanístico seguido. El predominio de la oferta extrahotelera se explica porque ésta, por sus características, atiende mejor las demandas de carácter “residencial” de los turistas que visitan la localidad que la oferta hotelera. Por otra parte, este mismo hecho, y la fragmentación del alojamiento que lleva implícito, así como la necesidad de atender a turísticas con demandas relativamente diferenciadas se relacionan con el hecho de que la oferta turística sea prestada por un abanico de numerosas pequeñas y medianas empresas, que “enlazando” distintos servicios permiten “construir” experiencias turísticas relativamente distintas a partir de la combinación de los mismos.

El capítulo V está dedicado al estudio del desarrollo de Maspalomas como fenómeno socio- económico, centrandlo el análisis en la oferta alojativa, y en concreto en el sector extrahotelero. Las casi 100.000 plazas que constituyen la oferta alojativa de

Maspalomas se repartían en diciembre de 2002 entre 76.279 plazas extrahoteleras y el resto hoteleras, con un total de 405 establecimientos extrahoteleros. El grueso de la oferta se concentra en establecimientos de una y dos llaves. Sin embargo, estos datos no permiten afirmar, como hacen otros autores (Medina Muñoz, 1998; Marrero Rodríguez, 1998) que el exceso de fragmentación y el pequeño tamaño de la planta sean un problema importante de la oferta alojativa de Maspalomas, ya que aunque existe un gran número de establecimientos pequeños, el grueso de las plazas se concentra en establecimientos medianos y grandes, entre 100 y 800 plazas alojativas por establecimiento. Si además tenemos en cuenta la diferencia entre plazas y establecimientos, por la cual en muchos casos una sola empresa agrupa la explotación de varios establecimientos, podemos hacernos una idea más aproximada de la estructura de la oferta alojativa de Maspalomas. Existen cerca de 270 empresas dedicadas al negocio alojativo en Maspalomas. Pues bien, un 25% de las plazas son gestionadas por empresas que gestionan más de 900 plazas, otro 25% por empresas que gestionan entre 400 y 900 plazas y un 17% por empresas que gestionan entre 200 y 400 plazas. Estas empresas se relacionan con los touroperadores mediante distintos tipos de contrato, fundamentalmente los contratos en garantía y por cupos. La extensión de los contratos en garantía son un indicador de la posición relativamente buena que tiene la oferta turística de Maspalomas en el conjunto de la oferta turística mundial. A su vez, estas empresas colaboran entre sí mediante diversos medios, fundamentalmente mediante la gestión del overbooking.

La diversidad de empresas que componen la oferta turística alojativa de Maspalomas se han sintetizado en torno a tres tipos ideales, en función del tipo de clientela, del tipo de contrato con los touroperadores, del tamaño y del tipo de relación que se

establece entre las empresas. Las características de estos tipos ideales, el apartamento residencia de comunidades de propietarios, el apartamento residencia de pequeñas empresas y el apartamento hotel se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro 0-1: Características de los tipos de establecimientos extrahoteleros de Maspalomas.

TIPO IDEAL	Apartamento- Residencia Comunidades	Apartamento- Residencia Pequeñas Empresas	Apartamento Hotel
Tamaño	Mediano- grande.	Pequeño- mediano	Grande
Tipo Contrato	Garantías- cupos	Garantía	Cupos- Garantía
Tipo Turismo	Dos Tipos Sucesivos	Un tipo especializado	Varios simultáneos
Relación Empresas	Colaboración	Colaboración	Competencia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta realizada en verano de 2002.

El capítulo sexto está dedicado a la situación de empleo en Maspalomas. Se describe cómo se ha ido conformando ésta a partir de la inmigración, en función de los mecanismos de acceso al mercado de trabajo. El concepto de trayectoria laboral permite comprender la interacción entre la situación de empleo y el desarrollo turístico, y se constata las aspiraciones de independencia profesional, en último término de salirse de la situación de empleado/ a como una de las características más destacadas de la situación de empleo en Maspalomas. Por otra parte, otra característica de la “situación de empleo” de Maspalomas, que puede relacionarse con las características del desarrollo turístico, es la relativamente escasa concentración del empleo turístico en el municipio. Por las características del tejido empresarial y el recurso a la externalización, una gran parte de los servicios turísticos, incluso aquellos que son facilitados por la empresa alojativa, son elaborados en muchos casos fuera del municipio de San Bartolomé de Tirajana.

Por último, el capítulo VII está dedicado a las relaciones entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo, analizando las influencias de cada una de las tres dimensiones, urbanística, socio- antropológica y socio- económica del desarrollo turístico en la situación de empleo. En primer lugar, existe relación entre las características del desarrollo urbanístico de Maspalomas y la situación de empleo porque el modelo de desarrollo urbanístico basado en la construcción de establecimientos extrahoteleros de propiedad local explica que los empleos creados en la Maspalomas sean atendidos fundamentalmente por población procedente del resto de la isla. Además, las comunidades de propietarios parecen producir un empleo algo más estable que otros tipos de organización del capital.

En segundo lugar, existe relación entre las características del desarrollo socio- antropológico y la situación de empleo en Maspalomas, ya que las características de los turistas influyen en los empleos que se generan. Aquellos establecimientos que se especializan en atender a tipos de turismo más estables tienen empleos que son también más estables, mientras que aquellos establecimientos que se especializan en atender a un turismo más fluctuante tienen mayor porcentaje de empleo a través de ETTs.

Por último, existe relación entre las características del desarrollo socio- económico de Maspalomas y la situación de empleo. Al contrario de lo que quizá se tendería a pensar, las pequeñas y medianas empresas de Maspalomas tienen un empleo más estable que las grandes empresas y las cadenas de la localidad. Y esto se explica al parecer fundamentalmente por la posición que cada tipo de empresa ocupa en la red internacional

de elaboración de servicios turísticos: las empresas que ocupan una posición más central son las que tienen un empleo más estable.

En cuanto a las conclusiones generales de la tesis, pensamos que la primera aportación de la misma es que ésta demuestra que son posibles diversos modelos de desarrollo turístico, en la medida en que Maspalomas constituye un modelo relativamente atípico. La segunda aportación sería que las condiciones de empleo parecen depender más de la posición de una empresa o conjunto de empresas en la red internacional de elaboración de un determinado bien o servicio (en este caso los servicios turísticos) que las características intrínsecas a las empresas. La tercera aportación señala la necesidad de estudiar los tres aspectos del desarrollo turístico (urbanístico, socio- antropológico y socio-económico) de manera integrada.

CAPÍTULO I:
PLANTEAMIENTO TEÓRICO- METODOLÓGICO

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO- METODOLÓGICO.

Esta tesis pretende conocer cómo influye la forma en que tiene lugar el desarrollo turístico en la situación de empleo. Para ello se centra en estudiar el desarrollo turístico de Maspalomas, en el sur de Gran Canaria, las características de la situación de empleo en esta localidad y la relación entre ambas, para a partir de aquí poder extraer conclusiones que sirvan para entender el *caso* concreto de Maspalomas y poder hacer generalizaciones hacia otros contextos.

Siguiendo los planteamientos metodológicos de autores como Coller (2000) u Osterman (1989), podemos considerar que Maspalomas constituye un caso para el estudio de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo porque es un objeto de estudio con unas fronteras claras, delimitadas territorialmente (el municipio de San Bartolomé de Tirajana, la isla de Gran Canaria), y que resulta relevante para la contrastación de las teorías al respecto¹. En este sentido, puede considerarse un caso analítico: la construcción teórica del caso nos permite pensar que el estudio del caso de Maspalomas permite extraer conclusiones generalizables. La elección del caso de Maspalomas corresponde a la pertinencia teórica, y no sólo por la mera importancia cuantitativa de Maspalomas en el turismo internacional. Como veremos posteriormente,

¹ Según Coller, (2000:39), "un caso es un objeto de estudio con unas fronteras más o menos claras que se analiza en su contexto y que se considera relevante bien sea para comprobar, ilustrar o construir una teoría o parte de ella, bien sea por su valor intrínseco. Para su análisis se pueden utilizar materiales diferentes (...) el método del caso es apropiado cuando se quiere estudiar un fenómeno (...) o una relación causal (la relación entre flexibilidad y control laboral) iniciando la investigación con las preguntas "¿cómo?" y/ o "¿por qué?".

siguiendo una lógica de “embudo” el estudio del caso de Maspalomas puede considerarse en cierto sentido representativo del turismo mundial. El 60% del turismo mundial se concentra en Europa². Dentro de Europa, el turismo se concentra sobre todo en los países del Mediterráneo, dentro de los cuales España tiene un papel destacado. En España, casi la mitad de los turistas se concentran en los archipiélagos de Canarias y Baleares. Dado que Maspalomas representa una de cada tres plazas alojativas de Canarias, el estudio del caso de Maspalomas puede considerarse así un caso significativo del turismo mundial, y no un caso extremo o periférico.

Por otra parte, por su localización en el tiempo Maspalomas es un destino turístico maduro- intermedio, que se desarrolló sobre todo a partir de los últimos años de la década de 1960 y primeros de la de 1970. No es por tanto uno de los primeros desarrollos turísticos, ni cabe pensar que la forma que en Maspalomas ha adoptado el desarrollo turístico y la situación de empleo sea consecuencia de unas condiciones únicas marcadas por su carácter pionero. El desarrollo turístico de Maspalomas tiene una antigüedad suficiente como para haber experimentado todas las etapas del desarrollo turístico, pese a que presente algunas particularidades, como el predominio de la oferta extrahotelera, que lo hacen un caso relativamente atípico, si bien, como veremos posteriormente, no tan atípico en el contexto canario. La validez de este estudio, entendido como estudio de casos, es que permite la comparación con otros estudios y la acumulación del conocimiento acerca de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo.

² Esta cifra se ha extraído de Sancho, 1998:24. En cualquier caso, estas y otras cifras se expondrán de manera detallada más adelante. Díaz y Frutos (2203) ofrecen cifras similares partiendo de otras fuentes (Díaz y Frutos, 2003:32-35.

En este capítulo nos proponemos desarrollar el planteamiento teórico- metodológico que hemos seguido en esta investigación para acercarnos al conocimiento de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo. Para ello comenzaremos definiendo los conceptos utilizados, la formas de desarrollo turístico, y la situación de empleo. Posteriormente pasaremos a analizar las aportaciones de la literatura acerca de la relación existente entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo.

Desde el punto de vista del desarrollo socio- económico, la literatura sobre la organización empresarial señala que, a principios de siglo XXI, siendo la forma de organización predominante la empresa red, las condiciones de empleo (y subsidiariamente la posición que el empleo ocupa en la sociedad) vienen determinadas, dentro de contextos locales y culturales diversos, por la posición que ocupa la empresa en la red³. Por tanto, puede entenderse también que, a un nivel agregado, las condiciones de empleo y la situación del empleo en una determinada sociedad se encuentran fuertemente influidas por las posiciones que los bienes y servicios que esa sociedad elabora ocupan en el mercado internacional, y también, por supuesto, por las restricciones normativas. Los estudios existentes sobre el sector turístico, así como aquellos que se centran en sociedades en que el turismo juega un papel clave, señalan que el carácter local o no de las empresas turísticas, la estacionalidad de la actividad, y el papel que juegan los agentes locales, concretados en buena parte a través de las políticas urbanísticas, pueden estar determinando las características de la “situación de empleo” en una determinada localidad. Por tanto, las

³ Como veremos posteriormente, las aportaciones de Castillo (1989) y Castells (2000) van en esa línea.

características del desarrollo urbanístico- turístico, como plasmación del papel que juegan los agentes locales y las características de los turistas, entendidas como características al fin y al cabo de los “servicios turísticos” que se elaboran en Maspalomas se configuran, a partir de la revisión de la literatura, como los factores determinantes de la situación de empleo en Maspalomas.

Una vez definidos los conceptos clave y establecidos los aspectos más relevantes a investigar a partir de la literatura, en este capítulo desarrollamos las técnicas de investigación utilizadas. Como ya hemos afirmado, el método de esta investigación es el estudio de casos, es decir, para estudiar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo nos hemos centrado en analizar el caso de Maspalomas, para a partir de él hacer generalizaciones. Ahora bien, para desarrollar este método ha sido necesario aplicar diversas técnicas, si bien las entrevistas semi- estructuradas han sido casi siempre la clave que nos ha permitido obtener la interpretación de los fenómenos, interpretación que después se ha contrastado o ampliado por otras fuentes. En este capítulo se detallan las dimensiones e indicadores utilizados para contrastar aquellos conceptos que, como ya hemos afirmado, aparecían como relevantes a partir de otras aportaciones. La contrastación y generalización de algunas de las interpretaciones que surgían de las entrevistas han sido los motivos que llevaron a la realización de una encuesta en los establecimientos extrahoteleros de Maspalomas acerca de las características de la empresarialidad, del empleo y de los turistas que se ha utilizado a lo largo de toda la tesis para ofrecer datos no disponibles por otras vías.

Para el análisis del desarrollo turístico urbanístico de Maspalomas se ha recurrido a la bibliografía existente, al análisis de los documentos del planeamiento, y a algunas entrevistas. Las características de los turistas se han tratado básicamente a partir de las estadísticas disponibles, así como de las generadas a partir de la encuesta. Para las características del desarrollo socio- económico se han utilizado sobre todo las estadísticas generadas a partir de la encuesta, otras estadísticas disponibles y las entrevistas con empresarios y gerentes. En cuanto a las características de la situación de empleo, ésta se ha descrito fundamentalmente a partir de las entrevistas realizadas a los trabajadores y trabajadoras, de las estadísticas disponibles y de las generadas por la encuesta. Por último, para relacionar las formas del desarrollo turístico con la situación se han combinado todas las técnicas anteriores. Sin más, pasamos ya exponer el planteamiento teórico- metodológico seguido comenzando por la definición de los conceptos utilizados.

1.1. Definición de conceptos: formas de desarrollo turístico.

En términos generales existe consenso a la hora de definir el turismo como una actividad consistente en desplazarse de manera no permanente a lugares distintos al de residencia habitual durante períodos de tiempo variables⁴. Desde una perspectiva económica Fuster Lareu (1991) define al turismo como un agregado de cinco consumos: transporte, alojamiento, alimentación, adquisición de bienes y servicios y disfrute de bienes y espectáculos. La conjunción de estos cinco consumos constituye al que los realiza en turista. Desde una perspectiva sociológica, Savelli (1990) concibe al turismo fordista como una reparación por los esfuerzos hechos en la producción, y a la vez como un ámbito de consumo en el que diferenciarse y en el cual construir la propia posición social.

Una de las aportaciones de mayor relevancia en el estudio del turismo desde las Ciencias Sociales ha sido la de Urry (1990), que define al turismo como una *manera de mirar*. Esta definición, que a pesar de los años sigue estando de plena actualidad y aceptación, ha sido matizada para contextos en que el turismo cultural es una parte mínima del negocio turístico. Perkins y Thorns (2001) plantean que quizá resulte más práctico contemplar el turismo no tan solo como una manera de mirar sino como una manera de actuar, de “*estar*”, es decir, hacer turismo sería mirar las cosas de determinada manera o

⁴ Esta definición en concreto se ha extraído de Montaner Montejano (1998), pero definiciones similares pueden encontrarse, por ejemplo, en Sancho(1998) o en Savelli (1989). Pérez Fernández (2001:20-28) realiza un análisis detallado de las definiciones del turismo.

realizar algunas actividades en determinada forma⁵. Intentando recoger las distintas aportaciones, planteamos aquí que *el turismo se define como una manera particular de relacionarse con el territorio que se caracteriza por la manera en que se mira el territorio. No sólo se “estetiza” la relación, sino que además se mercantiliza*. Ciertamente es que todas las actividades humanas podrían concebirse como una manera determinada de relacionarse con el territorio, que además, en su inmensa mayoría, contemplan entre sus fines fundamentales la provisión de recursos económicos. Pero el turismo presenta algunas particularidades. El objetivo principal de los turistas en su relación con el medio es obtener de la misma algún tipo de relación placentera, casi siempre relacionada con el goce estético, que es lo que los productores turísticos comercializan⁶.

En resumidas cuentas, a los efectos que en este trabajo nos interesan, cabe destacar dos grandes dimensiones en la conceptualización del turismo: para los turistas el turismo es una

⁵ El término que utiliza Urry es “gaze”, mientras que Perkins y Thorns hablan de “performance”, refiriéndose a la experiencia neozelandesa. En cualquier caso, ya se trate de “mirar” las cosas de una determinada manera, o de “hacerlas” de un modo particular, lo que parece claro es que el turista se caracteriza por su *disposición* hacia el medio en que se encuentra. Los habitantes de Gran Canaria también pasean y contemplan las Dunas o el mar, también practican ciclismo o van a la playa. Lo que les puede diferenciar de los turistas es la actitud adoptada al llevar a cabo dichas actividades.

⁶ *Los viajes turísticos pueden considerarse como una peregrinación en busca de experiencias placenteras y de bellas imágenes que guardar en el recuerdo*. La cámara de fotos, señal casi universal que permite identificar a los turistas, es una muestra de esta búsqueda de bellas imágenes. Harrison, a través de encuestas con turistas de clase media canadiense, señala que los comentarios de los turistas sugieren que su apreciación de los viajes está imbuida de una percepción estética y sensitiva de la experiencia. “A través de esta estetización, lo ordinario, lo cotidiano, se une a lo monumental para volverse lo “extraordinario”, lo “especial” (Harrison, 2001:159, traducción propia). El estudio de Enoch (1995) en un entorno radicalmente diferente (Israel) llega a conclusiones similares, por lo que cabe que pensar que lo que acabamos de señalar es un rasgo general del turismo y no una particularidad de un determinado contexto.

manera de relacionarse con el territorio, caracterizada por la búsqueda de algún tipo de goce, consistente en desplazarse a lugares distintos a la residencia habitual. Los turistas, en su relación con el territorio, buscan lo bonito, lo espectacular, lo exótico y lo placentero. Además, es una relación mercantilizada: por hacer turismo se paga. Por otra parte, para atender a esta demanda se crea una oferta mercantilizada, que implica necesidad de trabajo. Desde el punto de vista de los productores, el turismo puede entenderse como un agregado de cinco consumos: transporte, alojamiento, alimentación, diversiones y espectáculos, bienes y servicios. Como el turismo consiste en desplazarse a lugares distintos al de residencia habitual en búsqueda de lo espectacular, bonito o placentero, y la creación de una oferta para atender estas demandas, habría tres grandes maneras de entender el “desarrollo turístico”: como desarrollo de “lugares turísticos”, de “demandas turísticas” y de “oferta turística”. A continuación pasamos a ver estas tres maneras de entender el concepto de desarrollo turístico.

1.1.1. Desarrollo turístico como fenómeno urbanístico- geográfico.

Si el turismo es una determinada manera de mirar el territorio, de estar en él, estudiar el desarrollo turístico desde una perspectiva urbanístico- geográfica es estudiar qué lugares se van configurando en distintas épocas como espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas, qué características tienen estos espacios y, sobre todo, cuáles son las distintas maneras en que la actividad turística se implanta en el territorio y qué transformaciones ocasiona en ellos. La evolución de los distintos lugares que han acogido el fenómeno turístico ha sido ampliamente tratada, por ejemplo, por Fernández Fuster, 1991, 1991^a. Respecto a la forma en que en turismo se implanta en un determinado

territorio, podemos considerar distintos tipos y tipologías. Barbaza (1970), a partir de las experiencias en el Mediterráneo y el mar Negro, considera tres modelos de desarrollo turístico, el *desarrollo espontáneo*, el *desarrollo planificado y localizado* y el *desarrollo extensivo*, definidos en función de tres factores, a) el tamaño y extensión de la población local existente b) la naturaleza espontánea o planificada de las instalaciones existentes c) la naturaleza localizada o extensiva del área turística. El *desarrollo espontáneo* surge espontáneamente por la demanda de costas soleadas y al preceder la demanda a la oferta, se produce una construcción anárquica que degrada el entorno, pero permite la continuidad de algunas labores tradicionales. El *desarrollo planificado y localizado* lo identifica con lo sucedido en los países del Mar Negro, mientras que el *desarrollo extensivo*, que identifica con el Roussillon francés, se da a partir de pequeños núcleos locales con iniciativa privada.

Peck y Lepie (1992) consideran también tres modelos de desarrollo turístico, de *crecimiento rápido*, *crecimiento lento* y *desarrollo transitorio*. El *crecimiento rápido* se da “cuando las corporaciones adquieren grandes terrenos, y a continuación operan la subdivisión de los mismos para iniciar la construcción”, y la población se mantiene alejada de los beneficios del turismo. En el *crecimiento lento* “la promoción de los terrenos es controlada por los terratenientes locales y el desarrollo, ajeno a toda planificación, incluye a los integrantes de la población local, y los recién llegados se integran en las estructuras de poder tradicionales”. El *desarrollo transitorio* estaría orientado hacia el turismo de fin de semana. Por último, Pearce (1986), sintetizando las tipologías anteriores propone una división entre *desarrollo integrado*, y *desarrollo catalítico*. El *desarrollo integrado*, que integra a un solo promotor con exclusión de otros actores, deja al resto de la sociedad al margen y es rápido, planificado y coordinado, “teniendo como resultado

complejos turísticos funcionalmente especializados, aislados y dirigidos a turistas de clase alta". En el *desarrollo catalítico*, a partir de un promotor inicial las actividades van implicado a otras compañías e individuos locales y foráneos, y la actividad turística hace de catalizador de un desarrollo complementario simultáneo. En definitiva, de los estudios existentes en distintos lugares del mundo podemos extraer la idea de que los factores que influyen en la forma que adopta el desarrollo turístico en una localidad son por un lado, los relacionados con la población y las actividades pre- existentes, por otro, los agentes que promueven el desarrollo turístico y por último, el *tempo* del desarrollo. El cuadro siguiente presenta de manera sintética todos estos tipos y factores de desarrollo.

Cuadro 1-1: Tipos de desarrollo turístico- urbanístico según factores.

Factores	Tipos/ Tipologías de desarrollo							
	Espontáneo	Planificado	Extensivo	Rápido	Lento	Transitorio	Integrado	Catalítico
Población Local	Numerosa	Escasa	Escasa	Ajena Desarrollo	Impulsa		Ajena	Impulsa
Carácter crecimiento	Espontáneo	Planificado	Planificado	Planificado	Espontáneo		Planificado	Espontáneo
Extensión crecimiento	Localizado	Extensivo	Extensivo					
Ritmo crecimiento	Medio	Rápido	Lento	Rápido	Lento		Rápido	Medio
Impulsores desarrollo	Locales/ Múltiples	Estado	Privados	Foráneos	Locales	Locales	Foráneos	Locales
Impactos sociedad anfitriona	Sinergia Sustitución actividades			Sustitución	Sinergia		Sustitución Actividades	Sinergias
Situación complejos turísticos	Integrados	Aislados					Aislados	Integrados

Fuente: Elaboración propia a partir de Barbaza (1970), Peck y Lepie (1977-1989), Pearce (1986).

Por tanto, concluyendo respecto al desarrollo turístico como fenómeno urbanístico geográfico, cabe afirmar que éste puede realizarse principalmente de dos formas: **desarrollo turístico integrado**, rápido, planificado y con un solo promotor o compañía, o bien **desarrollo turístico catalítico**, en el que a partir de un promotor inicial, a través de un proceso más lento se van implicando diversos promotores, por lo que resulta considerablemente más anárquico. La forma que adopta el desarrollo turístico parece relacionarse de manera directa con el número y estrategias de los agentes que intervienen en el proceso: propietarios, promotores, constructores, touroperadores y administración local (Santana Santana, 1993). A continuación, al tratar otras maneras de definir el desarrollo turístico veremos como se relacionan estos tipos con las características de los turistas. Posteriormente, en el transcurso de la tesis, intentaremos ver qué consecuencias puede tener para la situación de empleo de una localidad el que el desarrollo turístico haya seguido un modelo “catalítico” o “integrado”.

1.1.2. Desarrollo turístico como fenómeno socio- antropológico.

Si el turismo es un agregado de cinco consumos intermedios, la demanda turística, como cualquier otro consumo, es un conjunto articulado y estructurado de preferencias. Desde la perspectiva socio- antropológica las formas de desarrollo turístico estarían relacionadas con los factores que articulan estas preferencias⁷. Los factores que hacen que lugares diferentes puedan ser destinos turísticos constituyen los modelos de desarrollo turístico desde una perspectiva socio- antropológica.

⁷ Respecto a la estructuración del consumo puede verse, por ejemplo, Borrás Catalá, 1998. Sobre la estructura del consumo turístico puede verse Álvarez Sousa, 1993 y 1994.

¿Qué es lo que hace que un lugar sea concebido como un destino turístico o no? Tradicionalmente los lugares turísticos han sido sobre todo localidades costeras con buenas playas y un clima cálido, al menos durante el tiempo que dura la temporada turística. Si a estas localidades añadimos algunas otras situadas en la montaña y con buenas instalaciones para la práctica de deportes invernales, y los centros históricos de las ciudades monumentales, tendremos un mapa de los lugares turísticos tradicionales (ver por ejemplo Montaner Montejano, 1998: 234-235). Los factores que hacen que un lugar pueda constituirse en un destino turístico son básicamente de tres tipos: su localización y características físicas, su localización temporal, es decir, la distancia a los centros emisores y el clima existente durante la temporada turística, y el tipo de actividades que se pueden desarrollar en él. Ahora bien, la distribución de estos factores ha variado con el paso del tiempo. En los últimos años, diversos autores han aplicado el marco conceptual del paso de una sociedad fordista a otra postfordista para entender los cambios acaecidos en el turismo, que se entienden como el paso de un turismo fordista a formas postfordistas de ocio turístico⁸.

En el turismo fordista los lugares turísticos se caracterizaban por su relativa cercanía física a los centros emisores y por su distancia simbólica de la sociedad industrial de la cual el turismo es una manifestación periférica. Como señala Savelli (1990:26), el turismo fordista es una *“compensación por las condiciones agobiantes y los conflictos y fracturas que se derivan de los procesos de inserción y de ascenso social”*. El lugar turístico es un lugar en el que demostrar la posición lograda en la producción: *“el turista se mueve para*

⁸ Donaire, Fraguell y Mundet, 1997; Ioannides y Debbagge, 1997; Marchena, 1994; Savelli, 1989, 1990.

identificarse a sí mismo, y también su posición y su valor en la sociedad, y utiliza para tal fin la línea graduada de su capacidad de gasto” (Savelli, 1990:28). Por todo ello, el lugar turístico fordista es un espacio localizado en la periferia de las sociedades industrializadas, concebido simbólicamente como un espacio sacralizado, abstraído de su contexto, de características (al menos simbólicas) contrapuestas a los lugares industriales que crean los flujos turísticos, y caracterizado por sus condiciones para llevar a cabo actividades que podríamos considerar de integración.

En contraposición a lo anterior, el turismo postfordista constituye tanto un lugar social en que demostrar la propia posición social adquirida en la producción como un espacio en que construirla a través del consumo. Los lugares turísticos no se construyen ya simbólicamente como contrapuestos a la sociedad industrial de la que originariamente constituían un escape, una reparación, sino que llegan a entremezclarse con los lugares no turísticos. Por ello, y porque se multiplican los lugares turísticos tradicionales, se multiplican los lugares turísticos, que consecuentemente dejan de estar tan claramente diferenciados de los no turísticos. Esta desconcentración espacial del turismo, junto con su desconcentración temporal y la de- diferenciación entre el turismo y otras actividades de ocio constituyen los cambios más importantes acaecidos en el turismo en los últimos años.

La **desconcentración temporal** hace referencia al hecho de que el turismo ha pasado de ser una actividad que se llevaba a cabo en épocas muy concretas del año a desarrollarse a lo largo de un período de tiempo muy amplio. Las causas de esto son diversas. Por un lado encontramos los factores demográficos, que hacen que actualmente capas relativamente amplias de la población no se vean constreñidas por el calendario laboral en

su consumo turístico. Junto a esto, la desregulación de las condiciones de trabajo cambia el escenario laboral, desde un marco fordista en que los trabajadores se veían presionados para tomar sus vacaciones durante el mes de agosto a otro en que muchas empresas incentivan a los trabajadores que no toman sus vacaciones en verano.

La **concentración espacial** hace referencia a la multiplicación de lugares turísticos. El *turismo fordista* era una actividad que se llevaba a cabo en un tiempo y espacio muy concreto. *Hacer turismo* y estar en determinadas localidades eran prácticamente sinónimos⁹. Esta delimitación tan estricta de los espacios turísticos dejaba también muy claro los lugares que nunca podrían considerarse turísticos¹⁰. Por el contrario, en los últimos veinte años se ha vuelto imposible establecer de manera tajante lo que es un lugar turístico y lo que nunca podrá serlo, tanto porque se han multiplicado de manera casi exponencial los destinos turísticos *tradicionales* como porque han aparecido multitud de nuevos destinos turísticos¹¹. Aún es más, con el auge de fórmulas como el *turismo de aventura, turismo ecológico, turismo deportivo, o incluso el turismo solidario*, se puede afirmar que “*cualquier lugar, si sabe promocionarse adecuadamente, puede convertirse en un destino turístico*”¹² (Donaire, 1999).

⁹ Marbella, Torremolinos, Benidorm, Mallorca, Costa Brava, Baleares o Canarias en España, y la Costa Azul, París, Rímini o Pisa en otros países cercanos han sido históricamente estos espacios turísticos.

¹⁰ Sin salir de España, la costa no mediterránea, así como todo el interior, salvo algunas ciudades monumentales, quedaban por completo fuera de los circuitos turísticos.

¹¹ Ejemplos de la multiplicación de los destinos turísticos *tradicionales* serían Almería, Fuerteventura, Túnez, Cuba, República Dominicana o Cuba, que hace veinte años apenas recibían visitas y que son hoy importantes destinos turísticos. En cuanto a la aparición de nuevos destinos turísticos, piénsese en lugares como Asturias, Castilla o el Pirineo, que se han convertido en destinos de turismo rural

¹² Brunet Icart y Belzunegui Eraso (2003) expresan esta misma idea de la siguiente manera: “*Cualquier espacio cumple unas funciones determinadas,* 18

Por último, y en relación con lo anterior, la **difuminación entre el turismo y otras actividades** está relacionada con la aparición de los *turismos temáticos* y la cada vez mayor dificultad para distinguir el turismo de otras actividades. Como señala Savelli (1990) el turismo fordista cumple básicamente una función de integración social¹³. El turismo es una reparación por los esfuerzos realizados en la producción. Por tanto abarca básicamente dos tipos de actividades: las relacionadas con el descanso (la playa) y las que tienen que ver con una manera determinada de relacionarse con la *cultura legítima*. Sin embargo, el turismo postfordista cumple una importante función de diferenciación social, mediante la cual los sujetos construyen su posición social a través del consumo. Especialmente aquellos que aspiran a incrementar su capital cultural eligen sus vacaciones para diferenciarse de los *vulgares turistas*, que disponen de dinero para gastar pero no de *gusto* para elegir¹⁴. Dado que se trata de diferenciarse más que de integrarse se multiplican las actividades que pueden considerarse turísticas. En la actualidad casi cualquier actividad que permita *diferenciarse* puede convertirse en turística¹⁵. Del **turismo**, sin adjetivos, hemos pasado a

unas reales y otras potenciales. (...) En todos los casos estos espacios pueden ser objeto de una reconversión en la dirección de ser experimentados turísticamente: sólo basta con que se introduzcan elementos turísticos mercadotécnicos para la búsqueda de la rentabilidad económica (Brunet Icart y Belzunegui Eraso, 2003:159).

¹³ Lo que Savelli (1990) denomina la *disolución en la masa*: grandes masas de cuerpos en la playa; grandes atascos de coches casi iguales en las autopistas que dan acceso a esas playas; grandes colas para visitar los monumentos más señalados, que son vistos por todos de la misma manera: la *Torre Eiffel*, el *Coliseo*, o la *Sagrada Familia*

¹⁴ El turismo como vehículo de distinción social se trata de manera más amplia en Santana Turégano (2000) capítulo VI. La perspectiva aquí planteada sobre el consumo cultural utilizada para analizar el turismo coincide en líneas generales con la desarrollada por Bourdieu en "La distinción" (Bourdieu, 1994).

¹⁵ El ciclismo es un deporte, pero el *cicloturismo* es una nueva forma de turismo. Tradicionalmente, visitar un parque de atracciones no era una actividad turística, pero hoy en día podemos encontrar *paquetes turísticos* para visitar parques como *Terra Mítica*, *Port Aventura* o

los **turismos**: *turismo deportivo, turismo de salud, turismo de negocios, turismo ecológico y turismo solidario*. El cuadro siguiente presenta de manera breve los tipos de lugares turísticos según los factores que los configuran.

Cuadro 1-2: Formas de desarrollo turístico desde una perspectiva socio- antropológica y factores.

	TURISMO FORDISTA	TURISMO POSTFORDISTA
Localización Física	Relativamente cercana (en horas) a los centros industriales. Separada físicamente de los mismos Contrapuesta a los mismos: sol, mar.	Lejana o cercana sociedades industriales. Incluso dentro. Se confunden los límites de los espacios turístico y no turísticos
Localización Temporal	Concentrada en verano	Extendida a todo el año
Actividades	Actividades de integración y “disolución en la masa”: playa, actividades “masivas”	Todo tipo de actividades. Diferenciación social.

Fuente : Elaboración propia a partir de Donaire, Fraguell y Mundet, 1997; Ioannides y Debbagge, 1997; Marchena, 1994; Savelli, 1989, 1990.

Por tanto, concluyendo respecto al desarrollo turístico como fenómeno socio-antropológico, cabe afirmar que los factores que hacen que en una determinada localidad se dé el desarrollo turístico pueden agruparse siguiendo dos lógicas que, aunque actualmente coexisten, han sido históricamente casi sucesivas. Cabría hablar por una parte de un “modelo de desarrollo turístico fordista”, que tiene lugar en lugares abstraídos de su contexto, relativamente cercanos a los centros industriales pero separados física y conceptualmente de ellos y en los que se desarrollan actividades de integración social y de reparación por los esfuerzos realizados en la producción, entre las cuales la playa juega un

Eurodisney. Podemos disfrutar de una *cura anti-stress* y de *desintoxicación* en un pequeño hotel de la montaña o la costa. También podemos asistir a un seminario que organiza nuestra empresa en una conocida estación de esquí. O incluso podríamos pasar parte de nuestras vacaciones en un campo de trabajo en Nicaragua.

papel fundamental. Por otro lado, el “modelo turístico postfordista” tiene lugar en entornos que se interrelacionan en mucha mayor medida con su entorno, que es en muchos casos el de las sociedades industrializadas o cercano a la misma, y en ellos se desarrollan actividades en muchos casos tienen un carácter de diferenciación social. Posteriormente intentaremos ver qué consecuencias puede tener en la situación de empleo de una determinada localidad el que el turismo en la misma se desarrolle siguiendo uno u otro modelo.

1.1.3. Desarrollo turístico como fenómeno socio- económico.

Como ya señalamos anteriormente, una tercera manera de entender el concepto de “*formas de desarrollo turístico*” es como el *desarrollo de una oferta turística*, es decir, la creación de una infraestructura de empresas dedicada a atender las necesidades de los turistas. Desde que un territorio se convierte en objetivo de la mirada turística es necesario que concurren en él capitales y trabajo para prestar los servicios que la presencia de los turistas requiere. Las distintas maneras en que puede darse esta concurrencia de capitales y trabajo (empresarialidad) para prestar servicios turísticos serían las distintas formas de desarrollo turístico entendidas en un sentido socio- económico.

Si recordamos que el turismo es un agregado de cinco consumos comprenderemos que las posibilidades de organización del sector son casi infinitas, y contemplan todas las diferentes maneras de agrupar estos consumos. En un extremo podría darse la posibilidad de que los cinco fueran facilitados por una misma empresa. Aunque esto es un poco difícil por el carácter transnacional de la actividad, el hecho es que en la actualidad ésta es una

posibilidad real. Los procesos de integración entre compañías y el desarrollo de la fórmula del todo incluido (TI) hacen posible que en la actualidad un turista pueda acudir a reservar sus vacaciones a una agencia que pertenece a un gran consorcio; se desplace en un avión perteneciente a una línea aérea participada por ese mismo consorcio; se aloje en un hotel de una cadena que en realidad pertenece a la misma empresa; y por último, que realice todas sus comidas, espectáculos, etc. prácticamente en el mismo hotel. En el extremo contrario, cada uno de estos consumos sería atendido por una o más empresas.

Por tanto, a la hora de hablar de las formas de desarrollo turístico en un sentido socio- económico hemos de hacer también referencia a la polémica sobre el fordismo y el postfordismo, entendidos en este caso como formas de organización de la producción. Marchena (1994) plantea que el fordismo en el turismo está representado por el "paquete turístico" (viaje y alojamiento) que integra los servicios básicos que necesita el turista¹⁶. Para Ioannides y Debbage (1997) las innovaciones tecnológicas permiten sustituir el turismo tradicional "empaquetado" por formas más flexibles de viajar que enfatizan la individualidad, de manera que podrían diferenciarse diferentes formas de organización de la actividad turística. La **industria turística pre- fordista** se da en los inicios del turismo de masas y está representada por el gran número de pequeñas empresas (bares, pequeños restaurantes, tiendas de souvenirs) de propiedad familiar y explotados por la misma familia. El número de trabajadores y los niveles de tecnología empleados son muy bajos, con una pequeña inversión en capital. La **industria turística fordista** se desarrolla a partir de los sesenta. En la búsqueda de nuevos mercados, las grandes compañías se esfuerzan por

¹⁶ Esta argumentación puede encontrarse de manera más amplia en Santana Turégano (2000, 2000b).

alcanzar una mayor cuota de mercado y una mayor concentración, lo que acaba configurando un sector oligopolístico en el que se pueden manipular los flujos origen-destino. Estas compañías funcionan con economías de escala y productos homogéneos. Por último, la **industria turística postfordista**, siempre según la perspectiva de Ioannides y Debbage (1997), no constituiría una ruptura clara con lo anterior, sino una evolución de la misma. En términos generales vendría marcada por la desintegración vertical y la externalización de actividades periféricas mediante la subcontratación. Otro aspecto destacable de la industria turística postfordista es el establecimiento de alianzas estratégicas entre empresas. Aunque Ioannides y Debbage no tratan el tema, algunas de las principales formas que adopta la organización postfordista del trabajo son las denominadas “especialización flexible”, “empresa red” y “distritos industriales”. El siguiente cuadro resume algunas características de estas formas de desarrollo turístico.

Cuadro 1-3: Formas de desarrollo turístico desde una perspectiva socio- económica y factores definitorios.

	TURISMO FORDISTA	TURISMO POSTFORDISTA
Tipo de Economía Predominante	Economías de Escala	Economías de Escala y de Red
Tipo de Organización Industrial	Concentración Industrial Integración Vertical	Desintegración Subcontratación
Abanico de productos/ servicios	Pequeño abanico de productos estandarizados de viaje	Vacaciones Flexibles, personalizadas
Tipo de Organización del Viaje	Viajes organizados, circuitos, paquetes, vuelos chárter. Programación minuciosa	Viajeros individuales, contratación de transporte y alojamiento por separado, menor mediación

Fuente: Elaboración propia a partir de Ioannides y Debbage, 1997.

1.1.4. Recapitulación sobre el concepto “desarrollo turístico”.

A través de este repaso a las tres maneras de entender el concepto de “desarrollo turístico” se hace evidente que las tres dimensiones, territorial, antropológica y económica del desarrollo turístico están íntimamente relacionadas. Unos determinados territorios sólo podrán convertirse en destinos turísticos en función de que posean o no los factores que en cada modelo explican el surgimiento del turismo. A su vez, el desarrollo socio- económico inducido por el turismo también dependerá de las características de los servicios que demanden los turistas. La forma física que adopta el desarrollo turístico de un determinado destino está íntimamente relacionada con las características de los turistas que lo visitan, así como con el tipo de empresas que se pueden desarrollar en la localidad. Posteriormente, todo ello repercutirá en la situación de empleo, que es el objetivo final de esta tesis, la relación entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo. Por tanto, es necesario un estudio detallado de estas tres dimensiones para poder llegar a un conocimiento adecuado de la complejidad del desarrollo turístico.

Sin embargo, lo cierto es que muchos análisis sobre el desarrollo turístico se centran en una sola de estas dimensiones. Así por ejemplo, Ascanio Guevara (1992) analiza el impacto del turismo en la economía y el empleo de Lanzarote pero no lo relaciona con las características territoriales del desarrollo turístico ni con las de los turistas. En una línea similar, Fayós Solá (1993) analiza las consecuencias para la política turística española del cambio de un modelo turístico basado en la producción fordista a otro basado en la elaboración de servicios más especializados, pero no tiene en cuenta las repercusiones del

cambio para la implantación territorial del turismo. Vera Rebollo y Monforte Mir (1994) estudian cómo los cambios en el modelo turístico conllevan la necesidad de un cambio en los espacios turísticos, pero apenas tratan la organización de la producción turística. Por último, para el caso concreto de Gran Canaria, Medina Muñoz (1998) analiza la estructura de la oferta pero no su concreción territorial ni las características del modelo turístico. La amplia extensión de una visión reduccionista del desarrollo turístico basada sólo en la demanda hace que se presuponga que la relación entre las tres dimensiones es simple y unívoca, por lo que conociendo una se puede deducir las otras.

Esta visión reduccionista del desarrollo turístico está sin duda relacionada con el interés por parte de determinados agentes por presentar como necesarias lo que no son más que opciones de adaptación estratégica, para poder así mejorar sus posiciones. Como ya señalara Pearce (1986), el desarrollo turístico integrado, que tiene como resultado *“complejos turísticos funcionalmente especializados, aislados y dirigidos a turistas de clase alta”*, suele ser promovido por un único agente, dejando al margen al resto de la sociedad. Por ello, la insistencia con la que en los últimos años se oye hablar, en Canarias, y otros destinos turísticos, de la necesidad de promover un turismo de calidad no ha de aceptarse como una imposición ciega de los mercados, que supuestamente no demandarían ya más que complejos turísticos especializados, aislados y dirigidos a turistas de clase alta, sino como un intento por parte de quienes promueven este tipo de desarrollos turísticos de imponerlos¹⁷.

¹⁷ Como una muestra de esto pondremos unos ejemplos recientes. El miércoles 20 de marzo de 2002, el Canarias 7, uno de los dos periódicos de mayor tirada de la provincia de Las Palmas de Gran Canaria, titulaba en portada: *“TUI respalda los planes para convertir Gran Canaria en un*

Como veremos posteriormente con el estudio en profundidad del caso de Maspalomas, desarrollo urbanístico, características de los turistas y de la planta alojativa se relacionan de forma muy estrecha. En el caso del sur de Gran Canaria parece haber sido la disponibilidad de capitales para construir la infraestructura turística lo que ha determinado las características del desarrollo urbanístico y del tipo de turistas que visitan la isla, relativamente diferenciado de los que acuden a otros lugares. Es decir, no es que el desarrollo turístico de Maspalomas haya sido así porque fuera eso lo que en un determinado momento demandaban los turistas, sino que, justo al contrario, las posibilidades de desarrollar el turismo de una determinada manera ha determinado el tipo de turismo hacia el que se ha orientado el destino. En cualquier caso, el objetivo de esta tesis es conocer cómo influye la forma que adopta el desarrollo turístico en la situación de empleo de una localidad. Hasta aquí hemos definido las distintas maneras de entender el concepto de “desarrollo turístico”. A continuación definiremos la situación de empleo.

destino de calidad” y añadía que “el operador alemán se interesa por los proyectos “Suite” y “Villa”, que transformarán bungalós obsoletos en establecimientos de lujo”. ¿Son estos complejos lo que demandan los turistas o es por el contrario lo que ciertos agentes están interesados en imponer a los turistas? El mismo día, la lectura que hacía de la misma noticia el principal periódico competidor era muy distinta: La Provincia-Diario de Las Palmas titula: “El operador TUI dice que Gran Canaria ha dejado de ser un destino “de calidad”. Según el Canarias 7 se trataba de hacer un esfuerzo para convertir Gran Canaria en un destino de calidad mientras que según su periódico competidor, la isla ya era anteriormente un destino de calidad (o no podría dejar de serlo). Estas dos maneras de ver una misma noticia son una manifestación de las limitaciones de las teorías economicistas que pretenden explicar la organización social en función de la demanda económica, pues en muchos casos los agentes económicos más grandes, como los touroperadores, son capaces de crear una demanda cuando esta es inexistente. En cualquier caso, es un aspecto que desarrollaremos posteriormente.

1.2. Definición de conceptos: situación de empleo.

El objetivo de esta tesis es conocer cómo influyen las formas de desarrollo turístico en la situación de empleo de la localidad en que se asienta el fenómeno turístico. Hasta aquí hemos señalado que existen tres diferentes maneras de estudiar y definir el desarrollo turístico. En este apartado definiremos el concepto de “situación de empleo” y las dimensiones que lo componen.

Para ello empezaremos aclarando el concepto de empleo y su relación con el trabajo, y a partir de aquí definiremos la situación de empleo desde una doble perspectiva: por un lado, la posición que ocupa el empleo en una sociedad, y por otro, el conjunto de posibilidades que en esa sociedad existen para organizar el empleo, es decir, las características del mismo. Por lo tanto, estudiar la situación de empleo implica estudiar quiénes realizan el trabajo asalariado (hombres o mujeres, jóvenes o adultos), en qué condiciones tiene lugar esta “relación de empleo” (tipo de contrato, cualificación) y cuáles son los mecanismos que asignan a los individuos a determinados empleos o a una situación de desempleo (mecanismos de contratación o mercado de trabajo). Como veremos posteriormente, el desarrollo turístico, como desarrollo económico, puede influir en la situación que ocupa el empleo en una sociedad y en las características del empleo.

1.2.1. Del trabajo al empleo.

A la hora de hablar de situación de empleo asociada al desarrollo turístico es necesario diferenciar entre trabajo y empleo, ya que a lo largo de los últimos veinte años se ha producido un cambio en los enfoques teóricos sobre el trabajo, estableciéndose una diferenciación entre el “trabajo” y el “empleo¹⁸”. Como señala Prieto (1999:531) el concepto de empleo surge a finales del siglo XIX, a partir de la conceptualización no del empleo sino precisamente de su opuesto, el paro. Con el paso del tiempo, los cambios en la regulación llevan a que a partir de la segunda mitad del siglo XX se acabe identificando el “trabajo” con el “empleo¹⁹”.

El **empleo** puede considerarse pues como la forma de trabajo propia de los países capitalistas en la segunda mitad del siglo XX, que consiste en un **trabajo** realizado a cambio de un salario, regulado por un contrato sancionado legalmente, y que implica obligaciones legales respecto a las condiciones y términos en que se lleva a cabo. Si el empleo es una forma especial de trabajo, es preciso definir también qué es el trabajo. La

¹⁸ Tripier (1997) señala la importancia de este cambio en su obra Del trabajo al empleo. Un ensayo de sociología de sociología del trabajo. Este cambio ha sido de tal magnitud que en muchos casos se ha llegado incluso a cambiar los nombres con que se designan los fenómenos estudiados: de Relaciones Industriales o Relaciones Industriales a Relaciones de Empleo. Al respecto puede verse, por ejemplo, Miguélez y Prieto, 1999: XXI.

¹⁹ “El trabajo se convierte en “empleo” y la persona con trabajo en “empleado”. Sin embargo, ahora el trabajo del empleo no será cualquier trabajo, sino un trabajo (asalariado) regular y continuado realizado por cuenta de una empresa, el único trabajo que podía (debía) permitir la liberación de la pobreza sistemática, que, además, va a verse acompañado, cada vez más, de una serie de protecciones públicas que garantizarán al asalariado una cierta seguridad en el propio ejercicio del trabajo (contrato de trabajo) y fuera de él (Seguridad Social)” (Prieto, 1999: 532).

palabra *trabajo* proviene del latín *tripalium*, un potro de tortura usado por los romanos²⁰, y este carácter de actividad penosa parece ser un rasgo definitorio del trabajo. Aunque sea de manera indirecta, se considera que el trabajo es la interacción de los seres humanos con el medio para producir bienes para la supervivencia: *“para hacer la historia, los hombres y las mujeres tienen que sobrevivir, y para ello, tienen que transformar la naturaleza en cosas útiles. Denominamos actividades económicas a esas actividades de transformación”* (Burawoy, 1989:34)²¹.

Como pone de manifiesto la cita de Burawoy, si el trabajo es la transformación de la naturaleza en cosas útiles no es extraño que se haya asociado tradicionalmente a las actividades económicas, especialmente a las actividades económicas consideradas productivas. Esta misma lógica hace que las actividades reproductivas, enfocadas más que a transformar la naturaleza a hacer posible la vida en ella, no hayan sido consideradas tradicionalmente como trabajo, de ahí la diferente consideración social del trabajo productivo y el “trabajo” reproductivo. Si el empleo es una forma concreta de trabajo

²⁰ Esta explicación, así como algunas ideas sobre el significado del trabajo se han extraído de Naredo, 2001: *“Paradójicamente, hoy se ha generalizado la idea de trabajar y de trabajo, que proceden de tripaliare y de tripalium, sustantivo que designa en latín un potro de tres palos para infligir tortura a esclavos o malhechores (...) la otra acepción que recoge la noción actual de trabajo, la de “labor” no se asociaba biunívocamente al opus, ya que se pensaba que la obra podía ser también fruto de la naturaleza o del ocio creador (otium). Naredo, 2001:15.*

²¹ Burawoy, 1989: 34. Esta definición de Burawoy, que sigue a una cita de Marx, puede tomarse como ejemplo de la concepción marxista del trabajo. En realidad, pese a todo lo que se escrito sobre el trabajo, pocas investigaciones se han detenido a definir qué es el trabajo. Casi todas parten de manera implícita de una concepción que arranca de la Biblia: *“Y a Adán le dijo: maldita sea la tierra por tu causa: con grandes fatigas sacarás de ella el alimento en todo el curso de tu vida. Espinas y abrojos te producirá, y comerás hierbas de la tierra. Mediante el sudor de tu rostro comerás el pan, hasta que vuelvas a la tierra de que fuiste formado”* Gen, 3, 16:19. Esta definición está implícita también, como acabamos de ver, en los enfoques marxistas sobre el trabajo.

(asalariado), y el trabajo es la interacción con la naturaleza para producir bienes necesarios para la supervivencia, tendería a pensarse que el empleo sería la manera en que en la segunda mitad del siglo XX se ha organizado socialmente el trabajo humano para obtener de la interacción con la naturaleza bienes útiles²². La situación de empleo sería por tanto la situación del trabajo asalariado considerado productivo. Sin embargo, la crisis ambiental de principios del siglo XXI pone de manifiesto las incoherencias de esta visión del trabajo. En el proceso de producción industrial de los bienes que supuestamente satisfacen las necesidades humanas se producen externalidades en forma de costes ecológicos y humanos, que pueden considerarse, “amenazas” más que bienes útiles para la vida. Es decir, no está tan claro que el empleo sea “trabajo productivo”, entendiendo productivo como “productivo para la vida”.

A la hora de considerar el trabajo y el empleo como la interacción con la naturaleza para conseguir recursos para la vida habría que diferenciar entre consumos *defensivos* y *consumos creativos*. Mientras que los consumos creativos están destinados a satisfacer necesidades, los *consumos defensivos* están destinados a impedir perturbaciones o restañar daños²³. Pese a que no incrementen el bienestar, los consumos defensivos pueden implicar una enorme necesidad de trabajo, y por tanto de empleo, y sin embargo no satisfacen

²² El concepto de “bien económico” ya lleva implícito la idea de que el “bien” es un “bien útil”. En una definición clásica, Weber lo expone de la siguiente manera: “Se llaman “bienes” a las cosas soporte de posibles utilidades “objetivas”, cualquiera que sea su especie, y “servicio” a las utilidades consistentes en una conducta activa del hombre” (Weber, 1979:50).

²³ Como señala Álvarez Cantalapiedra: “lo característico del consumo defensivo es- a diferencia del consumo creativo- que no genera bienestar adicional, no contribuye a incrementar el bienestar. (...) Se trata, pues, de un consumo obligado para que el individuo pueda seguir manteniendo su situación. Además, en la medida en que los individuos se ven forzados a realizar este tipo de consumo adaptativo o defensivo disminuye la libertad de su elección” (Álvarez Cantalapiedra, 2001: 160).

ninguna necesidad, sino que se limitan a restañar los efectos perversos de acciones humanas anteriores²⁴. En la sociedad de consumo la prioridad no es poder producir lo suficiente para satisfacer las necesidades, sino crear las suficientes necesidades para poder mantener el nivel de producción que requiere el mantenimiento de determinados niveles de empleo que permitan a los ciudadanos y ciudadanas mantener su nivel de consumo²⁵.

Por tanto, a la hora de hablar en esta tesis de la “situación de empleo”, partiendo de la consideración del empleo como una forma particular de trabajo, no entraremos en detalle acerca del carácter defensivo o creativo del trabajo en sí. Si partimos de la definición del turismo como una reparación por los esfuerzos realizados en la producción, podríamos considerar que el trabajo turístico es en su conjunto un trabajo “defensivo”, ya que no “productivo”. El trabajo en turismo implica muchas actividades consideradas “reproductivas”, y que tradicionalmente se llevan a cabo como trabajo no remunerado (no empleo) en el interior de las familias según la división tradicional del trabajo por géneros, que asigna a los hombres el trabajo productivo (el empleo) y a las mujeres el trabajo reproductivo (trabajo doméstico)²⁶.

²⁴ Piénsese por ejemplo en los vigilantes de seguridad privada, que se han convertido en un importante yacimiento de empleo en España a principios del siglo XXI: desde el punto de vista del empleo, el incremento de la delincuencia podría llegar a considerarse un fenómeno positivo. Lo mismo puede afirmarse de desastres medioambientales como la catástrofe del Prestige en Galicia a finales de 2002, que implicó el trabajo voluntario y el empleo pagado por las diversas administraciones de miles de personas para retirar los restos de fuel de la costa. ¿Produjo ese trabajo humano alguna mejora del bienestar colectivo o se limitó a recuperar lo causado por otro trabajo anterior?

²⁵ Roca Jusmet (2001) pone de manifiesto la desconexión en las sociedades capitalistas entre crecimiento económico, empleo y bienestar colectivo.

²⁶ Marrero Rodríguez (1996 y 1998) y Homs (1990) han puesto de manifiesto como esta división sexual del trabajo se refleja y tiene consecuencias directas en las condiciones de vida de las trabajadoras turísticas. La visión hegemónica del trabajo como una actividad productiva, en el

En definitiva, entenderemos aquí por empleo el trabajo asalariado a cambio del cual se recibe una remuneración, independientemente del carácter del trabajo implicado²⁷. La centralidad de la remuneración del trabajo en la vida cotidiana en las sociedades modernas nos lleva a la necesidad de plantear la situación que ocupa el empleo en las sociedades modernas, es decir, la *situación de empleo*. Según la Real Academia Española, el término situación tiene entre sus significados el de “*disposición de una cosa respecto del lugar que ocupa*” y “*conjunto de las realidades cósmicas, sociales e históricas en cuyo seno ha de ejecutar un hombre los actos de su existencia personal*” (Real Academia Española, 1992). La situación de empleo sería pues tanto la posición del empleo en la sociedad como las posibilidades, en un contexto socio- histórico dado, de organizarlo.

sentido antes indicado, hace que actividades tradicionalmente no asociadas al “trabajo”, como hacer camas, barrer o limpiar, cuando han de realizarse como un “empleo turístico”, sean relativamente menospreciadas, mal consideradas y pagadas. Como muestra este hecho, las concepciones filosóficas y éticas acerca del trabajo acaban influyendo en las condiciones de vida de quien realiza cada tipo de trabajo, por lo que pensamos que las reflexiones acerca del carácter del trabajo no deben considerarse una digresión sino un aspecto importante de la argumentación.

²⁷ Ullrich Beck expresa la importancia de la remuneración por encima del carácter del empleo de la siguiente manera: “*El verdadero problema no es la falta de trabajo, sino la falta de dinero. No hace falta decirlo abiertamente: todo el mundo debe pretender querer un empleo, aunque sea absurdo, para que el dinero no le falte. En una sociedad del trabajo donde el trabajo - sobre todo aquel que realizamos con placer- se hace cada vez más escaso, los activos ocupados simulan hacer algo mediante su presencia en los lugares donde se distribuye el tiempo, como antes los siervos fingían que se sometían a su señor*” (Beck, 2001:28).

1.2.2. La situación de empleo en las sociedades salariales.

A partir de los años cincuenta el empleo, concebido como un trabajo asalariado, regular y continuado, realizado por cuenta de una empresa, y acompañado de protecciones públicas, se convierte en el elemento articulador de las sociedades capitalistas, que siguiendo a Prieto pasan a constituirse como “sociedades salariales”: *la sociedad en su conjunto será una sociedad salarial y toda su legitimidad se jugará en torno al hecho social. Es la centralidad societal del empleo y del hecho salarial lo que explica (...) que los individuos vuelquen en él su apuesta identitaria; para éstos tener o no tener un empleo (un empleo socialmente definido) en el período de “actividad” es así mucho más que disponer o carecer de medios económicos de los que vivir, es, en último extremo, tener o carecer de un lugar en la sociedad, existir socialmente o carecer de existencia social (Prieto, 1999:533)*. Ahora bien, el empleo de las “sociedades salariales” no es cualquier trabajo asalariado, sino que incluye cuatro características que en la actualidad se han hecho tan escasas que aplicando esta terminología no podríamos denominar empleo de manera estricta a gran parte del trabajo que se realiza en la actualidad.

1. En primer lugar, el empleo considerado es un trabajo “regular y continuado”.
2. Se trata también de un empleo realizado por cuenta de una empresa.
3. Es un trabajo que permite la “liberación de la pobreza sistemática”
4. Por último, es un trabajo que se realiza con plenas garantías legales.

Estas cuatro características definen la situación del empleo en las sociedades salariales, ya que sitúan al empleo como la “cuestión social fundamental”, y a la vez señalan las

características del mismo. Además, el “empleo de las sociedades salariales” da lugar a unas trayectorias laborales típicas, distintas para hombres y mujeres y en función del nivel de estudios y socio- económico. Para el varón, sujeto privilegiado de las relaciones de empleo en este entorno, la trayectoria laboral tipo viene marcada por el ingreso relativamente joven en un empleo y por una movilidad ascendente lenta pero en la mayoría de los casos asegurada.

Teniendo en cuenta estos puntos, en el marco de esta tesis, al estudiar la situación de empleo haremos referencia a tres cuestiones claves: 1) quién realiza el trabajo asalariado, si se trata de hombres o de mujeres, de jóvenes o de adultos 2) en qué condiciones tiene lugar la relación de empleo (tipo de contrato, cualificación) y 3) cuáles son los mecanismos que asignan a los individuos a determinados empleos o a una situación de desempleo (mecanismos de contratación o mercado de trabajo). Además de estas tres dimensiones, el estudio de las trayectorias laborales de los sujetos permite obtener una visión dinámica de la situación de empleo, como resultado de la interacción de sujetos intencionales.

¿Cuál es la situación del empleo en las sociedades turísticas? ¿Cuáles son las características del empleo en las mismas? ¿Pueden influir los modelos de desarrollo turístico en la situación del empleo? Estos son los interrogantes fundamentales que pretendemos tratar en esta tesis, por lo cual los iremos retomando a lo largo de toda la tesis. Por ello, pasamos a continuación a situar el estado de la cuestión.

1.3. Estado de la cuestión.

¿Cómo influye que el turismo se desarrolle de una determinada manera en la situación de empleo? Es decir, ¿cómo influye el desarrollo del turismo en la posición social que tiene el empleo (la “cuestión social del empleo”) y en las características del mismo? Para responder a las preguntas centrales de esta tesis sería necesario conocer, en primer lugar, qué papel juega el empleo en las sociedades turísticas con relación a otras formas de trabajo. En segundo lugar, algunas características del empleo turístico, como son *quién ocupa los empleos turísticos* (edad, sexo, origen geográfico), *cuáles son las condiciones de esos empleos* (tipo de contrato, cualificación, remuneración), *cuáles son los mecanismos que asignan a unos sujetos a determinados puestos* (mercado de trabajo) y, en relación con lo anterior, *cuáles son las trayectorias laborales de los trabajadores turísticos*, es decir, cómo en función de las condiciones laborales, de los mecanismos de acceso al empleo y de las características de los empleados los sujetos van describiendo distintas trayectorias que acaban dando mayor o menor centralidad social al trabajo asalariado, es decir, configurando una situación de empleo.

Una vez planteada así la cuestión, parece claro que ésta puede responderse a dos niveles de análisis. A un nivel más macro, el desarrollo del turismo de masas a partir de los años sesenta puede considerarse un crecimiento del consumo de masas (Jurdao Arrones, 1992), y por tanto se relaciona con la consolidación de las sociedades salariales, que permiten el acceso al consumo turístico de masas. Sin embargo, en los últimos veinte años los fenómenos de desregulación han afectado de tal manera al empleo que éste ha variado

fundamentalmente. En este sentido, el interés está en analizar cómo la evolución de las formas de desarrollo empresarial ha afectado al empleo turístico. Además, como señalan Miguélez y Prieto (1999:XV) cada vez tiene más importancia el empleo en los servicios, por lo que un conocimiento del empleo en un sector clave como el turístico resulta fundamental para hacerse una idea adecuada del empleo en las sociedades modernas. Ahora bien, si centramos el enfoque del análisis en las sociedades más claramente turísticas, la cuestión es cómo el desarrollo de determinadas sociedades en que el turismo juega un papel central ha influido en la situación de empleo (turístico). A continuación pasamos a tratar cómo los cambios en los modelos de desarrollo pueden influir en la situación del empleo turístico. Posteriormente nos centraremos en las aportaciones de la literatura acerca del empleo en las sociedades turísticas.

1.3.1. Modelos de desarrollo, sostenibilidad y situación de empleo.

Interrogarse sobre la relación entre las formas del desarrollo turístico y la situación de empleo es plantear, al menos de manera intrínseca, qué modelo de desarrollo turístico produce más y mejores empleos. Desde principios de los años ochenta se ha producido en las sociedades occidentales un intenso debate social y académico acerca de cuáles eran los mejores medios (los modelos) para alcanzar el desarrollo económico, entendiendo éste como un fin en sí mismo. Una amplia y extensa literatura académica, a partir de la aportación que podemos considerar inicial de Piore y Sabel (1989), se ha ocupado de cómo a partir de la crisis del petróleo de 1973 las sociedades que seguían lo que tradicionalmente se había considerado la senda del crecimiento económico experimentaban un estancamiento

de su crecimiento y elevados niveles de desempleo. Por otra parte, se constataba también cómo otras sociedades, que seguían caminos menos ortodoxos (Japón, la llamada “Tercera Italia”), obtenían unos mejores resultados económicos y mayor creación de empleo²⁸.

A finales del siglo XX parecía que algunos de los fundamentos en que se había fundamentado el crecimiento económico, la creación de empleo y la actividad empresarial en la segunda mitad de ese siglo habían dejado de tener validez. En un nuevo contexto, la relación entre la actividad económica y el empleo parece haber cambiado. Por tanto, los modelos turísticos y sus posibilidades para crear empleo, entendiendo el turismo en su dimensión de fenómeno económico que, entre otros efectos, crea empleo, necesariamente ha de cambiar. En este apartado pretendemos analizar los cambios en la organización del trabajo en el seno de las empresas y sus consecuencias para el empleo, así como la manera en que estos cambios genéricos pueden estar afectando al sector turístico.

Ahora bien, antes de continuar en el análisis es necesario aclarar que la “crisis” del sistema fordista de producción y consumo puede entenderse en dos sentidos distintos. Por un lado, las primeras interpretaciones de la crisis, surgidas a partir de la aportación de Piore y Sabel, la interpretan como una crisis productiva, es decir, entienden que si el sistema de producción y consumo masivo deja de engendrar crecimiento económico, empleo y bienestar, es porque resulta inadecuado en las nuevas circunstancias, pero que otros modelos de desarrollo sigue siendo posibles. Sin embargo, algunos aspectos de la crisis iniciada en los años setenta y concebida entonces como algo coyuntural (entre ellos una

²⁸ Esta argumentación se ha extraído de Piore y Sabel (1989), y se desarrollará en detalle más adelante.

tasa de desempleo muy superior a lo considerado anteriormente como inaceptable) se han convertido treinta años después en cuestiones estructurales, lo que pone en tela de juicio la capacidad de cualquier sistema productivo para seguir engendrando un desarrollo ilimitado. A medida que avanza el tiempo, como señalan Sempere y Riechmann, *“se impone la convicción de que el modelo de desarrollo occidental, basado en técnicas pesadas muy agresivas para el medio natural y muy consumidoras de energías fósiles, no se puede generalizar a todos los países del mundo, máxime teniendo en cuenta el aumento ineluctable de la población previsto para el próximo siglo. Ni siquiera las previsiones más optimistas de progreso técnico permiten imaginarlo”* (Sempere y Riechmann, 2000:15).

Por ello, en la actualidad resulta ineludible, al estudiar la *“bondad”* de los modelos de desarrollo (y del desarrollo turístico), tener en cuenta la sostenibilidad de los mismos. La cuestión es por tanto doble: por un lado si el crecimiento económico es posible y por otro si es deseable. El crecimiento económico suele asociarse al crecimiento del empleo, y a través de éste, al acceso a un bienestar mayor a todos los sujetos que componen una sociedad. Ahora bien, como señala Roca Jusmet (2001), el crecimiento económico es una abstracción que no tiene que ver con el bienestar de las personas, sino con la cantidad de bienes y servicios producidos en una sociedad, que determina el PIB. En la medida en que en una sociedad haya más bienes y servicios mercantilizados, y que se pague un precio más alto por éstos, dicha sociedad crecerá económicamente. Es decir, distintas composiciones de bienes y servicios pueden dar lugar a un mismo PIB.

Si por crecimiento económico se entiende el mero incremento cuantitativo de bienes y servicios producidos en una sociedad, sin cambiar la composición de los mismos, es

imposible el crecimiento sostenible. A medio o largo plazo el modelo de producción y consumo masivo de bienes industriales producidos mediante combustibles fósiles y otros recursos limitados terminaría por agotarlos (Roca, 2001:32). Sólo es posible imaginar el crecimiento económico sostenible partiendo de un cambio cualitativo de los bienes y servicios producidos por una sociedad, hacia consumos más intensivos en trabajo y menos en recursos no renovables, aunque como señala Roca, todo ello nos debería hacer reflexionar acerca de hasta qué punto no se ha de sustituir el objetivo del crecimiento por el de mejora del bienestar de las personas.

¿En qué medida es aún posible el desarrollo económico fordista? ¿Cómo es posible un desarrollo turístico sostenible²⁹? ¿Es esto algo deseable? Harrison (1997:248³⁰) pone de manifiesto que una parte no menospreciable de la producción y el empleo (y de la innovación tecnológica) del sistema fordista en los Estados Unidos desde el final de la Segunda Guerra Mundial ha dependido, de manera más o menos directa, del gasto armamentístico, en el contexto de la Guerra Fría³¹, lo que lleva a cuestionar la

²⁹ Sobre la necesidad de desarrollar modelos turísticos sostenibles puede verse, por ejemplo, Brunet y Belzunegui (1998), Mowforth y Munt (1998), Van der Duim et al (2001).

³⁰ Este autor ofrece las siguientes cifras para 1990: dos millones de personas estaban empleadas entonces directamente en las fuerzas armadas, un millón de civiles trabajaban para el Pentágono (Ministerio de Defensa en EEUU), y como mínimo cuatro millones de empresas empleadas por contratistas y subcontratistas en la industria de defensa. Aunque en el contexto de los Estados Unidos puedan parecer cifras no demasiado grandes, piénsese que el total de 7 millones de personas ocupadas relacionadas directamente con la defensa en EEUU era más de la mitad de la población ocupada en España en aquella época. Aún es más, Harrison (1997:248) señala también que General Electrics, General Motors (y también IBM), consideradas desde sus inicios como paradigma de empresas fordistas (incluso el mismo término de fordismo deriva de la General Motors), tuvieron durante mucho tiempo al Departamento de Defensa de los EEUU como un cliente clave.

³¹ En este sentido, las crisis acaecidas en el Golfo Pérsico a partir de los años noventa pueden entenderse como un intento de creación de nuevos

sostenibilidad social del sistema de producción masiva³². Siguiendo las aportaciones de Roca, parece que el crecimiento económico sólo puede ser posible si se da también un cambio en la *cesta* de bienes y servicios producidos en cada sociedad. Es decir, es imposible continuar el crecimiento económico produciendo *más de lo mismo*. No sólo porque los mercados pueden no estar dispuestos a consumir más coches, neveras y otros bienes de consumo, por la saturación de algunos mercados de bienes, como ya señalaron Piore y Sabel (1989), sino porque aún en el caso de que los mercados estuvieran dispuestos a consumirlos, el planeta no sería capaz de renovar sus recursos para seguir produciendo estos mismos bienes. Pues bien, parece que, al menos en cierta medida, este cambio ha tenido lugar, dándose un desplazamiento de la economía de los bienes a los servicios. Y entre éstos, el turismo ocupa un papel fundamental. Según Sancho (1998), en los últimos cuarenta años el turismo ha tenido unas tasas de crecimiento muy superiores al resto de la economía, lo que lleva a Martín Martín (2002) a considerarlo "*la mayor industria del siglo XXI*".

mercados para las armas como respuesta a una crisis fordista de exceso de capacidad productiva instalada. El sistema de producción masiva (de armas) requiere de un consumo masivo (es decir, de que haya guerras). Ante la carencia de un enemigo exterior como el comunismo, que justificaba el gasto armamentístico y la producción masiva de bienes relacionados con la defensa, es necesario buscar nuevos enemigos que permitan, por un lado, justificar el gasto armamentístico, y por otro, mantener el volumen de beneficios empresariales y de empleos que esta industria genera. El que la política exterior norteamericana a partir de los años noventa haya tenido como uno de sus ejes fundamentales la "creación" de un enemigo exterior, encarnado fundamentalmente en el terrorismo islámico, puede entenderse también como un respuesta a la crisis económica. La creación de guerras es también la generación de una demanda de bienes bélicos, al igual que las políticas keynesianas tenía como objetivo estimular la demanda de bienes de consumo.

³²¿Es deseable el mantenimiento de un sistema de producción masiva especializado en producir, en una parte no desdeñable, armas de producción masiva?

¿Es posible el crecimiento económico (y el empleo) basado en el turismo? El surgimiento del turismo de masas en la segunda mitad del siglo XX se enmarca dentro del desarrollo de la sociedad fordista (salarial). El sistema fordista³³, entendido como un sistema de producción y consumo masivo apoyado en la regulación macroeconómica, permitió al grueso de la población de las sociedades occidentales acceder a unos niveles de consumo y bienestar hasta entonces impensables. El mismo desarrollo del turismo de masas constituía una exponente de ello, ya que permitía a las “masas” disfrutar del turismo, hasta entonces reservado a las elites. El turismo de aquellos años podía considerarse fordista cuando menos porque estaba basado en el sistema de regulación fordista. Aún es más, como señala Jurdao Arrones (1992), al menos hasta muy recientemente ha existido una tendencia a ver al turismo desde las sociedades “*subdesarrolladas*” (lo que incluye hasta los años ochenta a las sociedades mediterráneas) como un “*pasaporte al desarrollo*”. Si entendemos al fordismo como un sistema de producción y consumo masivo, el turismo fordista es la producción, pero sobre todo el consumo, de servicios turísticos.

¿Qué consecuencias tiene por tanto la crisis de un modelo de producción masiva para el desarrollo turístico? Para muchas sociedades situadas en la periferia de los países centrales del desarrollo económico “fordista” (Portugal, España, Grecia, ciertas zonas de Italia), el turismo constituyó de hecho el acceso de estas sociedades a la producción de masas. Dado que a finales de los años sesenta la mayoría de los bienes de consumo masivo

³³ Sayers y Walker (1994) distinguen cuatro significados posibles para el término fordismo: 1) un proceso de trabajo basado en la cadena de montaje, 2) un grupo de sectores productivos que propulsan la economía 3) una forma hegemónica de organización industrial basada en la integración vertical y 4) un “modo de regulación”, en que el consumo a gran escala absorbe la producción en masa, gracias al incremento de los salarios de la industria fordista. Es en este último sentido en el que entendemos aquí el término fordismo.

(el ejemplo clásico es el automóvil) eran producidos en los países centrales, siguiendo una división internacional del trabajo estas sociedades se especializaron en producir un nuevo *bien* de consumo masivo: el turismo (las vacaciones turísticas). Con la particularidad de que la organización de la producción de este nuevo bien de consumo masivo se dio en un momento en que el sistema de producción masivo enfrentaba su primera gran crisis, y que se llevó a cabo en contextos no industrializados.

De las características de los modelos de organización que surgen a partir de los años setenta y de su aplicabilidad a la producción de servicios turísticos nos ocuparemos a continuación. De la sostenibilidad de los modelos de desarrollo basados en el turismo no nos ocuparemos aquí de manera explícita, si bien señalaremos que la producción masiva de servicios turísticos no parece implicar un cambio sustancial del modelo, en la línea en que señalaba Roca Jusmet (2001). Por tanto, señalaremos tan sólo que los límites al crecimiento turístico desde una perspectiva empresarial tienen también un componente ambiental: la producción masiva de servicios turísticos en una localidad conlleva el deterioro ambiental de la misma, lo que acaba repercutiendo en sus posibilidades turísticas³⁴.

³⁴ Tengamos en cuenta unos datos a mero modo de ilustración: como veremos posteriormente, la isla de Gran Canaria recibe algo más de tres millones de turistas al año, que están como media unos 10 días, lo cual da un total de 30 millones de pernoctaciones. Dado que se trata de un turismo de sol, playa y ocio nocturno, cabe pensar que cada turista consume, como media, al menos cuatro latas de refresco o cerveza por día, lo cual da un total de 120 millones de latas de aluminio que son depositadas al año en Gran Canaria. Si tenemos en cuenta que la isla tiene una superficie de algo más de 1.500 km², uno de los efectos de la presión ambiental a la que el turismo somete a la isla es que cada m² de superficie ha de soportar cada año los desechos de 77 latas de aluminio. Dado que el reciclaje realizado es muy escaso, una manera de imaginar la presión del turismo sobre el medio ambiente es visualizar que, al cabo 10 años de desarrollo turístico, cada metro cuadrado de la isla estaría ocupado por 770 latas vacías.

1.3.2. La multiplicidad de los modelos de desarrollo.

La cuestión que nos planteamos en esta tesis es cómo influye la forma del desarrollo turístico en la situación de empleo. Hasta aquí, una vez definida la situación de empleo y las formas de desarrollo turístico, hemos hecho referencia a la crisis del modelo tradicional de crecimiento económico basado en la producción y el consumo masivo, ya que hemos querido reflexionar acerca de si el crecimiento aún es posible. Ahora bien, plantear la relación entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo implica partir de la idea que de no hay una única forma posible de desarrollo (turístico o económico), sino que existen diversas “formas de desarrollo”.

La idea de que existen distintas “formas de desarrollo” es relativamente reciente en la literatura sobre la organización empresarial y puede considerarse que una aportación fundamental al respecto es la de Piore y Sabel (1989), que parten de la crítica a la Economía Clásica. En ésta, la competencia de precios entre productores lleva a la maximización de la eficiencia. A la hora de producir un bien o prestar un servicio se supone que aquellos que organicen la producción de manera más eficiente conseguirán los mejores precios. La competencia en precios llevaría a los otros productores, o bien a adoptar los métodos de sus competidores o a desaparecer del mercado, por lo cual, una única forma de organización empresarial se acabaría imponiendo como consecuencia de la lógica económica. Por tanto, según las teorías de la Economía Clásica no habría más que un único “modelo de desarrollo”, y las distintas formas de desarrollo (económico o turístico) se conciben sólo como variación o desviación de un modelo que se pretende universal y atemporal. Habría, en definitiva, un único modelo de desarrollo posible.

Sin embargo, Piore y Sabel (1989) señalan que las condiciones del contexto espacio- temporal, que distan mucho de la competencia perfecta, son las que determinan la fórmula organizativa que resulta “victoriosa”, y que por tanto puede haber tantas formas organizativas “eficientes” como contextos diferentes³⁵. Es decir, dado que no existe la competencia perfecta en un único mercado, habría tantos “modelos de desarrollo” como mercados. La organización de la producción no es una cuestión meramente económica sino también política, en el sentido de que responde a relaciones de poder en el seno de los mercados. Con lo cual, “*se llega a una imagen de la tecnología como una expresión refractaria, aunque periódicamente maleable, de la distribución del poder en la sociedad*” (Piore y Sabel, 1989:34)³⁶.

³⁵ “En el mundo de todos los mundos posibles, la competencia enfrenta las diferentes maneras posibles de combinar las máquinas y las cualificaciones; la que salga victoriosa - el avance tecnológico- lo será como consecuencia de las condiciones del momento y no necesariamente por ser la mejor. (...) No existe, pues, garantía alguna de que la competencia lleve a la sociedad a la frontera de su capacidad productiva; paradójicamente, ni siquiera los vencedores en este tipo de competencia pueden estar seguros de que han dado con el método que mejor sirve a sus intereses”(Piore y Sabel, 1989:60).

³⁶ Esta idea de la tecnología y la organización empresarial como expresión refractaria de la distribución del poder en la sociedad se ilustra claramente con lo que expresábamos en la cita 16 acerca de las distintas maneras de dar una misma noticia. La creencia en que existe una “única senda hacia el progreso” sustenta la argumentación de que Gran Canaria, como destino turístico, ha de adaptarse a lo que demanda el mercado turístico (Canarias 7, 2002). Sin embargo, la idea de que la tecnología y la organización del mercado son una expresión refractaria de la distribución del poder en la sociedad nos llevaría a ver el impulso a determinados “modelos turísticos” como el intento por parte de ciertos agentes de mejorar sus beneficios. El 13 de agosto de 2002 el diario La Provincia señalaba en su sección de economía: *Los empresarios turísticos se rebelan*. Y continuaba afirmando que un centenar de pequeños propietarios se habían constituido en una plataforma para luchar por los intereses del sector “ante la crisis turística y **la configuración del nuevo mercado alojativo**, que pone en peligro la supervivencia de numerosas empresas” (La Provincia- Diario de Las Palmas, 13 de agosto de 2002, sección de Economía, versión digital). Los intentos de reconfigurar los mercados tienen una consecuencia directa para las relaciones de poder en el seno de los mismos. No se puede tener una idea adecuada de los modelos de desarrollo (turísticos o no) si olvidamos el papel que el poder juega en los mismos.

Las teorías tradicionales sobre el desarrollo económico y empresarial en la segunda mitad del siglo XX se han basado en el predominio de determinados sectores productivos que actúan como propulsores de la economía y de un determinado modelo de desarrollo. Así por ejemplo, el fordismo ha sido concebido como un modelo productivo propulsado por los sectores de industria pesada como el automovilístico, de ahí su nombre³⁷, hasta el punto de que algunos autores han llegado a hablar del automóvil como “la máquina que cambió el mundo³⁸”. Por su parte, también las teorías sobre el toyotismo, el postfordismo y la especialización flexible parten del carácter de propulsores de la economía de algunos sectores económicos, bien sean los mismos (toyotismo) u otros de tecnología punta supuestamente característicos de la “nueva economía³⁹”. Es decir, según las teorías tradicionales no sólo habría una única vía de acceso al desarrollo, sino que además sólo se podría acceder al mismo produciendo determinados bienes industriales. Desde esta perspectiva, el desarrollo turístico es visto como un fenómeno periférico y dependiente del desarrollo industrial de las sociedades capitalistas avanzadas. El desarrollo turístico no sería verdadero desarrollo, sino un desarrollo inducido por el desarrollo industrial⁴⁰.

³⁷ Esto es, el segundo de los significados que para el fordismo señalan Sayers y Walker, tal y como vimos anteriormente.

³⁸ Womack, Jones y Roos, 1990; dado que en este texto partimos justamente de la idea contraria, si citamos este texto no es por su acierto sino por el debate que suscitó, que llevó a revista Sociología del Trabajo a editar un monográfico con el título inverso “El mundo que cambió la máquina”. Al respecto véase Boyer y Freyssenet, 2001.

³⁹ Sobre el papel de las empresas de tecnología punta informática en la configuración de un modelo de “especialización flexible” en los Estados Unidos véase Harrison, 1997:118-132.

⁴⁰ Esta perspectiva podemos encontrarla por ejemplo en Gaviria (1974) y Jurdao Arrones (1992). Santana (1997) ofrece una revisión de las aportaciones acerca del turismo y la dependencia económica (Santana, 1997:78-79). La idea de que el desarrollo turístico no se concebía como verdadero desarrollo la expresa Rubio Gil de la siguiente manera “De uno y otro modo, hasta bien entrados los años ochenta políticos y economistas no concebían otro desarrollo que no pasase por la industrialización y terciarización (predominio del sector servicios) de las grandes ciudades” (Rubio Gil, 2003: 280). Existe una conexión entre la definición

Las teorías sobre el fordismo, el postfordismo y la especialización flexible se elaboraron a partir de un análisis inductivo de las experiencias de los países “centrales” a lo largo del proceso de industrialización. Éste fue impulsado por el sector textil en la época de la Primera Revolución Industrial, por sectores de industria pesada como el automovilístico en la segunda mitad del siglo XX y por sectores de tecnología punta en la actualidad. Sin embargo, esta constatación no permite establecer una relación causal por la cual sólo determinados sectores sean capaces de provocar transformaciones de gran calado en la estructura social y económica. Aún es más, los ejemplos de organización industrial que frecuentemente se ponen como modelo de un nuevo paradigma de organizacional (los distritos industriales de la “Tercera Italia”⁴¹) se basan en sectores textiles muy relacionados con la moda y que difícilmente pueden considerarse elementos centrales de la estructura social y económica de los países llamados desarrollados, y desde luego no muy diferentes cualitativamente del turismo⁴². Por todo ello, pensamos que no existen argumentos teóricos que impidan considerar que en determinados contextos el turismo pueda ser el impulsor del crecimiento económico. Siguiendo las ideas de Piore y Sabel de que los modelos

conceptual del trabajo como trabajo productivo, tal como vimos anteriormente, y la idea de que el turismo no puede generar un verdadero desarrollo. Desde la definición tradicional del trabajo sólo el trabajo productivo es capaz de generar nuevos modelos de desarrollo. Dado que el trabajo turístico se encuentra en los límites del trabajo productivo, no resulta extraordinario que no se considere susceptible de generar nuevos modelos de desarrollo. Sin embargo, desde una perspectiva más amplia, el reparto del trabajo en las sociedades humanas incluye también el reparto por géneros del trabajo productivo y reproductivo. Desde esta perspectiva podrían darse distintos “modelos de desarrollo” que coincidan en las características del trabajo productivo pero difieran en las características o el reparto del trabajo reproductivo.

⁴¹ Al respecto, véase por ejemplo Becattini (1989), o López Novo (1990) para una visión crítica.

⁴² El argumento sería: ¿porqué nos resistimos a considerar modelos de desarrollo basados en el turismo, por considerar al turismo como un fenómeno “menor” y periférico cuando admitimos como “modelos de desarrollo” los basados en algo tan etéreo como la moda.

productivos son posibles no son la expresión de una necesidad histórica sino de la distribución del poder en la sociedad, ¿cuáles son los modelos turísticos de los que podemos estar hablando?.

1.3.3. Los modelos productivos (de desarrollo) en turismo.

Tanto en medios académicos como profesionales y políticos resulta habitual encontrar, para todos los sectores económicos, una representación de la historia de la producción industrial en tres fases cronológicamente sucesivas. La primera fase podría considerarse artesanal, y en ella se trataba de satisfacer las necesidades de categorías sociales acomodadas. La segunda fase sería la de producción en masa, basada en las economías de escala. Por último, este sistema entraría recientemente en crisis debido a su rigidez y daría paso a una nueva fase, la de la “producción ligera” o *lean production*. En Boyer y Freyssenet (2001:7-12) puede verse una aplicación de esta perspectiva a una industria tan señera como la del automóvil. Fayós Solá (1994), y en menor medida Ioannides y Debbage (1997) aplican este esquema a la industria turística⁴³. Si diéramos por bueno este esquema, la pregunta que nos planteamos en esta tesis, la relación entre situación de empleo y formas de desarrollo turístico sería una cuestión histórica más que propiamente sociológica: en cada época sólo habría un modelo productivo posible, y la situación de empleo dependería por tanto del momento en que había tenido lugar el desarrollo turístico. Ahora bien, como ponen de manifiesto Boyer y Freyssenet para la industria del automóvil, *“estos tres supuestos sistemas son el resultado de amalgamas*

⁴³ El turismo anterior a la Segunda Guerra Mundial sería el “turismo artesanal”, el turismo desarrollado en los años sesenta- noventa sería el “turismo masivo”, y el turismo desarrollado desde los noventa sería el que podría denominarse “turismo flexible”.

históricas y de confusiones conceptuales” (Boyer y Freyssenet, 2001:7), de manera que puede afirmarse que nunca hubo un solo modelo productivo, y que, además, los modelos no han sido cronológicamente sucesivos. Lo cual otorga una pertinencia mayor a la pregunta que nos planteamos: *si la diversidad prevalece, ¿cómo elegir un modelo productivo apropiado económicamente y aceptable socialmente en los diversos contextos?*” (Boyer y Freyssenet, 2001:11).

¿Existe en la actualidad un único modelo de desarrollo turístico? Si recordamos lo que vimos anteriormente al definir el concepto de desarrollo turístico parecería que no. Hay modelos turísticos localizados o extensivos, integrados o catalíticos, de crecimiento rápido o de crecimiento lento. Siguiendo el razonamiento de Piore y Sabel, cabe pensar que en la medida en que los mercados turísticos de Francia, España, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Nórdicos, Japón, Estados Unidos o Canadá son distintos podrá haber al menos tantos modelos turísticos como “mercados turísticos”. Ahora bien, este mismo razonamiento nos obliga a aceptar que en la medida en que se da una desregulación económica que provoca el incremento de la competencia internacional, y en que los movimientos transnacionales hacia la integración uniformizan los distintos mercados cabe esperar una tendencia hacia la homogenización de los modelos productivos.

Desde la segunda mitad de la década de los noventa se han producido procesos de integración entre los touroperadores europeos y entre los touroperadores y otras compañías del sector de vital trascendencia en la configuración del mercado. Como resultado de estos procesos se ha dado la construcción de un “mercado turístico único europeo”, lo que no resulta sorprendente pues uno de los objetivos fundamentales de la Unión Europea ha sido

la creación de un “mercado único”. En menos de una década el mercado turístico ha pasado de estar dominado por “touroperadores nacionales”, que operaban en el Reino Unido, Alemania, Holanda o Irlanda, a estar dominado por touroperadores transnacionales presentes en todos esos mercados de manera simultánea⁴⁴. En la medida en que ha habido una unificación de los mercados turísticos cabe esperar tendencias hacia la convergencia de los modelos turísticos europeos⁴⁵. Pero es que además los principales conglomerados de touroperadores han pasado a adquirir también líneas aéreas, cadenas de agencias de viajes o empresas alojativas, de manera que en la actualidad el mercado turístico se configura como un típico mercado “fordista”, en el que unas pocas empresas dominan el mercado y se dan procesos de integración vertical⁴⁶.

Dado que existe una tendencia hacia la convergencia de los distintos mercados turísticos nacionales en un gran mercado turístico europeo, puede pensarse que se da también una convergencia de los modelos turísticos, pero conservando aún importantes diferencias, entre otros motivos porque no todos los “productos turísticos son bienes

⁴⁴ Incluso cuando en muchos casos conserven la denominación del touroperador “autóctono”, ya que las diferencias culturales no desaparecen por la unidad de los mercados.

⁴⁵ Las fusiones y separaciones entre touroperadores y empresas turísticas son tan rápidas que es difícil hacerse una idea actualizada de la configuración del mercado turístico. En cualquier caso, nos remitimos a Schlueter Parrila (2002), Santana Sánchez (2002) y Vallejo (2002) para hacerse una idea de la configuración de los mercados turísticos británico, alemán y nórdico (los tres más importantes de Europa y mayoritarios en Gran Canaria), en el verano de 2002.

⁴⁶ Piore y Sabel (1989: 62-75) señalan que la producción en serie requiere de grandes inversiones en equipos especializados que, para ser rentables, necesitan de la existencia de mercados de consumo masivo. Señalan también la importancia que tuvieron las grandes empresas de producción industrial en la creación de una demanda de bienes masivos. La noticia anteriormente citada de que TUI “respaldaba los planes para convertir Gran Canaria en un destino de calidad”, puede interpretarse también a partir de esta clave como que el Touroperador está interesado en la creación de un mercado para un determinado tipo de producto que, según sus cálculos, le debe resultar rentable.

sustitutivos. La convergencia de precios y modelos puede llevar a los consumidores a elegir pasarse unas vacaciones en un complejo turístico de una cadena determinada en lugar de en otro, reservar con un touroperador o con otro, e incluso cambiar unos destinos por otros, siempre que se trate de destinos similares. Pero existen ciertas preferencias de los consumidores que quedan al margen de la convergencia de los touroperadores⁴⁷.

¿Cuáles son los modelos productivos vigentes en la actualidad?. Piore y Sabel (1989), al analizar la evolución del sistema “fordista” en la segunda mitad del siglo XX estudian la regulación en distintos países (Alemania, Francia, Reino Unido.....) que pueden considerarse otros tantos “modelos de desarrollo”. Martín Artiles (1999) considera que tras la crisis del fordismo la reorganización de los modelos productivos en España discurre principalmente por dos vías. Por un lado, la racionalización y modernización organizativa del trabajo en el interior de la empresa, y por otro, una fuerte tendencia a la descentralización y subcontratación de tareas y servicios como consecuencia de la reorganización del proceso productivo de la gran empresa fordista. Tanto Castells (2000) como Harrison (1997) coinciden en señalar que tras la *crisis del fordismo*, la organización del proceso productivo en forma de “empresas red” sería un rasgo común a todos los “modelos productivos”. La **empresa red** sería una forma de empresa constituida por diversas empresas autónomas, que pueden participar también de otras redes y tener objetivos no del todo coherentes entre sí. La **empresa red** se define por dos características, la *conexión* existente entre las diferentes empresas y la *consistencia* con que comparten

⁴⁷ Un turista que busca vacaciones en la nieve no elegirá Canarias por más que el precio que ofrezca el touroperador sea muy atractivo. Y un turista que busque cercanía física y cultural no cambiará Canarias por el Caribe por los mismos motivos.

intereses⁴⁸. En función de las características de las redes de empresa cabría hablar de distintos “modelos productivos”, entendidos no como polos de un continuo y no como realidades contrapuestas. Así por ejemplo, Castells (2000) considera, entre otros tres tipos de redes sustancialmente diferentes, las japonesas, las taiwanesas y las coreanas. Y en función de las características de las redes puede variar la situación de empleo.

1.3.4. Los modelos de desarrollo y la situación de empleo.

Desde finales de los años ochenta las aportaciones de diversos autores han puesto de manifiesto que la consecuencia fundamental para la situación de empleo de la externalización de tareas por parte de las grandes empresas, en definitiva, de la generalización del modelo de “empresa red”, ha sido la segmentación de las condiciones de empleo (véase por ejemplo López Novo, 1990; Martín Artiles, 1999; Harrison, 1997). Esta segmentación afecta tanto a los mercados de trabajo como a la cualificación y la remuneración de los trabajadores. En términos generales, la mayoría de autores que han tratado el tema señalan que las condiciones de empleo son mejores en las grandes empresas que en las pequeñas empresas externalizadas que subcontratan las tareas de las mismas,

⁴⁸ Estas ideas se han extraído de Castells, 2000 que define así a la empresa red: aquella forma específica de empresa cuyo sistema de medios está constituido por la intersección de segmentos de sistemas autónomos de fines. Por consiguiente, los componentes de la red son tanto autónomos como dependientes de ella y pueden ser partes de otras redes y, por ello, de otros sistemas de recursos dirigidos a otros objetivos. Luego la actuación de una red determinada dependerá de dos atributos fundamentales: su capacidad de conexión, es decir, su capacidad estructural para facilitar la comunicación libre de ruidos entre sus componentes; y su consistencia, esto es, el grado hasta el cual se comparten intereses entre los fines de la red y los de sus componentes. (...) La empresa red materializa la cultura de la economía informacional/global: transforma señales en bienes mediante el procesamiento del conocimiento (Castell, 2000, p 227).

hasta el punto de que Harrison considera que el incremento de las pequeñas y medianas empresas puede considerarse un empeoramiento global de las condiciones y la situación de empleo: *“un programa económico que tenga como objetivo un tratamiento especial para las pequeñas empresas contribuirá realmente a un empeoramiento de los estándares nacionales de vida, en ausencia de otro tipo de regulaciones o de quid pro quos. Éstos son los peligros de efectuar formulaciones de política económica basadas en una confianza ciega en los pequeños negocios”* (Harrison, 1997:63).

López Novo (1990) analizando el distrito de Prato, considerado como el paradigma de los distritos industriales, encuentra que el trabajo extraordinario es mucho más importante en las pequeñas y medianas empresas que en las grandes, por lo cual parecería que el papel que desempeña el empleo en las sociedades que siguen un modelo de desarrollo basado en pequeñas y medianas empresas sería distinto al de aquellas otras en que predominan las grandes empresas. Señala también que el paro como fenómeno estructural afecta de manera importante a las características del empleo en las pequeñas y medianas empresas (López Novo, 1990:100). En definitiva, siguiendo las aportaciones de Harrison (1997) y López Novo parecería que las condiciones de empleo varían de manera inversamente proporcional al tamaño de la empresa, es decir, las condiciones laborales serían peores en las empresas más pequeñas.

Sin embargo, a partir de las ideas aportadas por Castillo (1989), en base a una investigación internacional llevada a cabo en Bélgica, Italia, Irlanda, Reino Unido y España, podría pensarse que la asociación entre grandes empresas- buenas condiciones de trabajo y pequeñas empresas- malas condiciones de trabajo corresponde en realidad a una

relación espuria, ya que *“no es el tamaño de la empresa la variable que influye en las condiciones de trabajo, sino la posición en un mercado y en particular el hecho de trabajar en subcontrata”*(Castillo, 1989:33). Dado que la mayoría de las empresas que trabajan en subcontrata son pequeñas no es pues extraordinario que se haya tendido a asociar pequeña empresas y peores condiciones de empleo.

En definitiva, de las aportaciones de literatura genérica sobre modelos de desarrollo y situación de empleo puede establecerse dos hipótesis de trabajo, que intentaremos contrastar en esta tesis. Por un lado, la hipótesis de López Novo y Harrison de que las pequeñas empresas tienen un empleo de peor calidad, peor remunerado y cualificado que las grandes. Por otro, la idea de Castillo de que lo que determina las condiciones de empleo no es el tamaño de la empresa sino la posición que ésta ocupa en la red. A continuación pasamos a ver las aportaciones de la literatura específica sobre turismo.

1.3.5. Desarrollo turístico y situación de empleo en sociedades turísticas.

¿Cómo es el empleo en aquellas sociedades que han tenido un fuerte desarrollo turístico? ¿Varían las características del empleo según la forma que haya adoptado el desarrollo turístico? Éstas son las cuestiones que, en base a la literatura, intentaremos responder en este apartado. En primer lugar veremos algunas aportaciones genéricas sobre la relación entre empleo y turismo y después trataremos algunas más específicas sobre el empleo de enclaves turísticos muy importantes y diferentes entre sí. En cualquier caso, antes de empezar señalaremos que a la hora de estudiar la relación entre turismo y empleo

se suelen diferenciar dos tipos de empleo⁴⁹: empleo directo, que es el que surge como resultado del desembolso de los visitantes en los núcleos turísticos y empleo indirecto, que comprende lo que se refiere al suministro de turistas⁵⁰.

Partiendo del hecho de que el desarrollo turístico más importante se ha dado fundamentalmente en entornos no industrializados, Santana (1997:76- 77) señala tres características generales del empleo turístico. En primer lugar, la absorción de trabajadores de otros sectores tradicionales y de una gran cantidad de mujeres anteriormente no empleadas, lo cual acaba generando importantes cambios culturales. En segundo lugar, la migración que produce, llevando a grandes contingentes de población desde las zonas rurales hacia las zonas turísticas, y asimilándose en ese sentido al papel que jugó la industrialización en otras zonas. Por último, señala que en términos generales se trata de un sector que genera unos empleos estacionales, por el carácter cíclico del fenómeno turístico, y con niveles de cualificación relativamente bajos. A continuación trataremos estas cuestiones para distintas localidades turísticas, de las más lejanas a las más cercanas.

¿Cuál es la calidad de los empleos generados por el turismo en **Hawai**? Choy (1995) intenta responder a esta pregunta basándose en las estadísticas laborales oficiales de Hawai, un archipiélago en que el turismo representa un 24% del total de los empleos, siendo el sector más importante. Choy analiza las estadísticas sobre los tres sub- sectores

⁴⁹ Archer, 1973; Goffe, 1975; Vaughan, 1977; Mathieson y Wall, 1986; Lea, 1988. Todos ellos citados en Santana, 1997.

⁵⁰ Santana (1997) considera tres tipos: empleo directo, indirecto e inducido, ya que distingue el empleo referente al suministro del turismo y el de los efectos multiplicadores del turismo, como puede ser el generado por los residentes locales.

más representativos del turismo, que incluyen a tres de los consumos básicos considerados a la hora de definir el turismo: transporte (transporte aéreo), alojamiento (hoteles y establecimientos alojativos) y alimentación (establecimientos de comidas y bebidas). A partir del análisis de la estructura de las ocupaciones de los distintos sectores productivos Choy afirma que la creencia de que el turismo genera empleos de baja cualificación viene en parte ocasionada por la importancia que tienen los subsectores alojativos y de restauración, y en el caso de este último, por la dificultad para separar la restauración turística de la destinada a atender al público en general. En cuanto al nivel de salarios pagados, varía ampliamente según los subsectores. El sector de transporte aéreo tiene unos salarios superiores en un 33% a la media de los salarios de todos los sectores productivos, el sector alojativo un 16% inferiores, y el sector de establecimientos de comida y bebidas, un 50% inferiores. Este salario debería ponderarse teniendo en cuenta que en este tipo de establecimientos los empleados pueden recibir una parte importante de sus ingresos por las propinas o por otros beneficios como puede ser el uso gratuito de ciertos servicios del hotel.

Y en cuanto a las posibilidades de promoción para la población local, señala los datos de una encuesta según la cual, en una muestra no significativa de empresas, el 61% de las compañías de transporte aéreo señalaron que un 50% o más de sus empleados de nivel directivo eran nacidos o educados en Hawai, porcentaje que se elevaba en el subsector alojativo y descendía en los establecimientos de restauración. El bajo nivel de empleados de nivel directivo nativos que presentaban las líneas aéreas se explica porque éstas centralizan gran parte de sus puestos directivos en oficinas no localizadas en Hawai, como destino turístico. Por último, como una muestra del nivel de satisfacción y de las posibilidades de promoción del sector turístico, en una encuesta no representativa de la población de Hawai,

un 43% de los empleados turísticos afirmaban que, *“en caso de tener un hijo muy inteligente, lo animaría a que estudie management turístico”*, cifra que era menor en el caso de los empleados de otros sectores. Pensamos que la interpretación de la cifra es bastante discutible. Según otra interpretación posible, esta misma cifra señalaría que menos de la mitad de los empleados ven en el turismo una ocupación de futuro y deseable para sus hijos. En definitiva, las aportaciones de Choy sobre Hawai señalan, además de la constatación del nivel de remuneración y cualificación relativamente bajo, que la medida en que el negocio turístico es controlado por los agentes locales puede resultar crucial a la hora de proveer de empleos cualificados a una determinada localidad y de las posibilidades de promoción que se den.

En un contexto muy diferente, Van der Duim et al (2001) al estudiar la sostenibilidad de los modelos turísticos analizan el empleo en Texel, una isla al norte de **Holanda** y Manuel Antonio un distrito al sur de San José, capital de **Costa Rica**, ambas localidades dedicadas al eco- turismo. Las conclusiones son similares a las de Choy sobre Hawai. En Manuel Antonio el turismo representa el 30% del empleo total, con un 60% de empleo femenino, una media de estudios algo inferior al conjunto de los empleos y unos ingresos ligeramente superiores. Sin embargo, hay que destacar que el carácter estacional del turismo lleva a que un importante contingente de nicaragüenses acuda a la localidad para trabajar durante la temporada. En Texel, el porcentaje de empleos en turismo ronda el 22%, con un 56% de empleos femeninos, un nivel de estudios superior a la media y cuya remuneración está en la media. El carácter estacional del turismo conlleva también la presencia durante la temporada de un gran número de trabajadores venidos de fuera, sobre todo estudiantes y jóvenes. En definitiva, las conclusiones que presentan son similares a las

que ya hemos visto para Hawai, y señalan que el turismo crea unos empleos algo menos cualificados que la media pero cuyos ingresos con relación a otros sectores varían. Es de destacar como el carácter estacional del turismo incide en la “calidad” de los empleos creados, que parecen ser mejores en Hawai que en Texel o Manuel Antonio porque en el primer archipiélago el turismo tiene un comportamiento menos estacional que en las otras dos localidades.

En un entorno mediterráneo, Tsartas (1992) divide a las **Islas Griegas** en tres tipos según su desarrollo turístico. El primero corresponde a las islas que se desarrollan turísticamente, a través de la construcción de infraestructuras y la instalación de los touroperadores. El segundo grupo corresponde a las islas que, si un desarrollo turístico tan grande actúan como “satélites” de las anteriores, acogiendo a un turismo más joven. El tercer grupo contiene a aquellas islas en que existe una oposición de la población local al desarrollo turístico, lo que dificulta el mismo. A través de una encuesta analiza el impacto socioeconómico del turismo en una Ios, una isla de importante desarrollo turístico, que se inicio a partir de 1965, y Serifos, una isla cuyo desarrollo turístico se inició una década después por la oposición de la población local. Aunque no entra en detalle sobre las características del empleo, señala que la influencia del desarrollo turístico en la sociedad local, y entre otros aspectos en el empleo, tiene que ver con el tipo de turismo, la duración del período inicial de despegue turístico, y la relación entre el número de turistas y el de habitantes. En función de los roles desempeñados en cada isla por los grupos sociales locales, los touroperadores y la política nacional turística cabe encontrar diferencias impactos del turismo. Ryan (1991) señala también que el número y tipo de turistas, la etapa del desarrollo, las diferencias culturales, el grado en que el turismo es servido por

trabajadores inmigrantes y el grado en que la gente del lugar trabaja en el negocio turístico son aspectos que influyen en el impacto socio económico del turismo, y por tanto, en el empleo.

En un entorno ya más cercano, Carbonero Gamundí (2001) analiza las estrategias laborales de las familias en **Baleares**, por lo que alguna manera trata la *situación de empleo* entendida como el papel que juega el empleo en la sociedad. El empleo en Baleares destaca por una alta tasa de actividad (55,8%), una elevada tasa de actividad femenina (45,5%) una importante eventualidad, que afecta al 30% de los empleos, niveles de paro significativamente más bajos que el conjunto del Estado y un nivel de remuneraciones salariales que es inferior en un 9% a la media estatal (Carbonero Gamundí, 2001: 2-3). Ahora bien, el rasgo más significativo del empleo en Baleares es que la proporción de familias en que trabajan los dos miembros de la pareja es muy superior al de otras comunidades autónomas: *“Baleares destaca precisamente por ser una de las comunidades con mayor proporción de parejas trabajando ambos (...), es decir, con más familias interdependientes (...) denominadas así por el carácter de estas remuneraciones (poco elevadas en relación con el tiempo de trabajo, con contratos en muchas ocasiones eventuales) que no permitirían, a cada una de ellas por separado, en muchas ocasiones sacar adelante a una familia con hijos.*

Aún más, en cuanto los hijos están en edad de trabajar lo hacen, atraídos por el acceso inmediato al consumo que facilita el mercado de trabajo y por la desmotivación que provoca estudiar en un contexto en que los estudios no son valorados ni recompensados económicamente: *“la decisión de dejar los estudios se basa en la evidencia de que no se*

exigen elevadas cualificaciones dada la estructura de las relaciones laborales en nuestra comunidad, pero también en el hecho de que la eventualidad generalizada y consolidada (que afecta también ya a los padres) incita a aprovechar la coyuntura favorable y no “aplazar la recompensa” que es lo que representa invertir en formación”.

En definitiva, el modelo de estrategia laboral de las familias de Baleares se basa en el empleo de casi todos los miembros de la unidad familiar, la no inversión en formación, ante la desincentivación que supone un mercado de trabajo precarizado, y una gran adaptabilidad a las fluctuaciones del mercado. Este modelo que, según Carbonero puede ser compartido por zonas como Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia y Canarias, consiste a su juicio en una adaptación a las estrategias laborales del postfordismo. En definitiva, la aportación de Carbonero va en una doble línea. Por un lado, señala la eventualidad del empleo turístico y la insuficiencia de recursos que provee, tal y como hemos visto en otros lugares. Por otro, estas características del empleo explican el desarrollo de unas trayectorias laborales por parte de los sujetos implicados que les obliga a tener mayor disponibilidad de los sujetos hacia el empleo y paradójicamente una menor valoración del mismo.

Lever (1987), por su parte, analiza el papel de los inmigrantes del resto de España en el desarrollo turístico de la **Costa Brava**, donde el empleo a principios de los ochenta se caracterizaba por ser, como ya hemos visto en otros entornos, estacional, descualificado, intensivo en tiempos y con remuneraciones relativamente bajas. Estos empleos eran ocupados en muchos casos por mujeres provenientes del resto del Estado. Para éstas, trabajar en el turismo en Lloret de Mar durante el verano era un medio de acumular un capital que les permite mejorar su posición en sus pueblos de origen, y suponía también en

muchos casos un contacto con nuevas culturas que contribuía a cambiar pautas de comportamiento de género. La aportación de esta autora, que enlaza con la de Carbonero, va en la línea de señalar que, a diferencia de lo que se ha pensado tradicionalmente respecto al empleo industrial, el empleo turístico puede ser percibido en muchos casos por sus protagonistas no como un fin en sí mismo sino como un medio. Es decir el objetivo de muchos de los que trabajan en turismo no es el “empleo”, entendido como un trabajo asalariado remunerado y estable, como vía para garantizar cierto nivel de vida, tal como lo definía Prieto. El objetivo del trabajo en el turismo puede entenderse más bien como la acumulación de un capital que finalmente puede utilizarse para “salir” del empleo.

Benítez Rochel y Robles Teigeiro (1992) estudian el mercado de trabajo turístico de la **Costa del Sol** como un mercado de trabajo segmentado, en función de las características de la demanda que atiende cada empresa. Según estos autores, las empresas hoteleras de mayor categoría, cuya demanda turística es más estable, tenderían a crear puestos de trabajo más estables y mejor pagados, que podrían considerarse como propios del segmento primario, mientras que las empresas que cuentan con una demanda más inestable tenderían a crear empleos menos estables y asimilables por tanto con los del mercado secundario. A partir de los resultados de una encuesta realizada en Andalucía, encuentran que el empleo más estable tendería a concentrarse en los establecimientos hoteleros, especialmente en los de mayor categoría y los pertenecientes a cadena, mientras que los establecimientos más pequeños tendrían un tipo de empleo más inestable. También destacan como otros datos relevantes del empleo turístico en la Costa del Sol el hecho de que la mayoría de los empleos son ocupados por personas que residen cerca, lo que lleva a hablar de la existencia

de una “cuenca de empleo”. Por último, apuntan a la necesidad de “formación en el empleo” como uno de los motivos que explicaría la existencia de la segmentación.

Resumiendo estas aportaciones acerca del empleo turístico apuntaremos que según Bayón y García (1997), puede afirmarse que en el mercado laboral turístico en España el 75% de los empleos tienen una situación jurídica precaria. Se trata, en su mayoría, de empleos de cualificación media, con muy escasa representación de títulos superiores. Además, Brunet Icart y Belzunegui Eraso (2003) señalan que “el sector turístico español está configurado por pequeñas empresas y por tanto con un elevado grado de atomización” (Brunet Icart y Belzunegui Eraso, 2003:169). Esto, junto a la marcada estacionalidad, la temporalidad de la ocupación y niveles de remuneración inferiores a la media del personal ocupado en otros sectores serían característicos del empleo turístico.

1.3.6. Recapitulación acerca del Estado de la Cuestión.

En definitiva, la revisión del “estado de la cuestión” acerca de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo permite establecer lo que la investigación precedente ha comprobado, cuáles son los puntos que quedan aún por aclarar y cuáles las hipótesis y líneas de trabajo a desarrollar. Resumiremos las aportaciones que hasta aquí hemos ido tratando en cinco puntos clave a tener en cuenta a la hora de estudiar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo. Estos puntos serían: 1) la necesidad de contemplar el desarrollo como algo necesariamente limitado, lo que obliga a plantearse la sostenibilidad del desarrollo turístico 2) la diversidad de modelos de desarrollo posibles 3) la visión de las formas de desarrollo como formas de desarrollo en red 4) la relación entre posición en la red y situación de empleo y 5) la existencia de cuatro

factores que condicionan la situación de empleo en un modelo de desarrollo turístico, a saber, a) la división del trabajo entre empresas (locales y foráneas) b) el papel que en el desarrollo juegan los Touroperadores y la política local c) las características del tipo de turismo que se desarrolla y d) el lugar que ocupa el empleo en la sociedad pre turística. A continuación pasamos a desarrollar estos puntos.

En primer lugar, al hablar de formas de desarrollo turístico y situación de empleo a principios del siglo XXI es necesario ser conscientes de la crisis de sostenibilidad social y sobre todo ambiental a la que ha de hacer frente la idea de desarrollo vigente en los últimos doscientos años. El término desarrollo tiene el significado de *“progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente las comunidades humanas*. (Real Academia Española, 1992). Este progreso se entiende tradicionalmente como un crecimiento cuantitativo y no como un cambio cualitativo, tal como planteaba Roca Jusmet (2001). Como recuerdan los postulados de la Ecología (y no podemos escapar al hecho de que el planeta es un ecosistema global), *“ningún sistema de recursos limitado puede tener un crecimiento ilimitado”*. En el turismo los límites al crecimiento se hacen especialmente visibles, ya que el desarrollo turístico provoca un deterioro ambiental del entorno que puede llegar a poner en peligro la misma actividad turística. Aunque no pretendemos aquí ocuparnos de la sostenibilidad de los modelos turísticos, es un aspecto a tener en cuenta.

En segundo lugar, al hablar de formas de desarrollo turístico y situación de empleo hay que evitar en la medida de lo posible caer en el lugar común de pensar que sólo existe una vía posible de desarrollo, y que por tanto, hay un “modelo de desarrollo” que sería modélico, en el sentido de ideal, y al cual todos los modelos deberían imitar. Como señalan

Piore y Sabel (1989), los modelos productivos, modelos al fin y al cabo de desarrollo, pueden entenderse como una plasmación del equilibrio de poderes en una sociedad. La pretensión de imponer un determinado modelo de desarrollo turístico (basado por ejemplo en el turismo de calidad, en el turismo de golf o en el turismo náutico) no puede verse acriticamente como una mera recomendación técnica de adaptación a los requerimientos del mercado, sino como una tentativa política⁵¹ de imponer un determinado equilibrio, que favorece a unos y perjudica a otros. El “mercado” es una entidad abstracta e impersonal, y pretender que el modelo de desarrollo (turístico) ha de adaptarse a los dictados del mercado no es más que un intento de legitimar desde una postura economicista supuestamente libre de valores los dictados de aquellos que dicen defender el libre mercado⁵².

Como ilustración de que siempre son posibles diversos modelos de desarrollo, la tabla siguiente muestra algunos datos acerca de la situación de empleo de diversos países. Los modelos de desarrollo seguidos por Noruega, Estados Unidos, Japón o Alemania son muy distintos, y apostar por uno u otro no es una mera decisión técnica acerca de qué modelo es más idóneo para alcanzar el desarrollo sino sobre todo una decisión política acerca de qué modelo de sociedad queremos⁵³. La elección de uno u otro “modelo de desarrollo” no es sólo una cuestión de racionalidad de medios a fines, es decir, de cuáles son los mejores

⁵¹ En el sentido de elección entre opciones técnicas, no de partidos políticos

⁵² El mercado no “dicta” nada, y los “dictados del mercado” son en realidad los dictados de los que dicen defender la ortodoxia del mercado. Sin embargo, para los que tienen el poder de imponer la disciplina del “mercado”, es mucho más políticamente correcto presentar los hechos como consecuencia de “los dictados del mercado” que como producto de “nuestros dictados”.

⁵³ La misma fuente, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) muestra en otras tablas que la desigualdad social, la igualdad de género, la educación o el gasto en sanidad son muy diferentes en estados con un PIB similar.

medios para conseguir un determinado nivel de desarrollo, medido en términos de PIB. Es sobre todo una cuestión de racionalidad respecto a valores, sobre el precio que estamos dispuestos a pagar (en términos de desigualdad social, de género, delincuencia, etc.) para alcanzar un determinado nivel de desarrollo (siempre medido en los términos imperfectos del PIB).

Tabla 1-1: Desarrollo y situación de empleo en algunos de los países más desarrollados, 2002⁵⁴.

	Posición según IDH	PIB Cápita PPA \$ 2000	Desempleo	Paro Femenino	Paro Juvenil	% Pobres
Noruega	1	29.918	4,7	88	10,2	6,9
Bélgica	4	27.178	8,5	156	15,2	8,2
EEUU	6	34.142	5,6	105	9,3	16,9
Japón	9	26.755	3,2	91	9,2	11,8
Francia	12	24.223	10,5	140	20,7	8,0
Reino Unido	13	23.509	7,7	79	11,8	13,4
Alemania	17	25.103	7,7	113	7,7	7,5
Irlanda	15	29.866	11,3	97	6,4	11,1
Italia	20	23.626	10,7	180	29,7	14,2
España	21	19.472	19,1	212	25,5	10,1

Fuente: Elaboración propia con datos de PNUD, 2002.

Aunque esto lo hayamos planteado a un nivel macro, la pregunta que nos planteamos en esta tesis, la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo, tiene pues una importancia vital. Dado que cabe pensar que diversos modelos de desarrollo turístico

⁵⁴ La tasa de paro femenina se expresa como porcentaje de la masculina, es decir la cifra de 212 de España significa que por cada 100 hombres en paro en España habían 212 mujeres. La tasa de desempleo juvenil es una tasa sobre los activos de 16 a 24 años. Es decir, la tasa de 25,5 para España significa que 25,5 de cada 100 activos jóvenes estaban en paro, frente al 19,1 del total de activos. El porcentaje de pobres hace referencia al % de población con ingresos inferiores al 50% del ingreso medio. La cifra del PIB se ofrece en Paridades de Poder Adquisitivo en dólares USA de 2000. Las Paridades de Poder Adquisitivo son un instrumento estadístico que reflejan la influencia de los diferentes niveles de precios. No se puede comprar lo mismo con 1.000 US \$ en España que en Dinamarca o en Etiopía, y la PPA pretende igualar las cifras ponderando el PIB en función del nivel de precios. Sobre este concepto puede verse INE, 2003^a.

son siempre posibles, conocer la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo puede permitir optar con mayor conocimiento de causa entre uno u otro.

En tercer lugar, la revisión del estado de la cuestión ha servido también, una vez establecido que son posibles diversas formas de desarrollo, para esbozar cuáles pueden ser esas líneas. En una época en que la empresa red es la forma de organización económica predominante (Harrison, 1997, Castells, 2000), los “modelos de desarrollo” se definirían más por las características de las redes que por su origen nacional.

En cuarto lugar, en la literatura existente acerca de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo, en un momento en que predominan las empresas red, pueden encontrarse dos tipos de teorías acerca de las condiciones de empleo en una empresa. Existe una postura, que podríamos considerar representada por Harrison (1997) que tiende a ver las pequeñas empresas como empresas de peores condiciones laborales. Por otra parte, hay también autores que con Castillo (1989) consideran que la condición de empleo no depende tanto del tamaño de la empresa como de la posición de la en la red.

En quinto y último lugar, la revisión de la literatura sobre el empleo turístico permite decir lo siguiente al respecto de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El empleo turístico se caracterizaría por una gran absorción de trabajadores de otros sectores no industriales, un alto grado de feminización, niveles de remuneración algo inferiores a los de otros sectores (si bien esto tendría que matizarse a partir de la realización

de horas extra)⁵⁵. Varios son los factores que pueden influir en la situación de empleo, lo que lleva a pensar que efectivamente puede existir una influencia entre el tipo de desarrollo turístico y las características del empleo. El carácter local o no de las empresas turísticas parece influir de manera decisiva en la posibilidad de que éstas ofrezcan posibilidades de promoción y mejores condiciones laborales (Choy, 1992). Ello se debe a que la división del trabajo entre empresas (empresas- red) puede hacer que cuando el desarrollo turístico se basa en la implantación en una localidad de empresas provenientes de fuera, las empresas locales se conviertan en “empresas- mano⁵⁶”, dejando las tareas más cualificadas para las “empresas- cabeza”, generalmente de los países emisores. Por otra parte, el tipo de turismo, el papel que juegan los Touroperadores y la política local también parecen influir en la situación de empleo en las localidades en que se desarrolla el turismo (Tsartas, 1992). En la situación de empleo de los modelos turísticos influiría también el carácter estacional de muchos tipos de turismo, que se traslada como requisito a la mano de obra, lo que refuerza las tendencias hacia la precariedad (Van der Duim, 2001; Lever, 1987). Esta estacionalidad y la fluctuación de la demanda puede traducirse (Benítez Rochel y Robles Teigeiro, 1992) en una segmentación del mercado de trabajo, de manera que las empresas que concentran la parte de la demanda más estable concentrarían también los mejores empleos⁵⁷. Por último, las aportaciones de Lever (1987) y Carbonero Gamundí (2001) apuntan que la situación del empleo en las sociedades turísticas puede ser distinta a la de las sociedades salariales. En

⁵⁵ Todo ello se ha constatado en destinos turísticos tan distintos como Hawái, Costa Rica, Holanda, las Islas Griegas, Baleares, la Costa Brava y la Costa del Sol. Además, en todos estos destinos salvo en Hawái se detecta una importante estacionalidad, que incide en la cualificación y la temporalidad de los empleos.

⁵⁶ La terminología de “empresas- mano” y “empresas- red” proviene de Castillo (1989).

⁵⁷ Para Benítez Rochel y Robles Teigeiro, 1992, serían las empresas más grandes y las pertenecientes a cadenas.

las sociedades “turísticas”, el empleo en el turismo podría no ser un fin en sí mismo, sino un mecanismo para acumular recursos con los que de alguna manera salir de la condición de proletario, es decir, de tener que emplearse para obtener recursos. Aunque en realidad, puede pensarse que este rasgo no es exclusivo de las “sociedades turísticas” y que es necesario realizar una revisión del papel que juega el empleo en las sociedades modernas, tal y como planteaba Prieto (1989)⁵⁸.

⁵⁸ Véase si no esta cita de Piore y Sabel sobre el desarrollo del empleo “fordista”: “Estas condiciones de empleo fueron aceptables mientras estos grupos marginales se consideraron extraños a la sociedad industrial y vieron en sus ingresos industriales un medio para hacerse un hueco en el mundo extraindustrial o defenderlo. Los negros de las zonas rurales de Estados Unidos y los trabajadores inmigrantes de Europa querían el dinero que les reportaba la fábrica para poder llevar una vida rural y comprar tierras en su lugar de origen o ampliarlas; las mujeres, para pagar las hipotecas y dedicarse de nuevo por completo a las tareas domésticas; los jóvenes para estudiar en la universidad o simplemente para disfrutar de los placeres aparentemente interminables de la adolescencia. Dada esta situación, estos trabajadores no tenían interés en aprender las cualificaciones fabriles, que eran irrelevantes para sus planes a largo plazo. Tampoco estaban decididos a conseguir la seguridad de empleo, puesto que durante las recesiones los agricultores podían volver a sus tierras, las mujeres al hogar y los jóvenes a la casa de los padres”. (Piore y Sabel, 1989: 241).

1.4. Hipótesis y estrategia de investigación.

En este apartado desarrollaremos las hipótesis, la estructuración del modelo de análisis y la estrategia que se ha seguido en esta investigación. Para ello, en primer lugar, a partir de la definición de conceptos y la revisión de la literatura existente, detallaremos las hipótesis que intentaremos contrastar. En segundo lugar desarrollaremos las estrategias utilizada para contrastar estas hipótesis, y por último los conceptos dimensiones e indicadores que dan cuenta de las hipótesis anteriores.

1.4.1. Estado de la cuestión e hipótesis.

La manera en que aquí hemos definido los conceptos “desarrollo turístico” y “situación de empleo”, y la revisión de la literatura existente acerca de la relación entre ambos fenómenos nos llevan a plantear que la relación entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo se da en función de cuatro factores, que se interrelacionan con las tres maneras de entender el desarrollo turístico y la situación de empleo. Es decir, para cada caso concreto la “situación de empleo” que de alguna manera sería “resultante” del desarrollo turístico dependerá de la presencia y características de cuatro factores.

El primero de ellos es el papel que juegan los touroperadores y los agentes políticos locales en el desarrollo turístico. En función de cómo sean éstos nos encontraremos con un tipo de desarrollo turístico más cercano al modelo “catalítico” o al integrado, que al atraer a

distintos tipos de turismo influyen en la situación de empleo. El segundo de los factores que influirían en la situación de empleo sería la división del trabajo necesario para la elaboración del “producto turístico” entre las empresas externas a la localidad turística y las internas a la misma, así como la división del trabajo entre las empresas de la localidad turística. Dentro de las empresas externas a la localidad estarían los touroperadores y las agencias de viaje situadas en los países de origen de los turistas, las líneas aéreas y otros medios de transporte. Dentro de las empresas locales estarían los establecimientos alojativos, de alimentación y de ocio, las agencias de viaje receptoras y otro tipo de empresas que organizan excursiones y entretenimiento para los turistas⁵⁹.

El tercer factor que influiría en la situación de empleo en una localidad serían las características del turismo que se desarrolla, como su estacionalidad, o los motivos que llevan a los turistas a elegir ese destino. Precisamente por ello, y dado que en muchos casos, son los touroperadores los que encauzan corrientes de turistas de determinadas características hacia unos u otros destinos este factor se relaciona con el primer factor mencionado. La idea es que, al menos en parte, *“No es que se urbanicen y desarrollen turísticamente aquellos lugares que poseen las características que demandan los consumidores turísticos. Antes al contrario, las demandas de los consumidores turísticos se modelan para encauzarlas hacia los lugares que los productores turísticos tienen interés en desarrollar turísticamente”*.

⁵⁹ Como ilustración de la influencia de estos dos factores, Rubio Gil señala: “ los autores harán mayor hincapié, señalando lo obvio, en que el sistema turístico de los países en vías de desarrollo propicia una serie de oportunidades económicas muy importantes, pero, y aquí está el fondo del asunto, para que verdaderamente produzca beneficios se ha de integrar y diversificar en la población receptora y que el control no venga de fuera, y tal como generalmente viene sucediendo (Rubio Gil, 2003:276).

Por último, el cuarto factor que influiría en la situación de empleo que se produce como “consecuencia” del desarrollo turístico serían las mismas características de la situación de empleo pre- existente. Tal como expresa Rubio Gil (2003), siguiendo a Thurot y a Cals, en muchos casos las debilidades de la situación de empleo ocasionada por el desarrollo turístico no pueden achacarse sólo a éste, sino también a la situación de partida, es decir, la situación de empleo que existía antes del desarrollo turístico⁶⁰.

Estos cuatro factores que influyen en la situación de empleo se relacionan con las tres maneras de entender el desarrollo turístico que señalamos anteriormente. Así, el papel que juegan los touroperadores y los agentes locales en el desarrollo turístico se concretan en una determinada política urbanística y en una forma de desarrollo geográfico- urbanística. La división del trabajo entre las empresas locales, así como entre éstas y las externas tiene que ver con el modelo de desarrollo turístico entendido socio- económico. Y el tercer factor tiene que ver con las características del modelo de desarrollo socio- antropológico. La idea de que estos cuatro factores influyen en la situación de empleo se sustenta en una hipótesis central, que las características del modelo de desarrollo turístico socio- antropológico se relacionan con la situación de empleo, así como varias hipótesis dependientes de ésta.

⁶⁰ “Para Thurot (1976) muchos de los problemas socioeconómicos de los centros receptores son anteriores a la llegada del turismo por contar con economías débiles y estructuras sumamente frágiles, sometidas a fuertes procesos de emigración. Por ello este autor afirma que si se pretende que el turismo sea una herramienta capaz de estimular una economía regional desfallecida no se le puede imponer el orden económico antiguo. Como afirmaría Cals (1974) el responsable de todo esto no es el hecho turístico como tal, sino el modelo utilizado (Rubio Gil, 2003:276).

Esta hipótesis central, aunque puede considerarse un tanto evidente (o quizá precisamente por ello), se ha dejado en muchos casos de lado, y tiene que ver con la extensión a la producción de servicios turísticos de algunos rasgos que son comunes a la producción de otros bienes y servicios. Si recordamos la argumentación anteriormente seguida, a partir de las ideas de Piore y Sabel (1989) de que existe relación entre el tipo de bienes o servicios elaborados y la organización de la producción de los mismos, parece obvio que el empleo turístico será estacional si lo es la actividad turística. Las descripciones del empleo turístico que hemos tratado aquí (Santana, 1997, Rubio Gil, 2003) no diferencian lo que puede considerarse propio del empleo turístico “*per se*” y lo que puede ser consecuencia del tipo de servicio elaborado, es decir, de las características de los turistas. En definitiva, lo que pretendemos afirmar es que si se tiende a afirmar que el empleo turístico es estacional, de baja remuneración y cualificación, esto puede deberse a que lo que los estudios han analizado son sectores de producción masiva de servicios turísticos de calidad media baja, y de carácter fuertemente estacional.

Al igual que dentro de la industria automovilística las condiciones de empleo no son las mismas en el sector de vehículos de lujo y en el de automóviles económicos, no debe generalizarse las características del empleo turístico a partir de un solo subsector. Además, y teniendo en cuenta que uno de los rasgos más característicos de la evolución del turismo es la desestacionalización del mismo, creemos que es importante relacionar las características del empleo y las de los turistas, y ver en qué medida la estacionalidad es consecuencia de la estacionalidad de la demanda, que no puede considerarse ya como características intrínsecas del sector turístico.

Esta hipótesis central, la existencia de relación entre las características de los turistas y la situación de empleo, se relaciona por tanto con el modelo de desarrollo turístico socio-antropológico, y para contrastarla es necesario hacer referencia a la evolución del mismo. Pero es que además, está estrechamente relacionada con otra hipótesis, que deriva también de la literatura acerca de las formas de organización empresarial. Si, como ya hemos visto, siguiendo a Castillo (1989) y Castells (2000) las condiciones de trabajo en una empresa dependen de la posición de la misma en la red de empresas que elaboran un único producto o servicio final, no puede analizarse la situación de empleo en una empresa turística olvidando la posición que ésta ocupa en la red de empresas que elaboran la experiencia turística. Además, hay que tener en cuenta qué papel tienen las empresas en la división internacional del trabajo turismo.

En definitiva, esta hipótesis de que existe relación entre la situación de empleo en una localidad y las relaciones entre las empresas de esta localidad y las exteriores, así como de las empresas de la localidad entre sí, nos llevaría también a matizar algunos de los supuestos mantenidos acerca del empleo turístico. Siguiendo la división entre “*empresas mano*” y “*empresas cabeza*” que utiliza Castillo (1989), podríamos pensar que lo que habitualmente se identifica como “*malas condiciones de empleo*” en el sector turístico (baja remuneración, baja cualificación) no son algo intrínseco al sector, sino el producto de una división entre empresas con buenas condiciones laborales, situadas en los países emisores de turistas, y empresas con peores condiciones laborales, situadas en los lugares receptores de los mismos. Las conclusiones de Choy (1995) respecto al empleo turístico en Hawai van en esa línea: la falta de posibilidades de promoción en las cadenas hoteleras de ese archipiélago las relacionaba con el predominio de cadenas que concentran los

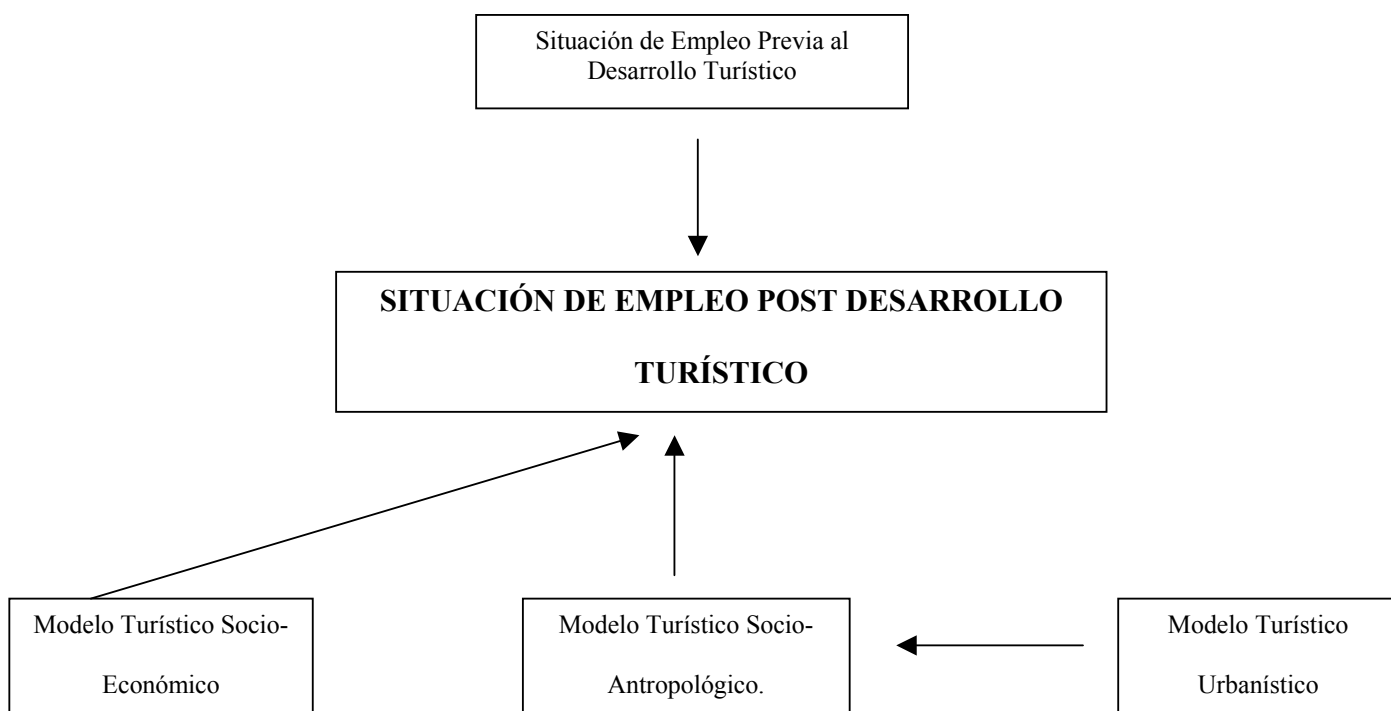
departamentos de mayor cualificación (márketing, planificación) fuera del mismo. Como la mayoría de los estudios se centran en el análisis del empleo turístico en las localidades receptoras, en las que predominan las “empresas mano” podemos pensar que lo que se señala habitualmente como peores condiciones de empleo en el sector turístico en relación a otros sectores (Santana, 1997; Rubio Gil, 2003; Brunet y Belzunegui, 2003) ha de ser interpretado como “peores condiciones de empleo en el sector de *empresas manos* turísticas que en el conjunto de otros sectores”. Lo cual, por definición, parece bastante lógico. En definitiva, creemos que en el estudio de las condiciones de empleo en el sector turístico se han de aplicar las recomendaciones de Castillo (1989) para el conjunto de sectores: recomponer el proceso de producción y situar el sector en su contexto local.

Como hipótesis subsidiaria lógicamente (pero cronológicamente anterior) a la idea de que las características de los turistas inciden en la situación de empleo, planteamos que el modelo de desarrollo urbanístico- turístico incide también en la situación de empleo. En la medida en que las características que adquiere una determinada localidad en el proceso constructivo determinan en gran medida el tipo de demanda turística que podrá acoger, pensamos que esta hipótesis es plausible. Para terminar, la última hipótesis que planteamos acerca de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo es que la situación de empleo no depende sólo de las características del desarrollo turístico, sino también de la situación de empleo preexistente⁶¹. Esta es una hipótesis que, en otros sectores productivos se ha demostrado como muy útil para entender la situación de empleo, si bien en el turismo no se le ha prestado quizá la suficiente atención. Lo que estamos

⁶¹ En realidad, cabe pensar que la situación de empleo pre- existente influye también en el mismo modelo de desarrollo.

afirmando no es más que la extensión de los argumentos de, entre otros, Piore y Sabel (1989) o Castillo (1989), de que no se puede entender la organización de la producción sin hacer referencia al contexto en que ésta tiene lugar. El esquema siguiente muestra estas hipótesis de una manera más gráfica.

Esquema 1: Esquema de Hipótesis.



1.4.2. Estrategia de investigación.

Como ya hemos afirmado, en esta tesis hemos seguido la estrategia del estudio de casos. Esta elección obedece al tipo de hipótesis que hemos planteado, a las lagunas en la investigación sobre el tema, así como a la eficacia demostrada por esta técnica para obtener información relevante en casos similares al que aquí nos ocupa⁶². La elección del estudio de casos como estrategia de investigación (como método) obedece a la “intensidad” de la investigación que requiere el modelo explicativo utilizado. Para explicar la situación de empleo en una determinada localidad hay que hacer referencia al papel que juegan los agentes locales y externos en el desarrollo turístico, a las relaciones entre las empresas locales y entre éstas y la red internacional de producción de bienes y servicios turísticos, a las características del turismo que visita la localidad y a la situación de empleo preexistente. Por tanto, el estudio de casos se impone como técnica de investigación: sólo conociendo las complejas interrelaciones entre estas cuatro esferas para cada caso concreto es posible realizar generalizaciones acerca de las relaciones entre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo.

De cualquier manera, este estudio de caso no agota su sentido en la descripción/ explicación detallada de una realidad concreta, sino que en su comparación con otros casos permite realizar generalizaciones fundamentadas empíricamente, siguiendo las ideas planteadas por Castillo (1989), Osterman (1989) y otros autores, lo que permite huir de las *“generalizaciones con escasa (o ninguna) base empírica que manifiestan, muchas veces,*

⁶² Así por ejemplo, Osterman, (1988), Martín Artiles (1995) o Butera (1988).

más las imágenes y quizá la buena voluntad (...) cuando no el desconocimiento que todavía se tiene de la realidad”(Castillo, 1989:19-20).

Como estudio de casos hemos elegido en esta tesis la localidad de Maspalomas⁶³, en el Sur de Gran Canaria, no sólo por motivos de cercanía personal sino por la pertinencia teórica del caso. El desarrollo turístico del Sur de Gran Canaria presenta algunas particularidades que lo hacen un caso especialmente interesante para contrastar algunas de las hipótesis planteadas respecto a la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo. Desde el punto de vista de las características de los turistas (desarrollo turístico socio- antropológico), el modelo de desarrollo de Maspalomas se basa en un turismo muy poco estacional y constituye, como ejemplo del desarrollo turístico canario⁶⁴, una excepción a los modelos de desarrollo turísticos desarrollados al menos hasta los años noventa del siglo XX. Desde el punto de vista de su desarrollo urbanístico, Maspalomas

⁶³ Es decir, inicialmente del municipio de San Bartolomé de Tirajana, el conjunto de urbanizaciones turísticas conocidas en la actualidad con el nombre genérico de “Maspalomas”. En esta tesis usamos el término “Maspalomas para referirnos al conjunto de urbanizaciones turísticas, residenciales y de servicios, que conforman una conurbación urbana en el extremo sur de Gran Canaria, entre Bahía Feliz (extremo Este) y Meloneras (Extremo Oeste), y que comprende entre otras la playa y urbanización de Maspalomas.

⁶⁴ Como veremos a lo largo de esta tesis, el desarrollo turístico de Maspalomas puede considerarse un “caso extremo” de lo que podría llamarse un modelo de desarrollo propio canario. Las características propias del modelo, como el turismo de invierno, el predominio del sector extrahotelero, el capital local y los mecanismos utilizados para acumular los capitales, están presentes en el resto de localidades turísticas canarias, y si bien es cierto que en los últimos años determinados municipios de Fuerteventura, Lanzarote y el Sur de Tenerife se desarrollan siguiendo pautas distintas a las aquí señaladas, se asemejan a las de otros destinos, por lo que podría decirse que, en cierta manera, abandonan el “modelo canario de desarrollo turístico” para adaptarse a otros modelos. Si Maspalomas puede considerarse un modelo de desarrollo relativamente “atípico” en el contexto español y europeo, su principal particularidad en el contexto canario es la extraordinaria concentración (la tercera parte de las plazas turísticas de Canarias en un solo municipio).

también es un modelo atípico, ya que se basa en el predominio de los establecimientos extrahoteleros y de la construcción en horizontal sobre los hoteleros y la construcción en vertical⁶⁵. También es atípico el que el desarrollo pueda considerarse endógeno, basado en las aportaciones de pequeños ahorradores locales y no de la inversión masiva de compañías trasnacionales, aún tratándose de una sociedad cuya situación de empleo inicial puede considerarse “pre- industrial⁶⁶”. Por tanto, un primer interés que tiene el estudio del caso de Maspalomas es que permite desterrar algunos de los lugares comunes acerca del desarrollo turístico y la situación de empleo. Si al tratar el estado de la cuestión planteábamos la necesidad de superar la idea de que existe una sola vía al desarrollo, estudiar el caso de Maspalomas permite partir justamente de una “vía de desarrollo atípica”, lo que es una muestra de su existencia⁶⁷. Es decir, en el cuestionamiento de la idea de que sólo es posible un modelo de desarrollo turístico a partir de la construcción de grandes complejos hoteleros promovidos, construidos y propiedad de grandes compañías trasnacionales se parte de una constatación: Maspalomas, que es una de las mayores concentraciones turísticas de todo el mundo no ha seguido ese modelo de desarrollo.

⁶⁵ La construcción en vertical ha predominando en el Mediterráneo, y los establecimientos extrahoteleros tanto en éste como en los “nuevos mediterráneos turísticos” (Caribe, Extremo Oriente).

⁶⁶ Así por ejemplo, si bien el desarrollo, por ejemplo, de la Costa Brava, la Costa Azul o el litoral levantino puede considerarse endógeno, por cuanto implica de manera preferente a agentes locales, se trata de sociedades previamente industrializadas. Por el contrario, en lugares como Hawai, o la costa malagueña, que parten de situaciones similares a las de Canarias, el desarrollo es fundamentalmente exógeno. Sobre la Costa Brava y la Costa Azul véase Barbaza (1970). Para el litoral levantino, Vera Rebollo y Monforte Mir (1994). Para el caso andaluz, véase Jurdao Arrones (1992), y para Hawai, Choy (1995).

⁶⁷ Obviamente, somos conscientes de que aquí no hemos justificado suficientemente estas “particularidades del modelo de desarrollo turístico de Maspalomas, pero es algo que haremos a lo largo de los capítulos dedicados a las distintas formas de desarrollo.

Esta misma lógica, así como la representatividad del modelo de desarrollo turístico de Maspalomas, ha llevado a centrar el análisis de la situación de empleo en el sector extrahotelero. Aún cuando se pudiera disponer de tiempo y recursos suficientes para estudiar la situación de empleo en una localidad turística analizando todos los sectores productivos, no se trataría de la decisión más acertada desde el punto de vista metodológico. Si lo que queremos es estudiar cómo influye el modelo de desarrollo turístico que sigue una localidad en la situación de empleo que se da en la misma hay determinados sectores de ocupación que no resultan pertinentes para el análisis. Las condiciones de empleo en el sector público en las localidades turísticas obedecen a criterios que poco tienen que ver con las formas de desarrollo turístico. Si recordamos los cinco consumos a partir de los cuales definíamos el turismo (transporte, alimentación, alojamiento, bienes y servicios y diversiones y espectáculos) es fácil comprender porqué muchos de los estudios sobre el empleo turístico se centran en los establecimientos alojativos, lo que suele denominarse “oferta turística básica”. Mientras que el resto de subsectores pueden atender de manera indistinta a turistas y no turistas⁶⁸ quienes utilizan los servicios de un establecimiento alojativo se convierten, por definición, en turistas, independientemente de su origen geográfico. Por ello, pensamos que analizar la situación de empleo en el subsector alojativo es una buena manera de obtener una idea acertada acerca de la situación de empleo resultante de un determinado modelo de desarrollo

⁶⁸ Por ejemplo, entre los establecimientos de restauración de una localidad se encuentran, además de los que atienden preferentemente a los turistas, aquellos restaurantes que atienden a los trabajadores de la localidad, en algunos de los cuales comí mientras realizaba esta tesis. Lo mismo puede afirmarse del servicio regular de transporte de viajeros por carretera entre Maspalomas y el resto de la isla: además de llevar a los turistas a visitar otras localidades da servicio a muchos trabajadores que se desplazan a Maspalomas a trabajar. Y también a quienes van a hacer una tesis sobre formas de desarrollo turístico y situación de empleo.

turístico. Pese a que el empleo turístico abarque también otros sub- sectores, el carácter central de éste de influye de manera decisiva en la situación de empleo de toda la localidad. La elección del subsector extrahotelero para estudiar la situación de empleo en Maspalomas corresponde tanto a su importancia cuantitativa como a las particularidades del modelo. Como veremos posteriormente, el subsector de hostelería y restauración concentra aproximadamente la mitad de los empleos del municipio de San Bartolomé de Tirajana, y dado que el grueso de la oferta turística de Maspalomas se concentra en el sector extrahotelero parece bastante adecuado analizar la situación de empleo en Maspalomas a partir de la situación de empleo en los establecimientos extrahoteleros.

Una vez elegido el caso a analizar, las técnicas utilizadas han sido escogidas en función de las hipótesis a contrastar. El modelo de análisis utilizado parte de la existencia de relación entre las características del modelo turístico socio- antropológico y la situación de empleo, entre la situación de empleo anterior al desarrollo turístico y la posterior al mismo, entre las características del desarrollo socio- económico y la situación de empleo y por último entre las características del modelo urbanístico y las del modelo socio- antropológico. El cuadro siguiente muestra los conceptos dimensiones e indicadores utilizados, que se reflejan en las técnicas utilizadas⁶⁹. En el próximo apartado pasamos a comentar las técnicas usadas.

⁶⁹ Y especialmente en la Encuesta, que se muestra en el adjunto. Todas las preguntas allí presenten derivan de los indicadores que se muestran en este cuadro. La terminología de conceptos, dimensiones e indicadores corresponde a la utilizada por Quivy y Van Campenhoudt (1992).

Cuadro 4: Cuadro de conceptos, dimensiones e indicadores.

Modelo de desarrollo socioeconómico	Situación de la empresa en la red interna y externa	Situación en la red local de empresas	Tamaño de las empresas
			Estructura de la oferta
			Presencia de Oligopolios
		Situación en la red internacional turística	Número de T.O. se relaciona
			Número de Mercado se relaciona
	Características de las empresas	Tipo de Gestión	Tipo de relaciones
			Comunidad de propietarios
			Cdad y Sociedad de Explotación
		Pertenencia o no a Cadena	Sociedad propietaria y explotadora
		Cambios en la gestión	Tipo de Cadena
Modelo de desarrollo urbanístico-geográfico	Concentración de los promotores/ propietarios	Concentración de la propiedad	Establecimientos sin cambios
	Carácter local foráneos desarrollo		Establecimientos con cambios
Modelo de desarrollo socio-antropológico	Características turistas establecimiento	Tipos de turismos presentes	Relación unidades/ propietarios
			Propietarios por posesiones
			Origen geográfico propietarios
		Especialización oferta	Residencial- Tercera Edad
	Turismo de las Tres S		
	Turismo Familiar		
	Turismo Media Edad		
Situación de empleo	Características de los empleados	Características Demográficas	Presencia e un solo tipo de turismo
		Origen geográfico empleados	Varios tipos sincrónicos
	Características de los empleos	Estabilidad	Varios tipos diacrónicos
		Cualificación	Varios tipos sinc. y diacrónicos
	Mecanismos de acceso al empleo	Formales	Sexo y Edad de los trabajadores
		Informales	Lugar de origen
	Situación del empleo en la sociedad	Trayectoria laboral	Tipo de contrato
			Contrataciones INEM, ACE
			Contrataciones conocidos
			Aspiraciones independencia

1.4.3. Sobre el método y las técnicas de investigación.

Explicar cómo se ha hecho una investigación es, ante todo, explicitar las decisiones que han hecho que la investigación fuera por unos derroteros y no por otros. Aunque se ha puesto mucho énfasis en la necesidad de integrar las perspectivas, lo cierto es que a la investigación sociológica se le presenta la necesidad de elegir entre opciones que suelen presentarse como contradictorias. A un nivel más teórico, las investigaciones suelen optar o bien por centrarse en estudiar cómo las actividades humanas son estructuradas por el mundo social (*"lo que la sociedad hace de nosotros"*) o bien cómo nuestras actividades estructuran al mundo social que nos rodea (*"lo que hacemos de nosotros mismos"*¹). Casi todas las investigaciones *macrosociológicas* se centran en estudiar lo primero, mientras que es en las investigaciones *micro* donde más se tratan los mecanismos mediante los cuales la interacción entre individuos configura las estructuras sociales.

Esta investigación puede entenderse como un estudio *macrosociológico* de cómo la interacción entre los sujetos configura la estructura social. Las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo son estudiadas como consecuencia de la interacción intencional de sujetos que obedecen a determinadas lógicas, y no sólo como la consecuencia de la actuación a- personal, no intencional, de los mercados, que desde una perspectiva economicista son vistos como "los sujetos" de una Economía sin más sujetos

¹ Giddens expresa estas ideas de la siguiente manera: "La labor de la sociología es investigar la conexión que existe entre "lo que la sociedad hace de nosotros" y "lo que hacemos de nosotros mismos". Nuestras actividades "estructuran"- dan forma- al mundo social que nos rodea, y, al mismo tiempo, son estructuradas por él" (Giddens, 2000:32).

que ellos². El desarrollo turístico y la situación de empleo en Maspalomas, en último término las vidas de personas concretas que se divierten o trabajan en la localidad, no se estudian como variables meramente dependientes de la evolución mundial del turismo, los cambios en la regulación del trabajo, la evolución de la economía internacional o la globalización. La interacción entre sujetos sociales que intentan conservar o mejorar sus posiciones en la estructura social determina también esta misma estructura. Y el desarrollo turístico y la situación de empleo en Maspalomas son no sólo consecuencia de la situación del contexto (internacional) sino también (y sobre todo) de la interacción de los sujetos que participan en los mismos.

Estas consideraciones de carácter teórico han guiado el trabajo empírico de esta tesis, que se llevó a cabo en diversas fases, a medida que el sujeto- objeto de estudio planteaba nuevos desafíos epistemológicos. En sus primeros planteamientos, ésta fue una tesis ante todo deductiva y teórica, ya que el objetivo era conocer cómo influían las nuevas formas de consumo turístico en las condiciones de empleo³. Sin embargo, ni siquiera los habitantes del remoto sur grancanario son meros objetos pasivos de los cambios sociales. La interacción entre sujetos intencionales con objetivos no siempre coincidentes produce las

² Pero no por ello menos subjetiva. Este planteamiento acerca de las relaciones entre sociología y economía es deudor de las ideas de Bourdieu, que pueden verse magníficamente desarrolladas, para un "campo" relacionado directamente con el desarrollo turístico (el mercado inmobiliario) en Las estructuras sociales de la economía (Bourdieu, 2003).

³ La tesis se centraba en conocer cómo las actividades humanas son estructuradas por el mundo social ("lo que la sociedad hace de nosotros"), en el supuesto de que las grandes tendencias macro sociales, tanto en el consumo (turístico) como en la organización del trabajo, podían acabar determinando las condiciones de trabajo y de vida de los habitantes de un municipio del sur de una isla ultraperiférica de la Unión Europea.

tendencias sociales, que no son meras imposiciones a los sujetos (individuales o colectivos) sino también producto de las relaciones entre ellos⁴. Las condiciones laborales de un sector de actividad en unas coordenadas espacio temporales no pueden deducirse de manera mecánica de las tendencias globales en el consumo y la producción. Antes al contrario, han de entenderse a partir de las interrelaciones entre los agentes locales, y las de éstos con las tendencias externas, que contribuyen a producir y que en cualquier caso modelan en su concreción local⁵. Una vez asumido esto, el planteamiento de la tesis se hizo inductivo-empírico: en lugar de intentar ver cómo aplicar las teorías generales a un caso concreto, se ha intentado analizar un caso concreto para intentar establecer cuáles son los factores que determinan la situación de empleo en una localidad turística. Los tres bloques de factores (desarrollo urbanístico, características de los turistas y situación de empleo) han requerido de aproximaciones bastante distintas. A continuación pasamos a detallar los métodos utilizados para acercarnos a ellos.

En la primera fase de la tesis, el proyecto inscrito inicialmente definía, en función de que recibieran nuevas formas de consumo turístico o turismo tradicional, cuatro tipos ideales de establecimientos alojativos, y pretendía contrastar la existencia de unas condiciones laborales diferentes mediante el estudio de casos, todo ello a partir del bagaje teórico sobre el fordismo, el postfordismo y las nuevas formas de organización de la

⁴ La idea de que la interacción entre los sujetos produce las estructuras que finalmente acaba condicionando la propia interacción entre los sujetos queda expresado en la noción de *campo*, como concepto nexo entre la micro y la macro sociología. Sobre el concepto de campo, además de las obras de Bourdieu referenciadas puede verse Ritzer, 1993: 500-506.

⁵ Es decir, tal y como planteábamos al revisar el estado de la cuestión, para comprender las condiciones laborales hay que hacer referencia a las relaciones entre las empresas locales, así como entre éstas y las externas.

producción por una parte, y las nuevas formas de consumo turístico por otra. Con este objetivo se inició el trabajo de campo, en junio de 2000. La estrategia de investigación era, igual que ha sido la utilizada finalmente, conocer la relación entre situación de empleo y formas de desarrollo turístico en algunos casos para a partir de ahí generalizar. La diferencia es que el planteamiento inicial pretendía poder establecer los modelos a priori, sin analizar en detalle el modelo de desarrollo turístico de Maspalomas. A través de redes⁶ se contactó con el propietario de un complejo de apartamentos de tamaño mediano de Maspalomas. Para comprender el proceso productivo de los establecimientos alojativos se entrevistó a la dirección y a un trabajador de cada uno de los departamentos en los que se organiza el trabajo (partiendo de la ordenanza de hostelería), así como observación de los trabajadores mientras trabajaban. Siguiendo la lógica de casos se inició también el mismo tipo de trabajo en otro complejo extrahotelero, en este caso pequeño⁷. Por último, se realizaron también entrevistas en una cadena hotelera, la mayor de las presentes en Maspalomas, entrevistando al director adjunto comercial de la cadena, así como al director de uno de los establecimientos. En paralelo a estas entrevistas se realizaron también otras dos a “testigos privilegiados”⁸.

⁶ El padre del autor de esta tesis era antiguamente cliente del propietario del complejo, que tiene como ocupación principal la representación en Las Palmas de una multinacional química.

⁷ En este caso, las redes eran también familiares: el padre del autor de la tesis posee un bungalow en dicho complejo.

⁸ Por un lado, desde el punto de vista de la demanda turística, se entrevistó una antigua guía alemana, casada con un canario, y que aportó una visión desde dentro de lo que los turistas buscan (y encuentran) en Gran Canaria. Una vez abandonado el negocio turístico la citada guía puso una tienda de té del que el autor de esta tesis era asiduo. Desde el punto de vista de la oferta turística, una entrevista a una gestora inmobiliaria que lleva varias rentas turísticas de un inversor de Las Palmas, amiga de una hermana del autor de la tesis. En el anexo se detallan las entrevistas realizadas.

Todas estas entrevistas se realizaron como entrevistas abiertas semi- estructuradas. A partir de un guión (que se muestra en el anexo) se pretendía que la persona entrevistada ofreciera información sobre todos los puntos señalados, permitiéndole seguir su propia estructura. La duración media de las entrevistas fue de unas dos horas. El trabajo del primer complejo, en el que se realizó un estudio sobre la organización del trabajo en una empresa extrahotelera, ocupó varios días. Lo que se pretendía con las entrevistas era conocer las características de los turistas y la organización del trabajo. Por otra parte, el carácter semi-estructurado de las entrevistas pretendía también recomponer el sentido subjetivo que daban los propios interesados a sus trayectorias laborales en relación con sus empleos en el momento de realizarse la entrevista. Además de la realización de estas entrevistas, el trabajo en esta primera fase de la tesis incluyó también un análisis detallado de las propagandas turísticas, tanto de los complejos como de empresas no alojativas. Con ello se pretendía encontrar en la orientación hacia el mercado que realizaban los propios empresarios características que pudieran etiquetarse como propias de los modelos de turismo “fordista” y “postfordista”.

Por último, pero no por ello menos importante, en la contrastación de las teorías con la “realidad” de Maspalomas también jugó un papel fundamental el vivir durante más de seis meses en plena zona turística. Las conversaciones informales con mis compañeros y compañeras de clases de alemán o con familiares políticos que trabajan en Maspalomas, la participación en las reuniones del Foro para la Participación Ciudadana Maspalomas Siglo XXI, y en general todo tipo de conversaciones no estructuradas con los sujetos protagonistas de la situación de empleo en Maspalomas, permitieron obtener elementos de significado fundamentales para comprender el sentido que éstos otorgaban a las situaciones

que vivían⁹. Por otra parte, el paseo informal y los viajes en transporte público permitieron contrastar con la observación la información obtenida por otras vías. Todo ello imponía la necesidad de resolver un dilema común a muchas investigaciones: combinar la cercanía a los sujetos estudiados, lo que posibilita la comprensión de los significados subjetivos que estos otorgan a las realidades sociales que viven, con la suficiente distancia para poder llevar a cabo el análisis de la misma¹⁰. Los elementos que permiten “mirar” la realidad de Maspalomas con cercanía son varios, todos ellos relacionados con la propia posición del investigador¹¹. Por otra parte, la posición dentro del sistema tampoco era completamente interna, ya que había suficientes elementos como para tener una visión “desde fuera” de la situación de empleo y el desarrollo turístico de Maspalomas¹².

⁹ Así por ejemplo, estas conversaciones permitieron entender que la abundancia del empleo, real o percibida, permitía entender también algo aparentemente incomprensible desde los marcos teóricos de referencia: el hecho de que los trabajadores eligieran voluntariamente cambiar repetidamente de empresa. Con los esquemas conceptuales del empleo fordista, el empleo estable y de por vida parecía en principio un bien valorado, una conquista de los trabajadores. No resultaba comprensible que fueran los trabajadores los que eligieran abandonar un empleo.

¹⁰ Es necesario “mirar” la realidad de Maspalomas a la vez con los ojos de un turista, para poder “ver” aquello que para los locales pasa inadvertido a fuerza de repetido, y con los ojos de un local, para poder interpretar aquello que vemos y que los turistas no pueden entender en su contexto: *“el sociólogo tiene que construir artificialmente la condición de extraño (que le viene dada de modo automático al antropólogo) si pretende evitar los peligros de la falta de atención provocada por la confianza con el entorno. (...) Cualquier acto de interpretación sociológica introduce una distancia artificial o extrañeza entre el intérprete y el interpretado.* (Berger, P; Kellner, H, 1985, p 70). Un texto que ha servido de referencia acerca de la reflexividad de la investigación social es Ibáñez, 1994.

¹¹ Empezando por las redes familiares: mi abuela paterna es originaria de San Bartolomé de Tirajana, y mi padre tiene varios primos que viven en Maspalomas. Mi padre, desde el año 85, posee un bungalow en la zona del Campo Internacional, en el cual he pasado muchos veranos y fines de semana. Entre los años 85 y 90 mis veraneos y fines de semana coincidieron con la construcción de toda la zona del Campo Internacional, que actualmente concentra el 25% de la oferta alojativa de Maspalomas.

¹² El trabajo de campo de la tesis se llevó a cabo en verano de 2000, tras ocho años de estudio en la Península y muy pocas visitas a Maspalomas. Por otra parte, aún estando conectado a las redes de Maspalomas por

Los resultados de esta primera fase del trabajo de campo de la tesis sirvieron para comprender la situación de empleo en Maspalomas, y es la base empírica que ha servido para redactar el capítulo 6. Sirvió también para replantear la relación entre los modelos turísticos y la situación de empleo. Al analizar las condiciones de empleo, los objetivos perseguidos por las/ os trabajadoras/ as diferían de los que según el marco teórico se les suponía. Analizar las condiciones laborales implica, de manera más o menos explícita, hacer valoraciones sobre las mismas. Y las valoraciones de los empleados no coincidían con las que se derivaban del marco teórico. Para muchos empleados, mejorar sus condiciones laborales no era un objetivo prioritario, ya que su objetivo final era precisamente salirse de la condición de empleados.

Todo ello llevó a replantear la investigación, ya que *“los conceptos sociológicos no pueden ser modelos de pensamiento impuestos desde fuera (...), sino que deben relacionarse más bien con las tipificaciones que ya están en funcionamiento en la situación en estudio. Todas las situaciones humanas tienen un significado o, si se prefiere, están iluminadas por un significado que procede de su interior. (...) Si los seres humanos a los que se aplica un concepto no pueden reconocerse en él (...) entonces el sociólogo se verá obligado a acuñar conceptos nuevos, que serán más apropiados para la situación en cuestión (Berger y Kellner, 1985:76-78).* En definitiva, dado que los conceptos utilizados no se correspondían con las tipificaciones en uso, y que los sujetos no eran capaces de reconocerse en ellos, fue necesario cambiar los conceptos. Los conceptos de fordismo y postfordismo, tanto como modelos turísticos como formas de organización de la

vínculos familiares y de otro tipo no pertenezco a ellas: ni mi familia ni mis amigos residen o trabajan en Maspalomas.

producción, pasaron a un segundo plano, entendidos no ya como modelos antagónicos sino como polos de un continuo en el que lo que predominan son las posiciones intermedias (especialmente en la organización de la producción). El mismo concepto de “condiciones laborales” o condiciones de empleo, que era el que se planteó inicialmente, fue sustituido por el de *situación de empleo*, intentando recoger el hecho de que el trabajo humano y la estructuración social se articula más allá del trabajo asalariado, incluyendo tanto al trabajo doméstico como la percepción de rentas empresariales, y que el empleo ha de entenderse como un medio más que como un fin en sí mismo.

En definitiva, el resultado principal de la primera fase de trabajo de campo fue el replanteamiento de la tesis. De una estrategia deductiva (de las teorías sobre el turismo postfordista a las condiciones de empleo) a otra inductiva, en la que intentamos conocer los factores que determinan la situación de empleo en una localidad. La tarea sociológica parte por tanto de unos significados compartidos por los sujetos y pasa, como señalan Berger y Kellner, por relacionar unos significados con otros y con otros sistemas de significados. Los modelos de desarrollo turístico y la situación de empleo, tal como se han definido finalmente en esta tesis, son conceptos con los que pueden identificarse los sujetos protagonistas del desarrollo turístico y la situación de empleo en Maspalomas. Sin embargo, que los conceptos sociológicos sean compartidos por los actores sociales no implica que se limiten a reproducir los discursos sociales sobre lo social¹³, ya que articulando de manera novedosa distintos significados se pueden producir discursos nuevos.

¹³ Así por ejemplo, cuando se contactó con la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo para llevar a cabo la Encuesta de Establecimientos Extrahoteleros pudo haber diálogo, lo que se constató en la realización de la encuesta. Para los entrevistados tenía sentido no sólo las

En cualquier caso, el planteamiento inductivo de la tesis tiene el riesgo de la inmediatez, que puede llevar a la incapacidad para superar el discurso del sentido común sobre lo social: “el hecho social se conquista contra las prenociones.¹⁴” Como el replanteamiento de la tesis implica relacionar las tres dimensiones del desarrollo turístico con la situación de empleo, el esfuerzo consciente por superar las prenociones se tradujo en contemplar todas las posibles relaciones entre estos fenómenos, incluyendo aquellas en principio descartadas por las explicaciones del “sentido común”¹⁵.

Por todo lo que acabamos de señalar, el planteamiento de la tesis se reorientó hacia el estudio de cómo las formas de desarrollo turístico condicionan la situación de empleo. De las entrevistas realizadas en la primera fase de la tesis se deducía que las características del empleo en Maspalomas dependían, más que del desarrollo de nuevas formas de consumo turístico, de la manera en que en Maspalomas se había desarrollado el turismo. En concreto,

preguntas que se les pudieran plantear (eran comprensibles) sino la misma estructura de la encuesta. Una encuesta impone a los encuestados el discurso articulado del investigador sobre el problema, a diferencia de la entrevista que le permite articular el propio discurso. Al interrogar a los encuestados sobre tres grandes bloques de preguntas, características de la gestión del establecimiento, características de los turistas y características de los empleos, se les planteaba una problemática que inicialmente no compartían: en la mayoría de casos no se habían planteado la relación entre estos aspectos. Sin embargo, eran capaces de relacionar estos conceptos, ya que tenían sentido (significado) para ellos. Pensamos que el sociólogo puede imponer nuevas articulaciones entre los significados, pero no nuevos significados.

¹⁴ Usando terminología propuesta entre otros por Bourdieu, Chamboredon, Passeron, 2001

¹⁵ Como resultado de este trabajo, en octubre de 2000 se presentó en las I Jornadas Ciudadanas de Economía Sostenible de Canarias la ponencia titulada “*Sobre el futuro de nuestro modelo turístico. ¿Sostener o soportar? Los falsos mitos del turismo en Gran canaria*”, y en la que se presentaban al público discursos alternativos a varios de los mitos más recurrentes sobre el turismo en Canarias: 1) que el turismo está en manos de unos pocos, 2) que está en manos de los mismos de siempre 3) que el dinero del turismo se va en su mayoría fuera y 4) que el modelo turístico viene impuesto desde fuera.

había indicios para pensar que el desarrollo en base a establecimientos alojativos en que la propiedad está fragmentada en comunidades de propietarios y la gestión no necesariamente coincide con la propiedad podría determinar las características de la situación de empleo, que estaría influida también por las características del turismo y del tejido empresarial (lo que se relaciona directamente con lo anterior). Para poder contrastar esta hipótesis se dividió a efectos analíticos el desarrollo turístico de Maspalomas en tres ámbitos. Por un lado se estudiaron las características del desarrollo urbanístico de Maspalomas (capítulo 3), por otro lado las características de los turistas que visitan Maspalomas y su evolución (capítulo 4), las características del tejido empresarial turístico surgido (capítulo 5). Como ya hemos señalado, respecto a las características de la situación de empleo se aprovechó la información obtenida en la fase anterior. Por último, se pusieron en relación todas estas variables. A continuación los métodos y técnicas utilizados en cada uno de estos capítulos.

Para estudiar el desarrollo urbanístico turístico de Maspalomas (capítulo 3), se recurrió a varias fuentes de información. En primer lugar, la consulta de la bibliografía existente permitió un primer acercamiento al desarrollo turístico urbanístico de Maspalomas, si bien desde una perspectiva distinta a la utilizada en esta tesis. Para profundizar en el análisis, el Archivo de la Dirección General de Planeamiento, Islas Orientales, de la Consejería de Política Territorial y Medio Ambiente, en Las Palmas de Gran Canaria, permitió seguir el proceso de construcción en mayor detalle e identificar los agentes y mecanismos intervinientes. Por último, el análisis de la Base de Datos de Establecimientos Extrahoteleros del Servicio de Ordenación e Infraestructura Turística del Cabildo de Gran Canaria permitió reconstruir, a partir de la fecha de apertura de los

establecimientos actualmente abiertos la evolución del proceso de apertura de la oferta turística. El tratamiento que se hizo de esta información fue de estadística descriptiva¹⁶.

En cuanto al desarrollo socio- antropológico del turismo (capítulo 4), las fuentes de información usadas fueron tanto cuantitativas como cualitativas. Para conocer las características de los turistas que visitan Maspalomas se usó la Encuesta del Gasto Turístico en Canarias del ISTAC, en sus diversas ediciones. Esta encuesta y las estadísticas de turismo receptivo de la Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias permitieron cuantificar la importancia de los distintos grupos de turismo que visitan Maspalomas, así como algunas de sus características¹⁷. Otras características de los turistas y la tipología de los turismos se construyeron a partir del marco teórico y de la información obtenida de entrevistas, tanto las realizadas en la primera fase de la tesis como las que se hicieron en verano de 2002, así como de la encuesta realizada entonces (ver más adelante). Por último, la información se complementó con la observación de las características de los turistas en la visita a los establecimientos, y con la propaganda recogida en ese mismo período.

¹⁶ Dado que no presenta mayor complejidad, no se entra en detalle sobre el mismo. Este trabajo se llevó a cabo en la segunda mitad del año 2001. Como fruto del mismo se coordinó un taller sobre Modelo Turístico en La Laguna (Tenerife), y se presentó la Memoria de Investigación de la Beca Sobre Turismo y Territorio a la Fundación César Manrique (Santa Turégano, 2001), que facilitó económicamente esta parte de la tesis.

¹⁷ Este trabajo se realizó en la segunda mitad de 2001 y sirvió también en parte para la realización de la memoria de la Fundación César Manrique. El tipo de tratamiento de la información que se hizo fue también de estadística descriptiva, y dado que no presenta mayor complicación no entraremos aquí en detalle, remitiéndonos a las notas a pie de página.

En cuanto al desarrollo socio- económico del turismo en Maspalomas (capítulo 5), las fuentes de información utilizadas fueron la Base de Datos de Establecimientos Extrahoteleros, del Servicio de Infraestructura Turística del Cabildo de Gran Canaria, en lo referente a los establecimientos alojativos, y la Base de Datos de la Cámara de Comercio de Las Palmas, la Base de Datos de Asociados de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas, en lo referente a las empresas. Además, se utilizó la información extraída de las entrevistas realizadas en tanto en la primera como en la segunda fase de la tesis, así como la de la Encuesta de Establecimientos Extrahoteleros de Maspalomas. Esta encuesta fue la fuente principal de información para la realización del capítulo 7, así como de algunas de las informaciones fundamentales de los capítulos 3, 4 y 5. A partir del replanteamiento de la tesis, el marco teórico señalaba tres bloques de factores, a saber, características del capital, del empleo y de los turistas, como factores que se interrelacionan para producir la situación de empleo en la actualidad. En el esquema que se adjunta en el anexo se muestran las relaciones previstas entre los diferentes conceptos. Estos conceptos se desglosaron en diferentes dimensiones e indicadores, según el cuadro que ya vimos, y que fueron los que sirvieron para elaborar las preguntas incluidas en la encuesta. Sin embargo, la necesidad de obtener una información significativa hizo descartar algunos de los mismos, que finalmente no aparecen en el cuestionario.

Para llevar a cabo la encuesta se contactó con la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas. El interés de esta asociación empresarial llevó a

incluir algunas preguntas nuevas en el cuestionario¹⁸, y gracias a sus contactos y a su infraestructura se llevó a cabo la encuesta. La encuesta incluye información sobre los establecimientos, los propietarios y los trabajadores de los mismos. Finalmente se encuestaron a 100 empresas, que corresponden a 184 establecimientos, y que concentran a más de la mitad de las plazas extrahoteleras de San Bartolomé de Tirajana. Por ello, y aunque la muestra no es representativa estadísticamente¹⁹, creemos que se puede considerar cualitativamente representativa. Aún es más, para muchas de las cuestiones cruciales consideradas la muestra puede considerarse representativa, ya que al hablar de propietarios o de empleados en el sector extrahotelero la unidad de análisis (los propietarios o los empleos) varía, y en estos casos se amplían los universos con lo que la muestra de la que se ha extraído la información, que abarca casi siempre a más de la mitad del universo, puede considerarse representativa. En cualquier caso, en el anexo metodológico se incluyen algunas cifras sobre la representatividad de la encuesta.

¹⁸ Que se pueden ver en el cuestionario que se adjunta como anexo y que no corresponden a cuestiones planteadas en esta tesis y que por lo tanto no se tratan aquí.

¹⁹ Siendo el universo finito (un total de 405 establecimientos alojativos) la muestra para ser representativa tendría que abarcar a la práctica totalidad de los establecimientos.

1.5. Conclusiones acerca del planteamiento teórico- metodológico.

El Estado de la cuestión acerca de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo permite establecer algunos puntos que son los que han servido para elaborar el planteamiento teórico- metodológico seguido en esta tesis. Antes de entrar en el desarrollo de la tesis en sí pasamos a continuación a desarrollar éstos.

En primer lugar, parece obligado, al tratar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo hacer referencia a las crisis que experimentan en los últimos años tanto el modelo de crecimiento basado en la producción y el consumo masivo desarrollado durante los últimos 50 años como el mismo concepto de desarrollo o la situación de empleo en las sociedades capitalistas. Es necesario abandonar una visión reduccionista que tiende a ver como posible una única vía de desarrollo, y aportaciones como las de Piore y Sabel (1989) plantean desde hace ya bastante tiempo (aunque no siempre con éxito) remarcan la necesidad de estudiar los modelos de desarrollo como expresión refractaria de la distribución del poder en la sociedad. En la línea de intentar superar visiones reduccionistas, el concepto de “situación de empleo”, que es el concepto que aquí utilizamos para acercarnos a las condiciones laborales, intenta responder a los cambios en el trabajo, que son de tal calado que obligan a intentar plantear nuevas herramientas hermenéuticas para su estudio. De manera muy resumida, lo que plantea este concepto es que no se puede entender las condiciones de empleo en una sociedad de manera aislada del papel que juega el empleo en la misma.

En segundo lugar, el estudio de los modelos de desarrollo turístico permite constatar que existe una diversidad de modelos, lo que coincide con lo visto anteriormente acerca de los modelos de desarrollo en general. Ahora bien, aunque en la literatura se puede constatar la existencia de diversos modelos de desarrollo turístico, a la hora de analizar el empleo turístico frecuentemente se hace abstracción de estas diferencias, generalizando como si sólo existiera un modelo. Es decir, pese a que se describen diversos modelos turísticos sólo se habla del empleo turístico como si fuera único.

Todo ello plantea un importante cuestionamiento acerca del conocimiento existente sobre el empleo turístico. Al analizar como un todo lo que en realidad son varias partes, pueden estarse estableciendo relaciones espurias entre fenómenos. Así por ejemplo, se afirma frecuentemente que el empleo turístico es estacional, de baja cualificación y remuneración, que no provee de importantes oportunidades de desarrollo profesional. Sin embargo, al no existir estudios detallados acerca de diferentes realidades puede pensarse que lo que se está considerando como propio del empleo turístico (de una situación de empleo generada por el turismo) puede ser en realidad consecuencia de las particularidades de los modelos analizados. En particular, surge la cuestión de hasta que punto la “mala calidad” del empleo turístico, según el enfoque con el que suele contemplarse, no obedece más al tipo de servicios producidos (masivos y de bajo coste) que a una particularidad propia del sector (aparte de que puedan existir ciertos prejuicios hacia el turismo, como señalan entre otros Rubio Gil 2003). Y, por otra parte, a la división internacional del trabajo entre empresas turísticas, de manera que lo que se analiza como “empleo turístico” puede ser en buena parte el empleo de las “empresas mano” del sector turístico, siguiendo la terminología de Castillo (1989).

En definitiva, siguiendo las aportaciones de los autores considerados pensamos que las relaciones entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo han de analizarse teniendo en cuenta cuatro factores, el papel que juegan los touroperadores y los agentes locales en el desarrollo urbanístico turístico, las características de los turistas, la posición de la localidad turística en la red internacional de prestación de servicios turísticos, así como la red de empresas locales que prestan estos servicios, y por último la situación de empleo preexistentes. Siguiendo las aportaciones de Castillo (1989), pensamos que la única manera de hacer estudios rigurosos acerca de esta cuestión, y superar así las “generalizaciones concretas”, sin fundamento empírico, es mediante la realización de estudios de casos.

Por ello, esta tesis se plantea como un estudio de casos de la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo en Maspalomas (Sur de Gran Canaria). Las particularidades de esta localidad, como el carácter poco estacional del turismo y el modelo de desarrollo turístico urbanístico relativamente atípico la hacen especialmente pertinente para el estudio de esta relación. El estudio se hará teniendo en cuenta las tres maneras de entender el desarrollo turístico (urbanístico- geográfico, socio- antropológico y socioeconómico), la situación de empleo y la relación entre todos estos fenómenos. Todo esto es lo que veremos a continuación.

CAPÍTULO II:
EL DESARROLLO TURÍSTICO DE
MASPALOMAS

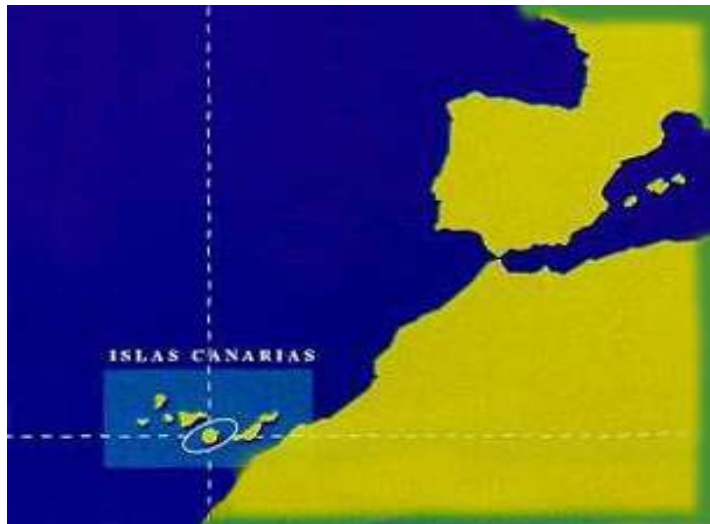
Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

2. EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MASPALOMAS.

Siguiendo la lógica del estudio de casos en esta tesis pretendemos estudiar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo a partir del análisis de las relaciones entre la forma del desarrollo turístico y la situación de empleo en Maspalomas (Sur de Gran Canaria). Para ello, en este capítulo contextualizaremos el desarrollo turístico de Maspalomas, en relación con el desarrollo turístico canario, español y mundial. Veremos la importancia del desarrollo turístico de Maspalomas, que puede considerarse la localidad turística más importante de Canarias, de España, y sin duda una de las localidades turísticas más importantes de Europa y del Mundo.

Para contextualizar el desarrollo turístico haremos referencia a las tres maneras de entender el desarrollo turístico, si bien nos centraremos en los indicadores que hacen referencia a la demanda turística (turistas que visitan la localidad) y a la oferta (plazas turísticas). Teniendo en cuenta las tres perspectivas que hemos considerado, a la hora de valorar la importancia de un destino turístico podrían usarse tres tipos de medidas, una referida al territorio (kms de costa y hectáreas ocupadas por la industria turística), a la demanda (número de turistas) o a la oferta (plazas turísticas, número de empresas y oferta complementarias).

Ilustración 1: Situación del Municipio de San Bartolomé de Tirajana.



Fuente: Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, en internet www.maspalomas-web.org.

Ilustración 2: Situación del Municipio de San Bartolomé de Tirajana.



Fuente: Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, en internet, www.maspalomas-web.org.

2.1. El desarrollo turístico de Maspalomas en la actualidad.

Maspalomas es en la actualidad una de las principales localidades turísticas del mundo. Para el año 2002 podía estimarse que casi dos millones y medio de turistas visitaban cada año Maspalomas, teniendo en cuenta que son cerca de tres millones de turistas extranjeros los que visitan cada año la isla de Gran Canaria. En cualquier caso, antes de situar estas cifras en el contexto español y mundial es necesario hacer algunas aclaraciones terminológicas. Habitualmente suele utilizarse el número de turistas como indicador de la importancia del desarrollo turístico de un país, región o localidad. Aunque se trata del indicador más fácilmente aprensible, y del más utilizado, es inexacto y engañoso. Inexacto porque realmente no existen estadísticas fiables sobre el número de turistas, sino tan solo de viajeros o pasajeros. Y engañoso, porque tampoco permite hacerse una idea adecuada del desarrollo turístico.

Lo que las estadísticas reflejan habitualmente son los viajeros (generalmente extranjeros), lo que incluye tanto a los que viajan por turismo como a quienes lo hacen por otros motivos¹. Por otra parte, el número de turistas, es decir, de personas distintas que

¹ Así por ejemplo, las estadísticas sobre el turismo en Canarias y Baleares, que se realizan a partir de los visitantes entrados por los aeropuertos, incluyen tanto a los turistas de Alemania o Gran Bretaña como a los ciudadanos canarios que han pasado sus vacaciones en esos países y que al volver son contabilizados como "Entrada de Viajeros Precedentes del Extranjero". En el conjunto de los estados, las estadísticas se hacen contabilizando a los extranjeros entrados por todo tipo de fronteras. Así por ejemplo, los emigrantes portugueses en Francia o Marruecos y que pasan por España camino de sus países en las vacaciones son contabilizados como turistas. Este hecho ayuda a entender porqué

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

realizan turismo, sólo sirve como indicador de la importancia del fenómeno turístico en un lugar si se relaciona con la estancia de los turistas en él. Por un aeropuerto pasan cada año varios millones de turistas, y sin embargo si nos acercamos a uno de ellos no podremos encontrar en un determinado momento más que unos pocos cientos o miles. Es decir, si queremos hacernos una idea del volumen de turistas que podemos encontrar en un lugar y momento determinados no hay que tener en cuenta sólo el número de turistas, sino el tiempo que pasan en él.

Por ello, las pernoctaciones, es decir, el número de pernoctaciones realizadas por todos los turistas que visitan la localidad en un año, es un indicador más adecuado de la importancia de la actividad turística en una localidad, ya que indican el número de noches que pasan los turistas en ella. Si decimos que en el año 2.002 hubo más de dos millones y medio de turistas en Maspalomas no sabemos cuántos turistas cabe encontrar en un momento dado. Pese a lo que alguno pueda pensar, que Maspalomas tenga dos millones y medio de turistas anuales no quiere decir que sea una ciudad con dos millones y medio de residentes temporales. Ahora bien, si como veremos posteriormente estimamos que en ese año los turistas realizaron en Maspalomas en torno a 25 millones de pernoctaciones, dividiendo las pernoctaciones entre los 365 días del año podemos estimar que, como media, había unos 68.500 turistas cada día en Maspalomas, obviamente bastante más en los días de temporada alta y menos en la temporada baja.

Francia aparece recurrentemente en las estadísticas como el país con más turistas en todo el mundo. Además de estos inconvenientes, el hecho de que en Canarias los turistas se cuenten en los aeropuertos impide conocer cuántos turistas corresponden a cada localidad.

Por otra parte, y dado que hemos definido al turismo como la realización de cinco consumos, ninguno de los cuáles puede tener lugar sin la presencia de los turistas en los lugares de destino, de ahí el carácter básico de la oferta turística alojativa, las pernoctaciones, como indicador de la actividad alojativa, pueden considerarse también un mejor indicador de la actividad turística en su conjunto que el del número total de turistas. Para reflexionar acerca de la idoneidad de las cifras de turistas como indicador de la actividad turística es bueno ponerlas en relación con las que se utilizan para otros sectores económicos. Como ya hemos visto, el turismo, como actividad económica, se configura como la conjunción de cinco consumos, uno de los cuales, el alojamiento, es imprescindible para el resto de la actividad turística, es decir, los turistas no pueden comer o consumir en un determinado lugar si no se alojan en él.

El subsector turístico alojativo produce servicios turísticos alojativos, es decir, pernoctaciones, de la misma manera que el subsector de neumáticos de automoción produce neumáticos para vehículos automóviles. Y por tanto, parece evidente que el indicador de la producción de la actividad turística alojativa deberían ser las pernoctaciones. Calcular el número de turistas como indicador de la evolución de la actividad turística sería como calcular el número de vehículos vendidos para conocer la evolución de la producción de neumáticos. Puede dar una idea aproximada, pero bastante inexacta². El número de turistas no es un indicador adecuado de la actividad turística, ya que hay turistas que están en un destino durante dos semanas y otros sólo durante dos días. Pondremos un ejemplo: según el INE (2001:33), en el año 2000 se alojaron en los hoteles

² No es lo mismo la venta de 1.000 camiones, cada uno de los cuales lleva 16 ruedas, que la de 1.000 motocicletas, cada una de las cuales no lleva sino dos ruedas

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

de la ciudad de Barcelona un total de 3.420.551 turistas (viajeros), y en Benidorm 1.235.962. Si utilizamos el número de turistas como indicador de la actividad alojativa hotelera, y en general de la actividad turística, tenderíamos a pensar que la importancia turística de Barcelona es tres veces mayor a la de Benidorm, uno de los destinos vacacionales más importantes de España. Sin embargo, las características de los turistas que visitan estas dos ciudades son muy distintas, correspondiendo a un perfil “vacacional típico” los turistas de Benidorm, con una estancia media de más de una semana, y a un perfil de estancias más cortas los de Barcelona. De manera que en Benidorm se produjeron en ese año 10.520.228 pernoctaciones turísticas, es decir, un 26% más que las 8.351.818 pernoctaciones que se realizaron en Barcelona. Es decir, que la producción de la actividad hotelera de Barcelona no sólo no es tres veces mayor que la de Benidorm, sino de hecho un 26% menor. El uso de un indicador inadecuado (los turistas en lugar de las pernoctaciones) pueda dar lugar a importantes errores a la hora de valorar la importancia de los destinos turísticos.

Otro indicador que suele utilizarse para cuantificar la importancia de la actividad turística es el número de plazas alojativas. Aunque se trata de un indicador menos engañoso, es también inexacto. Volviendo al ejemplo del sector automovilístico, es como si calculáramos el número de máquinas instaladas como indicador de la producción. Como es obvio, la producción no depende sólo del trabajo y de las instalaciones, sino también de la productividad, lo que en el subsector turístico alojativo viene representado por el índice de ocupación. Para entender esto volveremos a poner un ejemplo: según el INE, (2002^a, 2002b), en Canarias estuvieron abiertas una media de 370.651 plazas turísticas, entre apartamentos y hoteles, cifra que fue de 236.420 plazas para Baleares. ¿Podemos afirmar

por tanto que la actividad turística de las Canarias es un 64% más importante que la de Baleares, según se deduce de la diferencia en plazas alojativas?. Si tenemos en cuenta que las pernoctaciones totales fueron de 59.058.033 para Baleares y de 84.290.573 para Canarias tenderíamos a afirmar que no, que la diferencia es de sólo un 42%, ya que el índice de ocupación (la productividad) es algo más elevada en Baleares.

Además de la influencia del índice de la ocupación en el volumen total de la actividad turística, el carácter estacional de la misma, especialmente en algunos destinos, hace que la utilización de las plazas como indicador de la misma se preste a importantes confusiones según el indicador que se utilice. En muchos casos para comparar la importancia de la actividad turística en dos destinos se utiliza como indicador el total de plazas, es decir, sería más importante turísticamente aquel destino que concentra más plazas. Lamentablemente, con demasiada frecuencia se compara las cifras de plaza sin tener en cuenta el carácter estacional del turismo, ni la desigual duración de las temporadas en los distintos destinos. Volviendo al ejemplo anterior, en agosto de 2002 había en Baleares un total de 403.010 plazas turísticas, por las 368.589 que había en Canarias en el mismo mes³. Y sin embargo las pernoctaciones totales anuales eran más en Canarias. Por la necesidad de concentrar en un corto período de tiempo lo que en otros lugares se reparte a lo largo de todo el año, cabe pensar que los destinos más estacionales puedan parecer intuitivamente más importantes que los de estacionalidad menos acusada. En definitiva, por todo esto pensamos que el indicador más adecuado de la actividad turística son las pernoctaciones.

³ Estos datos se han obtenido sumando los facilitados por el INE para los establecimientos hoteleros y los apartamentos turísticos por separado (INE, 2002e, 220f).

En cualquier caso, sea cual sea el indicador que se utilice, podemos afirmar que Maspalomas es una de las principales localidades turísticas de España, de Europa e incluso del mundo. Para ponderar la importancia del fenómeno turístico en Canarias suele darse como indicador la cifra de 12 millones de turistas que como media visitan cada año en Canarias, y por ello nos referiremos a continuación a la cifra total de turistas pese a que ya hemos visto que no es un indicador idóneo de la actividad turística. Si calculamos la cifra a partir de los viajeros registrados en los establecimientos turísticos, podríamos estimar que algo menos de 10 millones de turistas visitaron Canarias en el año 2002, es decir, 9.559.486 personas, nacionales o extranjeras, realizaron estancias en establecimientos alojativos turísticos (hoteles, apartamentos o camping), tal y como se detalla en la tabla.

Tabla 2-1: La actividad turística en España, 2002. Viajeros totales (nacionales y extranjeros) por CCAA.

	Apartamentos	Hoteles	Camping	Total Turismo	
	Viajeros	Viajeros	Viajeros	Viajeros	% España
Andalucía	721.354	11.453.435	961.207	13.135.996	17,55
Baleares	986.561	6.290.517	22.911	7.299.989	9,75
Canarias	4.780.097	4.765.820	13.569	9.559.486	12,77
Catalunya	623.215	10.609.822	2.354.863	13.587.900	18,15
C. Valenciana	799.859	485.000	601.602	1.886.461	2,52
Total	7.911.086	33.604.594	3.954.152	45.469.832	60,74
España	8.892.287	59.976.957	5.992.325	74.861.569	100,00

Fuente: Elaboración Propia con datos de INE 2002(a), 2002 (b) y 2002 (c)⁴.

Como podemos ver, existe una diferencia importante entre los 12 millones que se cifra habitualmente en los medios la afluencia anual de turistas a Canarias y los menos de

⁴ En realidad a estas cifras habría que añadir los viajeros alojados en alojamientos de turismo rural, que son 20.608 en Canarias y 1.371.395 para toda España (INE, 2002d). Dado que se trata de una cifra insignificante (20.000 sobre un total de casi 10 millones de viajeros) no se han incluido en la tabla para no hacer más engorrosa la lectura. En cualquier caso, señalaremos que, a diferencia de lo que sucede en otras Comunidades Autónomas, donde el turismo rural tiene una clientela predominantemente local, en Canarias, igual que en Baleares, también el turismo rural es mayoritariamente extranjero.

10 millones de viajeros alojados a lo largo del año 2002 en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros del archipiélago. La cifra de 12 millones de turistas es una estimación que se realiza a partir de los datos facilitados por la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias (Gobierno de Canarias, 2003a), que a su vez reelabora los datos facilitados por AENA, y que se elabora sólo a partir de los turistas extranjeros (unos 10 millones) a los que se añade la estimación de unos dos millones (aproximadamente) de turistas españoles. Es decir, en realidad lo que esta cifra cuenta son pasajeros provenientes de los distintos países, independientemente del objetivo de su viaje o incluso de su origen⁵.

Tabla 2-2: Turistas extranjeros por Islas, Canarias 2002.

	Turistas	%
Tenerife	3.659.397	37,42
Gran Canaria	2.886.791	29,52
Lanzarote	1.781.374	18,22
Fuerteventura	1.332.012	13,62
La Palma	118.929	1,22
Total Canarias	9.778.503	100,00

Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canarias, 2003a.

La importante diferencia entre los pasajeros de las líneas aéreas y los viajeros alojados en los establecimientos alojativos se debe, obviamente, a que no todos los pasajeros que llegan a los aeropuertos canarios (en este caso, provenientes del extranjero) se alojan en establecimientos alojativos. En algunos casos porque se trata de ciudadanos canarios, que no utilizan los establecimientos alojativos de las islas por motivos evidentes. En otros casos se puede tratar de ciudadanos de otros lugares que se alojan en el domicilio

⁵ Un canario que se desplaza a Alemania, por motivos de turismo o cualquiera otro, y vuelve a Canarias por vía aérea, es contado a su vuelta como un turista más proveniente de Alemania.

de amigos o familiares, en sus segundas residencias o en establecimientos que, por los motivos que sean, carecen de licencia de apertura completamente en vigor⁶.

En el transcurso del trabajo de campo realizado en el verano de 2002 se detectó la existencia de dos fenómenos de “ilegalidad” relativamente distintos. El cotejo de la realidad reflejada en las estadísticas oficiales del Cabildo de Gran Canaria (y por ende, del Gobierno de Canarias y del INE) con la realidad física que se podía encontrar en las calles de las urbanizaciones de Maspalomas permitió constatar que existe un número no significativo pero tampoco despreciable de establecimientos ilegales. En teoría, todos los establecimientos alojativos, para funcionar como tales, deben tener la licencia de la administración correspondiente y figurar en la base de datos de la misma (en este caso, el Cabildo). Y sin embargo, existen en la realidad (y en el trabajo de campo se comprobó empíricamente) establecimientos que en las estadísticas oficiales no existen. En algunos casos se podía pensar que por ser de apertura reciente estaban aún en trámite de obtener la licencia, pero en otros se veía por la antigüedad de las instalaciones que no se trataba de una cuestión de carencia de tiempo material para haber obtenido la licencia. El otro tipo de “ilegalidad” detectada tiene que ver con el uso de las segundas residencias (de canarios o foráneos) como establecimientos alojativos extrahoteleros pero sin contar con la

⁶ Los datos de pernoctaciones que facilita el INE se corresponden con los establecimientos que figuran en los listados oficiales de establecimientos de las Comunidades Autónomas. En el caso de Canarias, la inspección de los establecimientos alojativos corresponde a la dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística, de la Consejería de Turismo y Transportes, si bien son los Cabildos los que tramitan las licencias. Existen sin embargo muchos establecimientos alojativos que no figuran en las estadísticas oficiales, ya que carecen de la correspondiente licencia de apertura como establecimientos alojativos, en algunos casos porque están en trámites de obtenerla y en otros porque sencillamente funcionan al margen de la legalidad vigente.

correspondiente licencia⁷. Las diferencias (12 millones de pasajeros, 10 millones de turistas alojados) pueden servir para hacerse una idea de la magnitud del fenómeno.

En cualquier caso, como ya hemos afirmado, aunque es interesante conocer las cifras totales de turistas, entre otros motivos porque las estadísticas internacionales hacen referencia a ellas y no es posible hacer comparaciones internacionales utilizando otros indicadores, ya hemos argumentado que el mejor indicador de la actividad turística son las pernoctaciones. Como podemos ver en la siguiente tabla, en 2002 se realizaron en los establecimientos turísticos de Canarias un total de más de 84 millones de pernoctaciones, lo que supone más de un 25% del total de las pernoctaciones turísticas que se realizaron en España durante ese año. Como podemos ver comparando las dos tablas, es importante la distinción entre viajeros (turistas) y pernoctaciones. Si bien Canarias concentra a más del 12% de los turistas (viajeros) de España, ello no da una idea real de la importancia de la actividad turística canaria, que concentra una cuarta parte del total de las pernoctaciones. Para hacerse una idea de la importancia de la concentración de la actividad turística en España basta pensar que sólo los dos archipiélagos, Baleares y Canarias, concentran casi la mitad de la actividad turística, y que entre estos dos archipiélagos y Catalunya acaparan casi el 60% de las pernoctaciones⁸.

⁷ Se trata de un fenómeno que se relaciona con la fragmentación de la propiedad de la planta extrahotelera, por lo que lo retomaremos más tarde.

⁸ Si bien, como podemos ver en la tabla, se trata de actividades turísticas bastante distintas, con un gran peso de los camping en Catalunya, de los apartamentos en Canarias y de los hoteles en Baleares.

Tabla 2-3: La actividad turística en España, 2002. Pernoctaciones por CCAA.

	Apartamentos		Hoteles		Cámpings		Total Turismo	
	Pernoctac.	%	Pernoctac.	%	Pernoctac.	%	Pernoctac.	% España
Andalucía	5.508.198	6,77	35.326.510	15,86	3.821.775	12,26	44.656.483	13,32
Baleares	11.576.035	14,23	47.481.998	21,32	136.327	0,44	59.194.360	17,66
Canarias	47.497.256	58,38	36.791.317	16,52	97.934	0,31	84.386.507	25,17
Catalunya	6.004.378	7,38	36.905.330	16,57	14.672.126	47,07	57.581.834	17,18
C. Valenciana	8.144.203	10,01	20.379.385	9,15	4.849.831	15,56	33.373.419	9,96
Total	78.730.070	96,76	176.884.540	79,44	23.577.993	75,64	279.192.603	83,29
España	81.363.794	100	222.671.466	100	31.171.145	100	335.206.405	100,00

Fuente: Elaboración Propia con datos de INE 2002(a), 2002 (b) y 2002 (c)⁹.

Para tener una idea más inmediata de lo que significan estas cifras de pernoctaciones turísticas, basta dividir el total anual de pernoctaciones entre el número de días del año. De esa manera, podemos deducir que los más de 335 millones de pernoctaciones al año en España se traducen en una media de 918.373 turistas por día. En Canarias, la cifra sería de 231.195, cerca de 162.000 y 157.000 para Baleares y Catalunya respectivamente. Basta relacionar estas cifras con las de población para hacerse una idea de lo que representa el fenómeno turístico en el conjunto del Estado y en las distintas Comunidades Autónomas. En España, a una población de 40.847.371 millones de habitantes (según el Censo 2001 del INE) habría que sumar la presencia diaria (como promedio) de casi un millón de turistas. En Canarias, con una población de derecho de 1.694.477 habitantes (siempre según los datos del Censo del INE), la población residente real se acercaría a los dos millones, ya que los 231.000 turistas representarían más de un

⁹ En realidad a estas cifras habría que añadir los viajeros alojados en alojamientos de turismo rural, que son 20.608 en Canarias y 1.371.395 para toda España (INE, 2002d). Dado que se trata de una cifra insignificante (20.000 sobre un total de casi 10 millones de viajeros) no se han incluido en la tabla para no hacer más engorrosa la lectura. En cualquier caso, señalaremos que, a diferencia de lo que sucede en otras Comunidades Autónomas, donde el turismo rural tiene una clientela predominantemente local, en Canarias, igual que en Baleares, también el turismo rural es mayoritariamente extranjero.

13% de la “población real¹⁰”. Ahora bien, como en esta tesis estamos analizando el desarrollo turístico de Maspalomas como caso significativo para analizar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo es necesario también conocer la concentración de la actividad turística no sólo por Comunidades Autónomas sino por islas y localidades. Es una tarea complicada por la escasez de estadísticas disponibles. Por provincias las cifras disponibles hacen referencia al año 2000. En ese año, que fue muy bueno para el turismo canario¹¹, la participación de Canarias en el total de pernoctaciones turísticas de España ascendió hasta más el 26%, correspondiendo un 16,77% a la provincia de Las Palmas de Gran Canaria, más turística al ser las tres islas que la componen fuertemente turísticas, y un 9,32% a la provincia de Santa Cruz de Tenerife, menos turística al contar con sólo una isla fuertemente turística.

Tabla 2-4: La actividad turística en España: pernoctaciones totales por provincias y composición.

	Pernoctaciones	% Total	Hoteles	Apartamentos	Camping	% Extranjeros
Baleares	67.802.146	19,64	78,80	20,97	0,24	90,71
Las Palmas de GC	57.919.228	16,77	35,29	64,69	0,02	92,93
Santa Cruz de TF	32.183.297	9,32	53,79	46,18	0,03	85,00
Alicante	22.011.600	6,38	65,88	24,20	9,92	60,90
Girona	20.905.657	6,05	54,96	11,92	33,12	70,61
Barcelona	20.560.218	5,95	82,36	2,72	14,93	62,66
Málaga	20.237.609	5,86	74,49	20,66	4,85	72,13
Madrid	14.058.504	4,07	90,02	5,32	4,66	47,78
Tarragona	12.810.989	3,71	51,74	21,79	26,47	59,24
Almería	5.505.241	1,59	74,73	15,10	10,17	55,39
Total Provincias	273.994.489	79,35	45,07	25,31	6,76	57,08
Total España	345.276.914	100,00	65,79	25,89	8,32	45,29

Fuente: Elaboración propia con Datos de INE, 2001.

¹⁰ Es decir, de cada 100 personas que encontráramos en Canarias 13 sería turistas.

¹¹ En cualquier caso, no olvidemos que en un año relativamente malo como el 2002 la participación del turismo canario se mantuvo en un 25%.

Como podemos ver en la tabla, la concentración de la actividad turística por Comunidades Autónomas se da también por provincias, de manera que sólo 10 concentran casi el 80% de la actividad turística en España. La actividad turística de Andalucía se concentra en la provincia de Málaga, y en mucho menor medida, Almería, mientras que la de la Comunidad Valencia se concentra en la provincia de Alicante. En Catalunya son provincias importantes turísticamente todas menos Lleida. La tabla nos permite esbozar también, siquiera sea de una manera muy superficial, los distintos “modelos turísticos” existentes en España.

En cuanto al origen de los turistas hay que destacar que en el conjunto de España los extranjeros realizan menos de la mitad de las pernoctaciones que se realizaron en el año 2000 en los establecimientos alojativos españoles. Esto tiene que ver con que en las localidades de interior, y en general las menos turísticas, mayoría de pernoctaciones son realizadas por españoles. Entre las provincias más importantes turísticamente se pueden encontrar “modelos” bastante diferenciados. Por un lado, en Madrid, que concentra al 4% de la actividad turística del Estado, predominan las pernoctaciones realizadas por españoles (52%), lo que tiene que ver con que buena parte del turismo que visita la capital es un turismo local, en muchos casos diversificado (congresos, negocios, etc.), que acude a Madrid por motivos variados, además de la existencia de un importante contingente de turismo internacional atraído por motivos culturales o de otro tipo.

En Barcelona pueden encontrarse también algunos de los tipos de turismo característicos del turismo de Madrid, lo que explica la importancia del turismo español también en esta provincia (38%), si bien la situación costera hace que se dé también en

muchas localidades un modelo turístico más cercano al tradicional de “sol y playa”. Por último, otras provincias en que el turismo español es importante, representando más del 40% del total de pernoctaciones, son Almería, Tarragona y Alicante. En estas provincias el turismo realizado por habitantes de otras provincias es muy importante. En el extremo contrario, los españoles representan menos de un 7% de las pernoctaciones en la provincia de Las Palmas de Gran Canaria, cifra que es del 9% para Baleares y del 15% en Santa Cruz de Tenerife.

Si analizamos la composición de las pernoctaciones vemos que el modelo turístico de las distintas provincias es bastante diferenciado. Predominan las pernoctaciones en establecimientos hoteleros en Madrid, Barcelona, Málaga y Almería. En Tarragona y Girona, aunque los hoteles son también muy importantes, acumulando cerca de la mitad de las pernoctaciones, destaca la importancia de los camping en el modelo turístico. Por último, el modelo turístico de Canarias destaca por la importancia del alojamiento extrahotelero en apartamentos y bungalows: casi la mitad en la provincia de Santa Cruz de Tenerife y casi dos terceras partes en la de Las Palmas de Gran Canaria¹². En definitiva, el análisis de las pernoctaciones permite contrastar tanto la importancia del desarrollo turístico

¹² Es muy interesante situar el “modelo de desarrollo turístico canario” en el contexto español para poder comprenderlo mejor. En muchas ocasiones se afirma, por comparación con el modelo de las Canarias Orientales, que el modelo de Tenerife se basa en el alojamiento hotelero (Medina Muñoz, 1998). Pues bien, como ilustra la tabla no sólo es que sea imposible afirmar que predominen los establecimientos hoteleros cuando el reparto es casi equitativo, sino que puesto en el contexto español, que casi la mitad de las pernoctaciones se concentren en establecimientos extrahoteleros es lo que llama poderosamente la atención, y no justamente lo contrario, que el 50% se concentre en establecimientos hoteleros: prácticamente ninguna provincia, salvo Las Palmas de Gran Canaria, tiene menos de un 50% de pernoctaciones hoteleras, y sólo Santa Cruz de Tenerife, y Las Palmas de Gran Canaria, superan el 25% de pernoctaciones en apartamentos.

canario, que concentra a una cuarta parte de la actividad turística española, como las especificidades del mismo, que se centran en el predominio del turismo internacional y del alojamiento en apartamentos.

Desgraciadamente es imposible contar con una estimación exacta de la concentración de la actividad turística a niveles inferiores al provincial, ya que aunque el INE detalla el número de pernoctaciones hoteleras por zonas y puntos turísticos¹³ no se dispone de la cifra para las pernoctaciones en apartamentos. Por ello se ha realizado una estimación, a partir del volumen provincial de las pernoctaciones, que permite afirmar que sólo en la localidad de Maspalomas, es decir, en la costa del municipio de San Bartolomé de Tirajana, se concentra cerca de un 7,25% de la actividad turística de toda España, es decir, en torno a 25 millones de pernoctaciones al año.

La estimación se ha realizado partiendo de que la provincia de Las Palmas de Gran Canaria concentra el 16,77% de la actividad turística de España. Dado que los modelos turísticos de las tres islas que componen la provincia son similares se ha considerado que el reparto de las pernoctaciones por islas puede considerarse proporcional al de los turistas¹⁴. Como Gran Canaria concentra al 48% de turistas que recibe la provincia (Gobierno de Canarias, 2003a), se ha estimado que concentra un 48% del total de pernoctaciones

¹³ Una "zona turística", en la terminología del INE, es "un conjunto de municipios o entidades en las que se localiza de forma específica la afluencia turística, definida por las Consejerías de Turismo de las comunidades autónomas". Un "punto turístico" es "un municipio donde la concentración de la oferta turística es significativa" (INE, 2001:33).

¹⁴ El matiz es importante, ya que, por ejemplo, en la isla de Tenerife donde la estancia media de los turistas es algo inferior a la de Gran Canaria hacen falta más turistas para producir el mismo volumen de pernoctaciones

turísticas de la provincia, aproximadamente 28.276.429 pernoctaciones para el año 2000, algo más de un 8% del total de España. San Bartolomé de Tirajana concentra el 72% de las plazas turísticas de Gran Canaria¹⁵, por lo que puede estimarse en 21.207.322 las pernoctaciones que tuvieron lugar en el año 2000, es decir, el 6,1% del total de pernoctaciones turísticas que se realizaron en España ese año.

Habría otra manera de realizar esta estimación: el INE (2001:33) estimaba que sólo en los establecimientos hoteleros de San Bartolomé de Tirajana se realizaron en el año 2000 un total de 7.813.693 pernoctaciones. Como los establecimientos hoteleros representan aproximadamente un 25% de la oferta alojativa del municipio, si multiplicamos por cuatro las pernoctaciones hoteleras nos da un total de 31.254.772, es decir el 9% del total de España. Pero dado que el índice de ocupación en los establecimientos extrahoteleros es menor que en los hoteleros, cabe pensar que la cifra no sea tan elevada. En cualquier caso, se puede estimar que el total de pernoctaciones en San Bartolomé de Tirajana en el año 2000 estuvo entre los 21 millones, cifra obtenida según la estimación anterior, y los 31 millones que se estiman por esta vía. Por ello hemos tomado como cifra intermedia la cantidad de 25 millones de pernoctaciones, lo que corresponde aproximadamente al 7,25% del total de pernoctaciones de España.

¹⁵ Sin embargo, cabe pensar que concentre una parte mayor de las pernoctaciones, pues el índice de ocupación es más elevado en San Bartolomé de Tirajana que en Mogán o Las Palmas de Gran Canaria, los otros dos municipios en que se concentra la actividad turística grancanaria. Por tanto, estimando que Maspalomas concentra cerca del 75% de la actividad turística de la isla, ello da una cifra de 21.207.322 pernoctaciones en el municipio en el año

2.2. El desarrollo turístico de Maspalomas en su contexto.

Aunque no sean cifras exactas, la estimación de la importancia global de la actividad turística en Maspalomas resulta de crucial importancia a la hora de valorar el modelo y el desarrollo turístico de la localidad. Si hemos estimado que en un sólo municipio (San Bartolomé de Tirajana), en los aproximadamente más de 15 kms de costa que van desde la urbanización de Bahía Feliz a la de Meloneras, se concentra más del 7% de la actividad turística de España, ello quiere decir que en el municipio que hemos escogido para este estudio de casos se concentra más actividad turística que en cualquiera de las principales provincias turísticas españolas salvo en las de Baleares, la propia provincia de Las Palmas de Gran Canaria y la de Santa Cruz de Tenerife. Si recordamos la tabla que detallaba las pernoctaciones turísticas por provincias veremos que en Maspalomas se concentran tantas pernoctaciones como en la provincia de Alicante, que incluye uno de los grandes turísticos playeros españoles (Benidorm), Girona, que comprende la Costa Brava (con localidades como Lloret de Mar) o toda la Costa del Sol, que corresponde a la provincia de Málaga (localidades como Torremolinos, Fuengirola, Marbella o Estepona).

En todo el Estado sólo hay una concentración turística comparable a la de Maspalomas, la de Palma- Calvià, en la isla de Mallorca¹⁶. Pese a que en el conjunto de la

¹⁶ Según los datos de INE, 2001:33, en el año 2000 se realizaron en dicha zona un total de 19.940952 pernoctaciones hoteleras. Estimando que éstas, de acuerdo a la media de la provincia de Baleares, representaban sólo el 78% del total de pernoctaciones turísticas de la zona (ver tabla 2-4), la estimación del total de pernoctaciones turísticas en la zona estaría

116

isla de Mallorca el volumen de la actividad turística sea bastante mayor al de la isla de Gran Canaria, y pese a que en la isla de Tenerife el volumen total de pernoctaciones pueda estimarse como algo superior al de Gran Canaria¹⁷, ninguna de las zonas turísticas de estas islas concentran una parte tan importante de la actividad como Maspalomas en Gran Canaria¹⁸. Por otra parte, y dado que lo que aquí nos interesa es estudiar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo, hay que tener en cuenta que pese a que la zona de Palma- Calvià tenga una importancia similar a la de San Bartolomé de Tirajana, hay que tener presente que se trata de una zona densamente poblada, que incluye a una de las 10 ciudades más pobladas de España (Palma de Mallorca), que es además capital de provincia y de Comunidad Autónoma, concentrando muchas más actividades además de la turística¹⁹, y por último que incluye dos municipios, lo cual presenta inconvenientes para realizar el estudio del desarrollo urbanístico del turismo, que tiene lugar sobre todo a escala municipal. Este mismo inconveniente se da también en la zona turística del sur de Tenerife,

sobre los 25.000.000 millones de pernoctaciones, cifra similar a la estimada para San Bartolomé de Tirajana.

¹⁷ Anteriormente calculamos que el total de pernoctaciones anuales en Gran Canaria puede rondar los 28-30 millones. Dado que en la provincia de Santa Cruz de Tenerife la cifra se sitúa en unos 32.000 millones, y que la isla de Tenerife concentra la mayor parte de la actividad turística de la provincia, la cifra total de pernoctaciones puede estimarse entre 30 y 32 millones.

¹⁸ Respecto a la concentración de la actividad turística en Gran Canaria hay que tener presente además la superficie de cada isla, dado que el turismo representa un consumo directo de territorio. Mallorca tiene más del doble de superficie que Gran Canaria, y Tenerife un 25% más. Si (siempre utilizando INE 2001 como base) calculamos las pernoctaciones por km² podemos estimar que éstas rondan las 15.400 para Mallorca, 15.500 para Tenerife y 19.600 para Gran Canaria. Si la cifra de pernoctaciones/ km² fuera la misma que la de Gran Canaria, Mallorca concentraría 66 millones (en lugar de los 52 que tenía en 2000), Tenerife 40 millones (en lugar de 32) y toda la actividad turística española podría concentrarse en una superficie de 17.544 km², es decir, el equivalente a Canarias, Baleares y la provincia de Girona.

¹⁹ En definitiva, lo que estamos afirmando es que si bien Palma- Calvià tiene una importancia en el turismo similar a la de Maspalomas, el turismo no tiene un papel tan absolutamente determinante en la economía de la zona capital mallorquina como en Maspalomas.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

al estar dividida en dos municipios (Adeje y Arona). En cualquier caso, la concentración de la actividad turística de la isla de Tenerife en estos dos municipios es inferior a la que se da en la isla de Gran Canaria sólo en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, tal como se puede ver en la tabla (65% frente a 70%), y desde luego muy inferior a la de los dos municipios turísticos del Sur de Gran Canaria. En cualquier caso, se ha optado por realizar el análisis del modelo de desarrollo del municipio de San Bartolomé de Tirajana de manera separada al de Mogán por no constituir una unidad física, y porque como ya hemos dicho la regulación del desarrollo urbanístico del turismo se da en gran medida a nivel municipal²⁰.

Tabla 2-5: Concentración de la actividad turística (plazas) en Gran Canaria y Tenerife, a 31/12/2001.

Gran Canaria			Tenerife		
Zona	Plazas Turísticas	% Isla	Zona	Plazas Turísticas	%
Mogán	31.718	22,86	Adeje	40.877	33,70
S.B.Tirajana	97.536	70,30	Arona	37.892	31,23
Sur Gran Canaria	129.254	93,16	Sur Tenerife	78.769	64,93
Las Palmas GC	8.478	6,11	Puerto Cruz	23.693	19,53
Resto Isla	1.006	0,73	Resto Isla	18.851	15,54
Total Gran Canaria	138.738	100	Total Tenerife	121.313	100

Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canarias, 2002, 2002a.

En cualquier caso, con todo esto pretendemos justificar la elección del caso de Maspalomas en función de su importancia, y no menospreciar a la de estos otros destinos. Siguiendo la lógica del estudio de casos que se ha utilizado en esta tesis, pensamos que sería de gran utilidad analizar la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo en estos otros destinos (Palma- Calvià y Sur de Tenerife) y poder realizar comparaciones entre todos ellos. Aunque pueda parecer extraño, por tratarse de islas de la misma provincia, creemos que además de estudiar estos destinos sería interesante analizar

²⁰ Marrero Rodríguez (1998) analiza el desarrollo turístico de San Bartolomé de Tirajana y de Mogán de manera conjunta, si bien se centra en el empleo. g

la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo en las islas de Lanzarote y Fuerteventura. Hay que tener presente que, siguiendo el mismo cálculo realizado para Gran Canaria, las islas de Lanzarote y Fuerteventura pueden concentrar cerca de un 5 y un 4% respectivamente de la actividad turística en España, en una superficie que es poco más que la mitad de la de Gran Canaria, y con una población que es entre siete y diez veces menor²¹.

2.3. El desarrollo turístico de Maspalomas en el contexto mundial.

La importancia del desarrollo turístico de Maspalomas es tal que la convierten en la principal localidad turística de Canarias y de España. Ahora bien, ¿cuál es la importancia del turismo de Canarias en su contexto? ¿Cuál es la importancia del turismo de Canarias en el mundo? En primer lugar cabe decir que el turismo mundial (internacional) está muy concentrado en Europa: aproximadamente el 60% de todo el mundo.

Tabla 2-6: Turistas internacionales, 1996.

	Turistas	% Total Mundial
Portugal	9.900.000	1,66
España	44.295.000	7,44
Francia	61.500.000	10,34
Italia	35.500.000	5,97
Grecia	9.725.000	1,63
Turquía	7.935.000	1,33
Total Países	168.855.000	28,38
Europa	351.000.000	58,99
Total Mundial	595.000.000	100,00

Fuente: Elaboración propia con datos de Sancho(1998)²².

²¹ Pensamos, en cualquier caso, que el estudio del modelo de Gran Canaria sirve en parte para comprender la situación de estas islas, al compartir algunos rasgos fundamentales del modelo turístico, como el predominio de la oferta extrahotelera. Por lo demás, el carácter pionero del desarrollo turístico de Maspalomas (y el hecho de tratarse de la misma provincia) explica que en muchos de las empresas turísticas que operan Gran Canaria tengan intereses en Lanzarote y Fuerteventura, o que compartan por ejemplo los proveedores.

²² Los datos de Sancho provienen de la Organización Mundial del Turismo (OMT. De los datos aportados por Díaz y Frutos (2003) para el año 2000 puede estimarse que estas cifras siguen siendo aún válidas.

Y si el turismo se concentra en Europa, sólo siete países del Mediterráneo Europeo acaparan el 50% de los turistas de Europa. Según Díaz y Frutos (2003), que utilizan otras fuentes, y el año 1999 como referencia, el 47% de los viajes de los europeos tenía como destino lo que denomina el “Gran Mediterráneo”, que incluye España (32%), Francia (23%), Italia (18%) Grecia (9%), Turquía (6%), Portugal (5%), Túnez (3%), Chipre (2%), Marruecos (2%), Malta (1%), Egipto (1%) e Israel (1%). Dada la diversidad de fuentes que coinciden en datos similares pensamos que éstos se pueden dar como válidos. En definitiva, puede estimarse que uno de cada cuatro turistas del mundo va a la zona del Mediterráneo (incluyendo también Portugal, Canarias y Marruecos). Pese al renombre de destinos exóticos como el Caribe, o el desarrollo reciente de otros como Tailandia, el turismo sigue siendo un fenómeno en ciertos países de Europa. Y dentro de estos países, la concentración también es elevada.

Tabla 2-7: Turistas por Países e islas en la Unión Europea.

Portugal	9.900.000
Madeira	634.024
España	44.295.000
Canarias	11.317.119
Baleares	9.302.900
Francia	61.500.000
Córcega	1.770.000
Grecia	9.725.000
Egeo Superior	148.841
Egeo Inferior	1.298.915

Fuente: Elaboración Propia con datos de Euroisles 2002²³ y Sancho 1998.

²³ Euroisles (European Islands System of Links and Exchanges) es una red de cooperación interregional creada en 1992, por iniciativa de la Comisión de las Islas de la Conferencia de Regiones Periféricas y Marítimas (C.R.P.M.), con la ayuda financiera de la Comisión Europea (D.G. XVI), y que agrupa en la actualidad a las Guadalupe, Martinica, Azores, Madeira, Canarias, Baleares, Córcega, Cerdeña, Sicilia, Vorio
120

La concentración turística que se da en Canarias y en Baleares no tiene parangón a nivel mundial. Sólo las Islas Canarias tenían en 1996 más turistas que Portugal, Grecia o Turquía, bastante más que Túnez u otros destinos más exóticos. Siguiendo una lógica de “embudo” podríamos decir que el turismo mundial se concentra en Europa y países limítrofes. Que dentro de Europa, el turismo se concentra en unos pocos estados, entre ellos España. Y que Canarias y Baleares concentran casi la mitad del turismo de España. En definitiva, Canarias es una potencia turística tan importante o más que otros países que son ya de por sí auténticas potencias turísticas, como Grecia²⁴.

Es importante tener esto en cuenta a la hora de valorar la construcción metodológica del estudio de casos como instrumento de análisis sobre las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo. Al estudiar el caso de Maspalomas no estamos estudiando un caso que pudiéramos considerar periférico y marginal de desarrollo turístico, sino, siguiendo la lógica de embudo que ya hemos planteado, lo que podríamos denominar sin lugar a ninguna duda como uno de los casos más importantes de desarrollo turístico en todo el mundo.

El desarrollo turístico de Maspalomas, que tiene lugar a partir de principios de los años 70, se enmarca en el desarrollo del turismo de masas que tiene lugar en los países

Aigaio, Notio Aigaio y Reunión. La información estadística que facilita proviene de los organismos estadísticos oficiales de estas regiones.

²⁴ Una vez más, tenemos que señalar que el número total de turistas no es el indicador más adecuado sobre la actividad turística, pero a falta de otros indicadores nos vemos obligado a utilizarlo.

occidentales a partir de la mitad de los años cincuenta. Según Montaner Montejano (1998), las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial pasaron de 25 millones en 1950 a 69 millones en 1960, que se convirtieron en 160 millones en 1970 y 190 millones en 1973²⁵. En España, el *boom* se produjo en la década de los sesenta, pasando de 6,1 millones de turistas en 1960 a 20 millones en 1969 y 34,5 millones en 1973²⁶. En Canarias el crecimiento es algo posterior, concentrándose entre finales de los años sesenta y mediados de los setenta. En la isla de Gran Canaria entraron 36.000 turistas en 1960, 466.500 en 1970 y 906.000 en 1975²⁷.

En realidad, el crecimiento del turismo entre los años sesenta y setenta en Gran Canaria obedece a dos fases diferenciadas. En la primera fase, el turismo se desarrolla en torno a la Playa de Las Canteras, en Las Palmas de Gran Canaria, aprovechando la infraestructura urbana existente y la tradicional presencia de cierto turismo de elite (británico sobre todo) desde finales del siglo XIX con la inauguración del Puerto de la Luz. Esta fase se extiende desde los inicios del desarrollo turístico hasta el inicio de la década de los setenta. Según los datos aportados por CIES, 1974, aún en 1973 la oferta hotelera de Las Palmas de Gran Canaria capital era mas de cinco veces superior a la del Sur de la isla (16.923 frente a 3.036 plazas), y no es hasta 1967 que la oferta extrahotelera de Maspalomas supera a la de Las Palmas. Por todo ello, puede situarse en torno a 1970- 1971 el momento de inflexión en que el Sur de Gran Canaria pasa a tener más importancia

²⁵ Montaner Montejano, 1998:112.

²⁶ Montaner Montejano, 1998:93.

²⁷ Datos aportados por Marrero Rodríguez, 1998, citando varias fuentes.

turística que Las Palmas de Gran Canaria²⁸, hasta llegar a la situación actual en que el Sur de Gran Canaria concentra más del 93% de las plazas turísticas de Gran Canaria.

En resumidas cuentas, cabe afirmar que el desarrollo turístico de Maspalomas coincide con el desarrollo del turismo de masas en las décadas de los 1960 y 1970, pero no resulta pionero sino que más bien se enclava en una “segunda línea” del desarrollo turístico. En el contexto europeo fueron las zonas más cercanas a los centros económicos las que iniciaron el desarrollo del turismo de masas (ciertas zonas costeras de Francia e Italia), lo que explica que algunas zonas turísticas como la Costa Brava o Baleares se adelantaran casi diez años al despegue turístico de Maspalomas. En cuanto al contexto canario, Maspalomas sucede cronológicamente a los primeros desarrollos turísticos, centrados en el norte de Gran Canaria y Tenerife (Puerto de la Cruz y Las Palmas de Gran Canaria), y antecede al de Lanzarote, Fuerteventura y algunas zonas del Sur de Tenerife. Lo que constituye una particularidad es que el Sur de Gran Canaria haya absorbido todo el turismo de la isla, a diferencia de lo que sucede en Tenerife, donde el Puerto de la Cruz continúa siendo un centro turístico de primer orden.

2.4. Las etapas del desarrollo turístico en Maspalomas y Gran Canaria.

Maspalomas ha llegado a convertirse en la principal concentración turística de Canarias, de España y entre las más importantes del mundo a lo largo de un proceso que se inició a finales de los años sesenta y ha continuado con altibajos hasta la actualidad. El

²⁸ Martín Martín, 2000:42.

desarrollo turístico de Maspalomas no ha seguido una dinámica lineal, sino que se ha conducido mediante períodos de gran crecimiento seguido de otros de relativo estancamiento. A la hora de analizar el desarrollo turístico de Maspalomas conviene tener presentes dos aspectos, por un lado, el papel jugado por la localidad dentro de desarrollo turístico español y europeo, y por otra parte, el crecimiento contemplado desde la perspectiva interna.

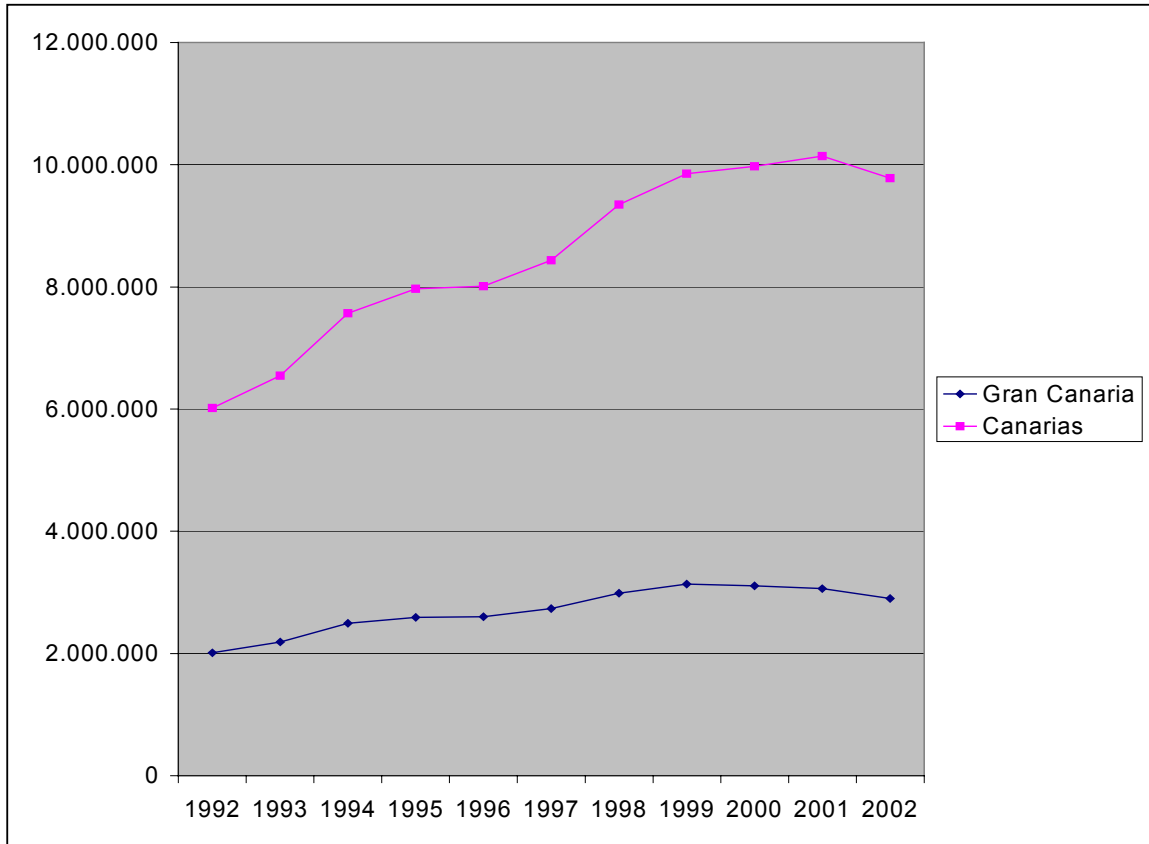
Desde el primer punto de vista hay que reconocer que el peso de Maspalomas en la actividad turística ha disminuido en los últimos años, si bien de manera no muy acentuada. Así por ejemplo, en 1987 la Costa del Sol, la Costa Brava, la Costa de Alicante, Palma-Calvià y el Sur de Gran Canaria concentraron el 39% del total de pernoctaciones hoteleras de España, cifra que se había reducido al 32% en 1998 (Santana Turégano, 2000^a:86²⁹). Si nos ceñimos al archipiélago canario, Gran Canaria ha pasado de concentrar al 33,39% de turistas³⁰ en 1992 al 29,52% de 2002³¹. Esto se debe a que en el último decenio se han desarrollado turísticamente las islas de Lanzarote, Fuerteventura y el Sur de Tenerife, en una medida mayor que el Sur de Gran Canaria, básicamente porque este había alcanzado ya a principios de la década un desarrollo mucho mayor que el resto de las localidades turísticas de Canarias.

²⁹ Se trata de una reelaboración de datos del INE.

³⁰ 2.009.740 del total de 6.019.161 de turistas extranjeros que visitaron Canarias en 1992.

³¹ Como ya vimos anteriormente, 2.886.791 del total de 9.778.503 turistas de Canarias.

Gráfico 2-1: Evolución Número de turistas, Canarias- Gran Canaria, 1992- 2002.



Fuente: Elaboración Propia con datos de Gobierno de Canarias, 2003.

Es destacable, en cualquier caso, que en sólo 10 años el turismo en Canarias se haya incrementado en un 68%, entre los seis millones de turistas de 1992 y los diez de 2001³². Un crecimiento similar se ha dado en Baleares, que ha pasado de 6,27 millones de turistas en 1991 a 9,65 en 2001 (IBAE, 2001:99). La importancia de este crecimiento reciente resalta la necesidad de analizar el desarrollo turístico de Maspalomas por etapas.

³² La cifra de turistas de 2002 era inferior a la de 1999, ya que, como veremos posteriormente, nos encontramos en la actualidad en una fase de estancamiento. Para Gran Canaria, el número total de turistas en 2002 era inferior al de 1998. En los años 2000, 2001 y 2002 se viene registrando cada año menor número de turistas que en el año anterior. Aunque ya hemos dicho que las cifras de turistas no son un indicador exacto, y aunque las diferencias no son muy grandes, creemos que las cifras señalan el estancamiento en el crecimiento del turismo grancanario.

El crecimiento turístico de Maspalomas se ha dado en etapas de una duración media en torno a los cinco años, seguidas de otro período de tiempo de duración similar de estancamiento. El inicio de la primera fase de expansión importante de Maspalomas puede situarse en 1970, cuando al inicio del desarrollo turístico de Maspalomas³³, visitaban Gran Canaria cerca de medio millón de turistas, que prácticamente se habían doblado cinco años después. A esta fase de crecimiento inicial le siguió otra de estancamiento, ya que entre 1975 y 1980, coincidiendo con la crisis del petróleo, los turistas en Gran Canaria crecieron apenas en un 12%. En los años ochenta se experimentó un nuevo crecimiento, que de nuevo prácticamente dobló el número de turistas entre 1981 y 1987. Siguió a este período de expansión otra nueva crisis, entre 1988 y 1992 en que el número de turistas se mantuvo estable. Como ya hemos señalado, el número de turistas se volvió a incrementar enormemente en la década de los noventa. Desde entonces, se ha vuelto a estancar.

Cuadro 5: Las etapas del desarrollo turístico en Gran Canaria, según la demanda.

N	Descripción de la Fase				Número Turistas		Incremento Turistas	
	Caracterización	Inicio	Final	Duración	Inicio	Fin	Absoluto	%
1	Despegue	1.970	1.975	5	498.942	906.000	407.058	81,58
2	Crisis Petroleo	1.975	1.980	5	906.000	1.022.500	116.500	12,86
3	Auge 80's	1.981	1.987	6	1.093.043	1.971.891	878.848	80,40
4	Crisis 90's	1.988	1.992	4	1.989.641	2.009.740	20.099	1,01
5	Auge 90's	1.993	1.999	6	2.186.288	3.136.262	949.974	43,45
6	Crisis 00's	2.000	2.001	1	3.109.066	2.886.791	-225.775	-7,14

Fuente: Elaboración propia con datos de Marrero Rodríguez (1998) y Gobierno de Canarias, 2003.

A la hora de interpretar estos ciclos es necesario referirse a la idea de que ningún sistema de recursos limitado, como el territorio de una isla susceptible de acoger a la actividad turística, puede tener un crecimiento ilimitado. En las sucesivas fases expansivas

³³ Como veremos posteriormente, los primeros establecimientos turísticos abiertos en Maspalomas lo fueron en la segunda mitad de los años sesenta.

del turismo grancanario se ha aplicado la ley de los rendimientos decrecientes, ya que si en las primeras prácticamente se doblaba el número de turistas, en la última éste tan sólo se ha incrementado en un 50%. Esto, expresado así en cifras relativas, resulta mucho más comprensible en cifras absolutas: en realidad, el crecimiento absoluto en el número de turistas en la década de los 90 fue superior al de período expansivo de los ochenta. Doblar el número de turistas cuando se recibe un millón anual supone captar un millón de nuevos turistas. Un crecimiento igual en términos relativos cuando se reciben dos millones (doblar el número de turistas) supondría captar dos nuevos millones de turistas. Dado que una isla es un sistema de recursos limitados, no puede crecer indefinidamente, por lo que parece que es necesario abandonar el modelo de desarrollo turístico basado en el crecimiento del número de turistas³⁴.

³⁴ Piénsese que de mantenerse este ritmo de cinco años de estancamiento seguidos de otros cinco años en que el número de turistas se incrementara en un 50%, Gran Canaria podría acoger a finales del próximo ciclo de crecimiento 4,5 millones de turistas, y después de dos ciclos (hipotéticamente, hacia el año 2020), 6,7 millones de turistas.

2.5. Conclusiones acerca del desarrollo turístico de Maspalomas.

En este capítulo pretendíamos contextualizar el desarrollo turístico de Maspalomas en el conjunto del desarrollo turístico español y mundial, para poder después valorar adecuadamente las tres perspectivas, urbanística, socio- antropológica y socio- económica, así como la construcción metodológica de la investigación.

Lo primero que cabe afirmar al respecto es la importancia turística de Maspalomas, que puede estimarse que concentra un 7% del total de la actividad turística de España y un 1% de la actividad turística mundial³⁵. Para hacerse una idea de lo que esto representa, piénsese que si existieran 14 destinos como Maspalomas concentrarían toda la actividad turística de España. A nivel mundial, con 100 destinos como Maspalomas se concentraría toda la actividad turística. Por todo ello, creemos que queda fuera de toda duda la importancia del desarrollo turístico de Maspalomas y la conveniencia del estudio del mismo como estudio de casos. Por su importancia, sí como por las diferencias existentes, creemos que sería interesante realizar estudios similares también en el resto de destinos turísticos canarios, así como en Baleares.

³⁵ Si tenemos en cuenta que España concentra a un 7% de los turistas mundiales (Sancho, 1998), y que se trata de un tipo de turismo cuya importancia es mayor a la que correspondería según el número de turistas, podríamos estimar que el 7% del turismo de España que representa San Bartolomé de Tirajana equivale al 0,49 del turismo mundial, si estimamos que España concentra al 7% del turismo mundial antes señalado o un 1% si elevamos la participación española hasta el 15%.

En cuanto a las características del turismo, aunque es algo en lo que entraremos en detalle en capítulos posteriores, destacar que el desarrollo turístico de la provincia de Las Palmas de Gran Canaria se basa en el predominio del turismo extranjero, en mayor medida que el de cualquier otra provincia, así como en la planta extrahotelera. Estas características, que identifican al modelo de desarrollo turístico de Maspalomas, pueden considerarse también como generalizables a un modelo de desarrollo turístico canario. En cuanto al desarrollo turístico en sí, se ha producido a través de tres períodos diferenciados de gran crecimiento, de una duración cercana a los cinco años, seguido de otros períodos equivalentes de estancamiento.

Estas conclusiones acerca del desarrollo turístico de Maspalomas sirven no sólo para enmarcarlo sino que también se relacionan con las diferentes aportaciones que iremos viendo a lo largo de esta tesis. Como ya afirmamos en la introducción, una de las principales conclusiones que podemos extraer del estudio del desarrollo turístico de Maspalomas es la diversidad de modelos de desarrollo existentes. Creemos que es muy importante a la hora de sustentar esta afirmación tener en cuenta la importancia cuantitativa del turismo de Maspalomas en el contexto canario, español y mundial.

CAPÍTULO III:
EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MASPALOMAS
COMO FENÓMENO URBANÍSTICO

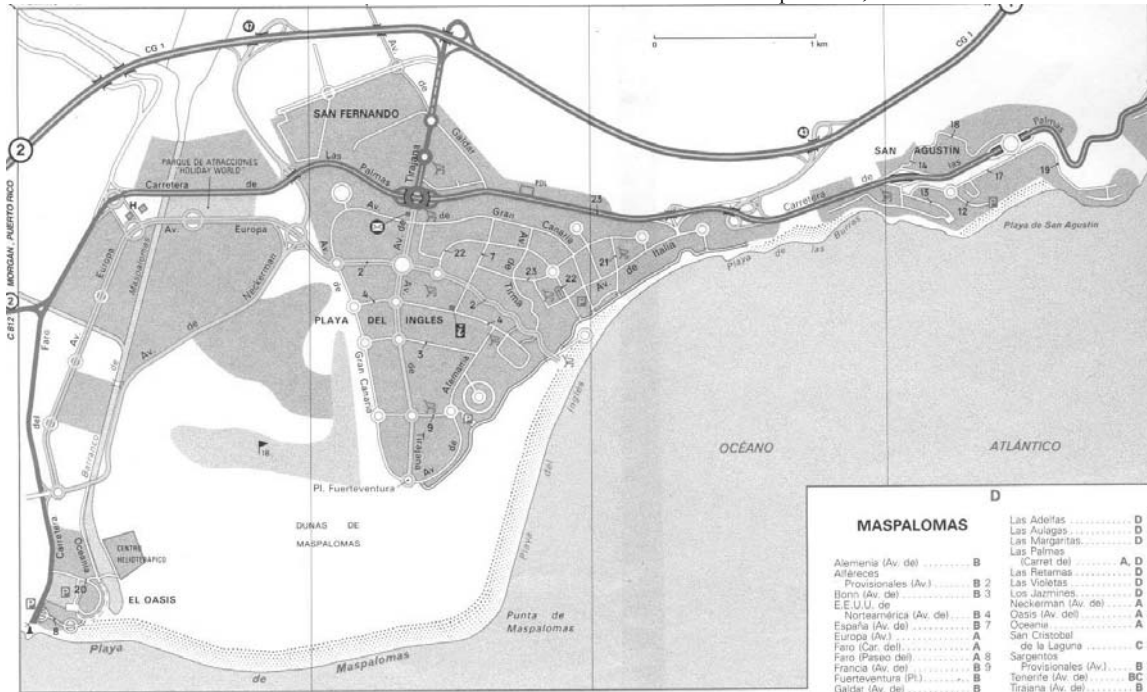
3. EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MASPALOMAS COMO FENÓMENO URBANÍSTICO.

Para poder llevar a cabo una aproximación rigurosa a la relación entre formas de desarrollo turístico y situación de empleo, este capítulo pretende estudiar el desarrollo turístico de la zona costera del municipio de San Bartolomé de Tirajana, es decir, del conjunto de urbanizaciones que desde hace algunos años se conocen con el nombre genérico de Maspalomas. En una zona que abarca unos 14 kms de costa se han construido más de 100.000 plazas turísticas y las infraestructuras necesarias para atender éstas en un período de poco más de 30 años, entre 1964- 65 y 1999- 2000.

Para estudiar el desarrollo urbanístico- turístico de Maspalomas lo enmarcaremos en primer lugar en la evolución del desarrollo turístico en Canarias, España y Europa, señalando algunos factores que lo hicieron posible. Posteriormente trataremos la evolución histórica de la localidad de Maspalomas y de su desarrollo turístico, identificando las etapas del mismo. Posteriormente desarrollaremos el proceso mediante el cual se ha llevado a cabo el desarrollo turístico en Maspalomas, lo que explica que éste haya adoptado las características que tiene en la actualidad y no otras. Por último, señalaremos las relaciones entre esta forma de desarrollo turístico- urbanístico y las características de los turistas y de la infraestructura, que se desarrollaran en los próximo capítulos.

3.1. Evolución histórica del proceso de desarrollo turístico.

Ilustración 3: Plano de la urbanización turística de Maspalomas, 1998.



Fuente: Michelin, 1998.

Maspalomas presenta algunas particularidades respecto a otras localidades turísticas desde un punto de vista urbanístico que ayudan a comprender porqué se ha convertido en la principal concentración turística de España. En primer lugar, Maspalomas es lo que siguiendo la terminología de Santana (1997) puede considerarse un núcleo turístico neogénico, es decir, surge en un entorno en que no había presencia humana significativa antes del desarrollo turístico. Por el contrario, la mayoría de destinos turísticos del Mediterráneo¹ son arqueogénicos, es decir, surgen a partir de asentamientos con una larga historia. En Canarias los primeros desarrollos turísticos en el Puerto de la Cruz (Tenerife) y Las Palmas de Gran Canaria se dan a partir de asentamientos pre-existentes. A partir del desarrollo

¹ Como Niza, San Remo, Palma - Calvià, Lloret de Mar o Marbella.

turístico del sur de Gran Canaria se cambia la pauta y los núcleos turísticos más importantes desarrollados después de los setenta pueden considerarse neogénicos². Otra particularidad es que en Maspalomas hay una separación física entre los espacios dedicados al turismo y los dedicados a la población residente, a diferencia de lo que ocurre en otros núcleos turísticos³. ¿Cómo ha llegado Maspalomas a convertirse en la principal concentración turística de Canarias? ¿Porqué se dan estas diferencias con otros destinos?

Hasta hace poco más de cien años Maspalomas no era más que un topónimo, el nombre que se le daba al extremo sur de Gran Canaria y en el que existía una charca de aguas salobres⁴. Aproximadamente en 1716 los terrenos que hoy se conocen como Maspalomas pasaron por venta a Francisco Amoreto. Su descendiente, Luisa Antonio Amoreto se casó con Fernando del Castillo, capitán, hijo del alférez mayor de Gran Canaria quien en 1777 se convirtió en Conde de la Vega Grande de Guadalupe. Desde entonces, la historia de Maspalomas ha estado ligada al Condado de la Vega Grande⁵. En 1908, la población del

² Puerto Rico en Gran Canaria, Costa Teguisse en Lanzarote, Las Américas en Tenerife y Costa Calma en Fuerteventura surgen en lugares en que anteriormente no existía ninguna presencia humana. Puerto del Carmen, Playa Blanca (Lanzarote) y Los Cristianos (Tenerife) surgen en localidades en que, pese a que existían pequeños puertos de pescadores éstos eran tan pequeños que pueden considerarse núcleos neogénicos.

³ En Maspalomas los terrenos dedicados a los servicios y a la residencia de la población local son los comprendidos entre la autopista y la antigua carretera general, marcadas en el plano como GC-1 y C-812 Carretera de Las Palmas.

⁴ En realidad todos los documentos sobre la historia de Maspalomas hacen referencia al término Maspaloma, no siendo hasta épocas relativamente recientes que se ha cambiado el término. Los documentos históricos nombran el "llano del Axulagal", que comprendía el Faro y la Charca. Durante muchos años, tras la conquista de la isla, fueron tierras realengas o conveciles, hasta que en 1624 pasan a ser propiedad del capitán Simón Lorenzo Acosta, que las traspasa en 1630 a Baltasar y Juan Pérez de Villanueva. Por herencia pasaron a Mateo Pérez de Villanueva (hacia 1675), quien al morir en 1711 las cede a sus sobrinos Isabel y Juan Pérez de Villanueva (Cazorla León, 1995).

entonces llamado “cortijo de Maspalomas” era de 388 habitantes⁶. A partir de los años 30, el Conde, propietario de la casi totalidad de la costa de San Bartolomé de Tirajana organizó el cultivo del tomate mediante el sistema de aparcería. Esto hizo que aparecieran las primeras entidades de población, como El Tablero, ligadas al cultivo del tomate. Se trataba de aparceros de las medianías de San Bartolomé y Santa Lucía que emigraban a la costa para trabajar en el cultivo del tomate. Cuando se inicia el desarrollo turístico Maspalomas estaba despoblada, por lo que se configurará como un desarrollo turístico de nueva planta.

A comienzos de los años sesenta, cuando ya se había iniciado el turismo en Las Palmas, el propietario de la práctica totalidad de los terrenos de Maspalomas, Alejandro del Castillo y del Castillo, Conde de la Vega Grande, se plantea el uso turístico del litoral de San Bartolomé de Tirajana. Los motivos que llevaron al propietario de los terrenos a plantearse la explotación turística de los mismos era el desarrollo turístico alcanzado ya por entonces en Las Palmas de Gran Canaria y las extraordinarias condiciones naturales del paraje de Maspalomas⁷. Según una visión “naturalista” del mismo extraordinariamente

⁶ Según datos de Naranjo Rodríguez, 1999. Entre 1873 y 1875, mediante la desamortización de los bienes concejiles o del Estado, pasan a ser propiedad del Conde prácticamente la totalidad del resto de terrenos de la zona, entre los que podemos encontrar: Tabaibal de Maspalomas, Llano de Maspalomas, el Salobre, Valle de los Vicentes, etc. (Cazorla León, 1995).

⁷ Estos motivos se exponen en el Proyecto de Urbanización de la zona “El Oasis”, de Octubre de 1963, el promotor, Alejandro del Castillo y del Castillo, manifiesta en las *justificaciones* de la memoria del Plan Parcial que las razones para promover dicha urbanización son: 1) “El **auge** que, en los últimos años ha adquirido el **Turismo en la isla de Gran Canaria**, centro eminentemente internacional y paso forzoso de la navegación marítima y aérea que une continentes. 2) El **clima** excepcionalmente agradable que impera en la Isla, de “eterna primavera”, y principalmente en la zona donde se proyecta la urbanización, en que, por su situación geográfica y cielo completamente despejado es posible la práctica de toda clase de deportes y actividades al aire libre. 3) La variedad del litoral, la sucesión de interminables **contrastes y paisajes**; la alternativa de costas bravas; bahías abiertas; ensenadas y playas; el

134

El desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno urbanístico.

extendida, el turismo sería un fenómeno casi natural, que tendría que ver más con la geografía que con los aspectos sociales. Allí donde se dan las condiciones ideales para ello (en general, donde hay buenas playas) se desarrolla el turismo. Desde este punto de vista, si Maspalomas se ha convertido en un destino turístico de tanta importancia sería por las condiciones del medio. Es innegable que éstas son (o al menos eran inicialmente) excepcionales. Unas playas espléndidas y una charca de inestimable valor natural y atractivo exotismo. La Playa de Maspalomas, las Dunas y la Charca, que pueden verse en las dos ilustraciones siguientes, son los principales recursos de Maspalomas.

Ilustración 4: Las Dunas de Maspalomas vistas desde Playa del Inglés.



Fuente: Foto del autor tomada en septiembre de 2001.

incomparable atractivo del desierto, y sus dunas; la misteriosa potencia vitalizadora del suelo sureño; la sucesión de recovecos, panorámicas, cumbres, barrancos y valles entrevistos que se abren y cierran en forma de abanico, haciendo presentir sobre el ánimo del visitante una sobrecogedora impresión divino- dantesca".

Los inconvenientes de esta visión naturalista del desarrollo turístico es que es muy limitada. Si existiera una relación directamente proporcional entre el atractivo de una playa y su desarrollo turístico, ¿cabe deducir por tanto del hecho de que Maspalomas sea la principal concentración turística de España el que su playa sea la mejor? Aún en el supuesto de que pudiera establecerse de manera objetiva que playa es mejor, en las islas de Lanzarote y Fuerteventura hay playas que pueden considerarse “mejores” (más largas, de arena más rubia, más extensas, etc.) que Maspalomas y cuyo desarrollo turístico fue posterior al de Maspalomas, y en cualquier caso no ha llegado a alcanzar la importancia de esta localidad. La visión más naturalista del desarrollo turístico lleva a pensar que una buena playa se desarrollará turísticamente casi “por sí sola”, y olvida que para que se dé el desarrollo turístico hace falta, además de una base “natural” la voluntad de determinados agentes de impulsarlo.

La importancia y características del desarrollo turístico-urbanístico tienen que ver más (o al menos tanto) que con las características físicas del territorio con los agentes que lo impulsan y sus características. En 1960 el Conde de la Vega Grande (entonces Alejandro del Castillo y del Castillo) convocó un concurso internacional de arquitectos para realizar el proyecto de urbanización de Maspalomas- Costa Canaria, que ganó un equipo de arquitectos franceses⁸. Ante las dificultades para encontrar una sociedad que financiara una empresa tan ambiciosa como la planteada inicialmente, la poca experiencia urbanizadora y la necesidad de capital, el promotor inicia los trabajos de ordenación y puesta en valoración de las tierras, formando una sociedad urbanizadora, Maspalomas- Costa Canaria, que

⁸ Al concurso se inscribieron 81 proyectos de 24 países. El equipo ganador se denominaba SETAP: *Société pour l'Etude Technique d'Amenagements Planifiés* (Martín Plasencia, 1999:10).

cuenta con su propia plantilla de técnicos y la aprobación de la Comisión Provincial de Urbanismo del Plan de Extensión y Ordenación Urbana Maspalomas- Costa Canaria.

Ante la imposibilidad de disponer del capital necesario para llevar a cabo la urbanización turística planeada, el Conde de la Vega Grande no juega un papel meramente turístico sino fundamentalmente inmobiliario. Su principal riqueza era la tierra, pero para construir la infraestructura turística hacía falta, además de ésta, capital. Por tanto, la estrategia que se sigue es la de convertir la tierra en capital con el cual poder elaborar proyectos turísticos. En lugar de urbanizar y construir en sus terrenos hoteles, bungalows y apartamentos como los inicialmente planeados, lo que hace es urbanizar sus terrenos para venderlos a un precio mucho más elevado del que tendrían como terreno rústico. Y con los beneficios obtenidos de esta venta se construyeron establecimientos turísticos, generalmente hoteles. Según Martín Plasencia (1999:32) el hotel Oasis, inaugurado en diciembre de 1968, fue abierto por el Conde a partir de los fondos propios y una subvención del Ministerio de Turismo. La empresa constructora del Conde construyó y gestionó los hoteles Palm Beach, El Caserío y Lucana en Maspalomas y el emblemático hotel Salinas en Costa Teguise, Lanzarote (Martín Plasencia, 1999:50⁹).

⁹ El Hotel Oasis pertenece en la actualidad a la Cadena Riu, la principal cadena hotelera vacacional del mundo. El Palm Beach pertenece a una cadena que opera sobre todo en Gran Canaria y Lanzarote, mientras que "El Caserío" y el "Lucana" son en la actualidad establecimientos independientes. Por último, señalaremos que uno de los aspectos por los que el hotel Salinas, en la actualidad perteneciente a la Cadena Sol-Meliá (la principal cadena hotelera mundial, diversificada en hoteles vacacionales, de negocio y ciudad), es que fue diseñado por César Manrique, artista lanzaroteño de fama mundial.

Estos datos señalan un aspecto clave del modelo de desarrollo turístico- urbanístico de Maspalomas y ayudan a entender sus características. Del total de 40 establecimientos hoteleros abiertos en 2003, al menos un 10% fueron construidos por el Conde de la Vega Grande con el capital obtenido mediante la urbanización y venta de parcelas del territorio de Maspalomas. Si tenemos en cuenta que la venta de parcelas para construir bungalows y apartamentos fue en muchos casos el mecanismo mediante el que se acumuló capital para construir hoteles resulta del todo comprensible que en Maspalomas predomine ampliamente la planta extrahotelera sobre la hotelera: sólo mediante la venta y construcción de muchos apartamentos podía obtenerse beneficios suficientes para construir un hotel. Por otra parte, la relación entre Maspalomas y otros destinos turísticos de Canarias ayuda a justificar las semejanzas entre ellos y porqué se ha considerado el modelo de Maspalomas como un “tipo ideal” del desarrollo turístico en Canarias.

La evolución del proceso de desarrollo turístico- urbanístico no ha sido homogénea, sino que ha seguido diversas etapas, con un sentido Este- Oeste, desde las urbanizaciones situadas más al Este, es decir, más cercanas a Las Palmas de Gran Canaria, y las situadas más al Oeste, es decir, más alejadas de la capital¹⁰. En la primera etapa, entre 1962 y 1965, predominan las plazas hoteleras, la propiedad, explotación y financiación tradicionales. Fueron muy pocos los establecimientos alojativos (hoteles y/ o apartamentos abiertos en esta época). En una segunda etapa (1965- 1969) se proyectan urbanizaciones de mayor

¹⁰ Esto obedecía a que debido a las malas comunicaciones existentes al inicio del desarrollo turístico la distancia entre Maspalomas y la capital tardaba en cubrirse varias horas. Maspalomas era un lugar apartado y carente de infraestructuras. Información al respecto puede encontrarse en Cazorla (1995), Martín Plasencia (1999), Naranjo Rodríguez (1999) y Hernández Luis y Parreño Castellano (2001).

tamaño, con cierto desplazamiento hacia las sociedades anónimas. Desde 1969 hasta 1975 la fuerte presión compradora hace que se tramiten nuevos planes parciales, cada vez de mayor tamaño, como la ampliación de Playa del Inglés. Aparece la primera crisis motivada por el exceso de oferta y el retraimiento de la demanda¹¹. La segunda mitad de los setenta y el comienzo de la década de 1980 es de estancamiento. A partir de la aprobación del Plan Parcial del Campo Internacional, en la segunda mitad de los ochenta, resurge de manera significativa la construcción, que registra un nuevo pico álgido en 1988. A partir del inicio de los noventa, la actividad se ralentiza hasta niveles mínimos, y no resurge hasta el período 1999- 2000 con la urbanización de la zona de Meloneras. En los años finales del siglo XX la construcción ha experimentado un nuevo auge, si bien siguiendo una tipología diferente, centrada en los establecimientos hoteleros.

Según los datos del Patronato de Turismo de Gran Canaria (2003:17), en febrero de 2003 había un total de 97.290 plazas turísticas abiertas en San Bartolomé de Tirajana y 10.397 pendientes de apertura. De éstas, 8.756 eran hoteleras y 1.641 extrahoteleras. Es decir, el total de plazas puede verse incrementado en 2004 en cerca de un 10%, con un crecimiento centrado en la construcción de plazas hoteleras, variando el modelo hasta aquí expuesto. En cualquier caso, como puede verse si se compara el plano actual de Maspalomas con la imagen aérea de principios de los años setenta que se muestra a continuación, la “planta” de Maspalomas se ha mantenido prácticamente igual a lo concebido a principios de los setenta. Es decir, ha variado lo que se ha construido en cada

¹¹ Información sobre el proceso puede encontrarse en Guitián Ayneto y Nadal Perdomo (1983) y en CIES (1974), que son los textos básicos de referencia sobre el mismo. Una visión sintética de lo anterior puede encontrarse en Marrero Rodríguez (1998). Una aportación más reciente es la de Cáceres Morales (2002).

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

una de las parcelas pero muy poco éstas. Como recoge Santana Talavera (1990), las zonas de San Agustín, Campo Internacional, El Inglés, Pasito Blanco y San Fernando ya estaban recogidas en el plan inicial del equipo de arquitectos franceses, así como que San Fernando debía dedicarse a la población local y de servicios (citado en Marrero Rodríguez, 1998:112).

Ilustración 5: La urbanización de Playa del Inglés a principios de la década de 1970.



Fuente: Almanaque Municipal 2001, Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, 2001.

La homología entre el plano actual de Maspalomas y el diseño original de la urbanización es una muestra de que el desarrollo turístico de la localidad ha seguido un modelo esbozado en líneas generales desde sus inicios. Obviamente ha habido grandes cambios, pero éstos afectan más a lo que se ha construido, como veremos después, que al plan de la urbanización. Esta capacidad de planificar desde sus inicios el desarrollo turístico

de una gran extensión de terrenos que permite la propiedad única de la tierra está en la base de la concentración de la actividad en la localidad. El que Maspalomas se haya convertido en la principal concentración turística de España, y el que las actividades turísticas se encuentren claramente separadas del resto se relaciona directamente con la concentración de la propiedad y la promoción de los terrenos en los inicios del desarrollo turístico. Otras zonas turísticas, como Palma- Calvià o el sur de Tenerife se dividen entre varios municipios. Esto ha hecho que la planificación del territorio no haya sido homogénea, sino que se ha fragmentado, ya que han tenido que convivir usos turísticos y no turísticos. Pero más importante que la división municipal es la división de la propiedad y la promoción de los terrenos. En Maspalomas ha habido prácticamente un único propietario y promotor del desarrollo turístico, tal y como podemos ver en el siguiente cuadro.

Cuadro 3-1: Evolución del proceso de producción de espacio turístico en S. Bartolomé de Tirajana- Maspalomas.

Denominación	Año	Promotor	Propietario	Plazas
Pyto de Urbanización de San Agustín	1964	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	s.d.
Pyto y Urbanización El Oasis	1964	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	s.d.
Proyecto de Urbanización Las Glorias	1965	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	400
Proyecto Urbanización Morro Besudo	1965	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	1.600
Pyto Ordenación "Playa del Inglés	1965	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	10.000
Proyecto Urbanización El Veril	1967	Juana, Rosario, Susana del Castillo	Ídem	1.500
Pyto Ordenación Rocas Rojas	1969	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	2.000
Pyto de Las Burras	1969	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	540
Plan de Campo de Golf	1969	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	620
Pyto de Playa del Águila	1971	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	2.200
P.U. Playa del Inglés Ampliación	1971	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	29.158
P. U. Playa del Inglés 1º Fase V	1971	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	1.500
Playa de Tarajalillo	1972	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	3.000
Plan Parcial Lago Maspalomas	1972	Alejandro del Castillo y del Castillo	Ídem	20.229
P. P Campo Internacional	1980	A.d Castillo Bravo L., Hnos	Ídem	s.d.
P. P. Lomo de Maspalomas	1991	Hermanos Santa Cazorla,	Ídem	s.d.
P. P. de Meloneras	1991	LOPESAN, S.A.	LOPESAN	s.d.
Total				72.747

Fuente: Elaboración propia con datos del Archivo Dirección General de Planeamiento, Consejería de Política Territorial.

Es especialmente interesante comparar este cuadro con lo sucedido en el Sur de Tenerife. Sólo para el municipio de Adeje, que concentra aproximadamente la mitad de las plazas turísticas de San Bartolomé de Tirajana (Martín Martín, 1999:283), Martín Martín identifica 12 planes parciales en una primera fase de expansión turística transcurrida entre 1968 y 1973¹² y otros once en una segunda fase comprendida entre 1985 y 1992¹³. Si bien las fases de expansión y el número total de proyectos es comparable a los de San Bartolomé de Tirajana (17) sólo en dos de los 23 planes del municipio tinerfeño coinciden los promotores. De éstos, 13, es decir, más la mitad, son promovidos por Sociedades Anónimas y sólo seis por personas físicas. Martín Martín (1999: 226- 283) hace un detallado análisis además de la propiedad de la tierra antes de la construcción y de la composición de las sociedades que promueven los Planes Parciales. La atomización de la propiedad es bastante importante, llegando a encontrar hasta 20 propietarios para un solo plan parcial¹⁴. Tanto entre los propietarios (que son en no pocos casos sociedades anónimas) como entre los accionistas de las empresas promotoras del desarrollo turístico, encuentra el predominio del capital exterior, fundamentalmente peninsular y en menor medida extranjero.

La comparación de lo sucedido en el Sur de Tenerife, que es también una de las principales concentraciones turísticas de España, y en el Sur de Gran Canaria sirve para comprender porqué San Bartolomé de Tirajana es actualmente la mayor concentración

¹² Que incluyen, por ejemplo, los proyectos de urbanización de Callao Salvaje, Torviscas o San Eugenio (Martín Martín, 1999:26).

¹³ Aquí se incluyen los proyectos de urbanización de Playa de Fañabé o Playa del Duque, por ejemplo (Martín Martín, 1999:279).

¹⁴ En este caso, el Plan Parcial Playa del Duque, que cuenta en la actualidad con unas 6.000 plazas turísticas.

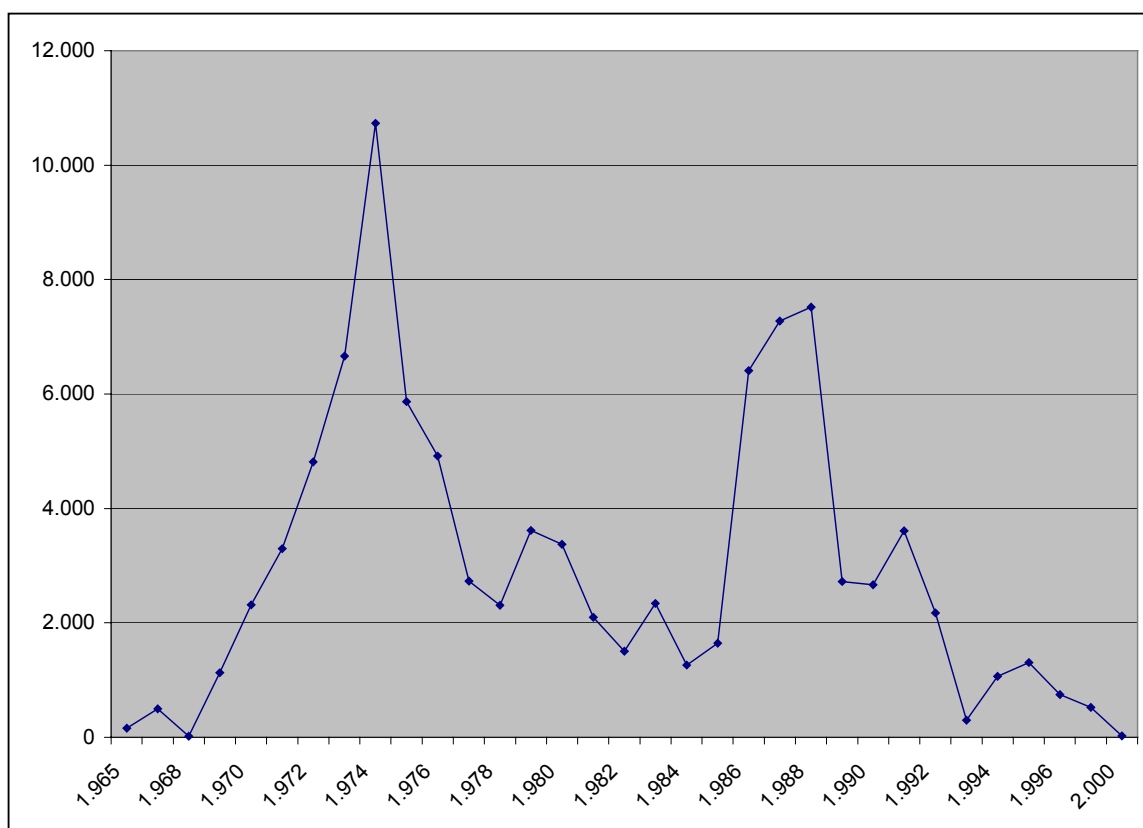
turística del Estado: las posibilidades de planificar un desarrollo turístico son mucho mayores cuando hay un solo propietario y constructor. Así, el hecho de que Lanzarote y Fuerteventura se hayan desarrollado turísticamente con posterioridad al sur de Gran Canaria, o el hecho de que cada una de estas islas tenga menos plazas turísticas que las que se concentran sólo en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, se deben a que en esas islas las condiciones que han hecho posible el desarrollo se dieron con posterioridad. Maspalomas sigue en sus inicios un modelo que podría parecer integrado, porque es un único agente el que promueve el desarrollo. Ahora bien, una cosa es el proceso de construcción de las urbanizaciones y otra el de construcción de los inmuebles que acogen a las empresas que prestan sus servicios a los turistas. Y si bien en la urbanización intervino fundamentalmente un único agente, en la construcción de los establecimientos alojativos y la oferta complementaria intervinieron varios. ¿Cómo son estos agentes? ¿Cuál ha sido el proceso y la cronología de la construcción? A continuación pasamos a ver estos aspectos, empezando por la cronología del proceso constructivo.

3.2. Las etapas del desarrollo turístico- urbanístico de Maspalomas.

A partir de los datos de apertura de los establecimientos facilitados por el Servicio de Infraestructura Turística del Cabildo de Gran Canaria puede hacerse una reconstrucción del proceso mediante al cual se construyó (y abrió) la actual planta turística. En 2001 había un total de 97.621 plazas alojativas con licencia, que habían sido abiertas entre 1965 y 2001, lo cual da una media de algo más de 2.600 plazas por año. Sin embargo, tal como puede verse en el gráfico siguiente, la realidad es que la inauguración de plazas turísticas se ha

concentrado en dos períodos, que concentran el 70% de las plazas abiertas: la época de 1971- 1976 y la de 1986- 1992. En la primera se construyeron 36.247 plazas, el 37% de las actualmente abiertas. Y en la segunda 32.373, es decir el 33%. En total, en ese período de 11 años sobre un total de 35 se han construido el 70% de las plazas alojativas actualmente abiertas¹⁵. El año en que más plazas se construyeron¹⁶ fue 1974, con 10.734 plazas, es decir, más del 10%. Le siguen 1988, con 7.517 y 1987 con 7.277. En realidad, la construcción de plazas alojativas en Maspalomas ha estado muy concentrada en dos épocas: 1971-76 y 1986-92.

Gráfico 3-1: Plazas abiertas en S. Bartolomé de Tirajana en noviembre de 2001 por año de apertura



¹⁵ Si la distribución fuera normal, el porcentaje esperable rondaría el 33%.

¹⁶ O, precisando mejor la afirmación en función de lo que representan los datos: "el año en que más plazas se construyeron que sigan abiertas". En

Fuente: Elaboración propia con datos del Servicio de Infraestructura Turística, Cabildo de Gran Canaria, 2002.

Si ponemos estas cifras en relación con las etapas en el crecimiento de la demanda turística hacia Maspalomas, tal y como vimos en el capítulo II se pone de manifiesto la desconexión entre la demanda turística y la construcción de la oferta, pues resulta que la mayor construcción de oferta se da precisamente en épocas en que la demanda experimenta un estancamiento. Entre 1987 y 1992 los turistas que visitaron la isla crecieron en sólo un 2%, y dentro de ese período se registraron pérdidas relativamente importantes: entre 1987 y 1990 el número de turistas cayó en un 14%¹⁷. Sin embargo, el período comprendido entre 1986 y 1992 fue, como acabamos de ver, de gran auge constructivo. Si comparamos las etapas de la evolución del desarrollo turístico en función de la demanda (número de turistas), según las vimos en el capítulo anterior, con la evolución de la apertura de plazas, podremos, tal como muestra la tabla siguiente, podemos hacernos una idea de que la construcción de nuevas plazas turísticas no se debe a la demanda propiciada por el crecimiento de los turistas.

Tabla 3-1: Etapas en el desarrollo turístico de Maspalomas según demanda y oferta

N	Descripción de la Fase				Incre. Turistas		Plazas Creadas		
	Caracterización	Inicio	Final	Duración	Absoluto	%	Total	%	Anual
1	Despegue	1.970	1.975	5	407.058	81,58	33.691	35,16	6.738
2	Crisis Petroleo	1.975	1.980	5	116.500	12,86	16.934	17,67	3.387
3	Auge 80's	1.981	1.987	6	878.848	80,4	22.537	23,52	3.756
4	Crisis 90's	1.988	1.992	4	20.099	1,01	18.688	19,5	4.672
5	Auge 90's	1.993	1.999	6	949.974	43,45	3.937	4,11	656
6	Crisis 00's	2.000	2.001	1	-50.307	-1,62	27	0,03	27

cualquier caso, pensamos que como indicador aproximado la validez de las cifras es muy buena.

¹⁷ Las cifras fueron de 1.971.891 turistas en 1987 y 2.009.704 en 1992. En 1990, el total de turistas fue de 1.698.713. La cifra de 1992 es de ISTAC (citado en capítulo 4) y el resto de datos se han obtenido de Marrero Rodríguez 1998:125, que se basa en datos del ISTAC.

3.3. El proceso de construcción de las infraestructuras turísticas.

¿Porqué se construyeron la mayoría de plazas turísticas de Maspalomas en épocas en que la demanda estaba estancada? Si la construcción (física) de un espacio turístico no es consecuencia lineal de la demanda turística es posible pensar que esté relacionado con algún otro tipo de dinámica. No es ninguna novedad afirmar que el subsector constructivo es el que en realidad lidera el proceso de desarrollo turístico, más que el propiamente turístico¹⁸. Ello se debería a la capacidad del sector para generar elevados beneficios en un corto período de tiempo. *“El negocio inmobiliario permite una importante acumulación de capitales, basada fundamentalmente en la especulación del suelo y en la construcción sobre el mismo”*¹⁹. Tradicionalmente se ha buscado la explicación del fenómeno en agentes externos al destino turístico, es decir, que la construcción de plazas alojativas en un destino turístico sería consecuencia de las demandas y los intereses de agentes ajenos a él, ligados, fundamentalmente, a los lugares emisores de turistas.²⁰ Sin embargo, los argumentos al respecto no son concluyentes: aunque Santana Santana (1993) afirma que en 1986 el 6% de

¹⁸ Santana Santana (1993:127) cita una fuente de 1978 que ya afirmaba esto. En Jurdao Arrones (1992) pueden encontrarse diversas fuentes que argumentan en esa misma línea.

¹⁹ Santana Santana (1993:127)

²⁰ CIES (1974) y Santana Santana (1993), por ejemplo, argumentan que el desarrollo turístico canario es resultado de las presiones del capital internacional por invertir en las islas, y que el desarrollo turístico canario sería una muestra más de la dependencia tradicional de la economía isleña. El argumento resulta sin duda atractivo por su simplicidad, y concuerda tanto con las teorías generales predominantes en el mundo académico por esas fechas como con la teoría de Mario Gaviria (1974) que concibe al turismo como una nueva forma de colonialismo.

la inversión inmobiliaria en la provincia de Las Palmas fue extranjera²¹, ni la cifra parece demasiado significativa, ni es posible afirmar nada respecto a la construcción de plazas alojativas en el período 1987- 1992²², que como ya vimos resulta crucial en la conformación de la oferta alojativa actualmente existente.

Las etapas en el desarrollo turístico- urbanístico de Maspalomas, el resultado final del mismo y las especiales características de la oferta alojativa de la localidad, pueden comprenderse a partir del estudio del proceso constructivo. Si anteriormente hemos visto que la extraordinaria concentración de oferta turística se explica por la concentración de la propiedad de la tierra, la fragmentación de la oferta y el predominio extrahotelero se explican más bien a partir de la diversidad de agentes implicados en la construcción de las infraestructuras. El estudio del proceso de construcción de los establecimientos permite aclarar los mecanismos causales que enlazan el predominio de establecimientos extrahoteleros con la disponibilidad de capitales y fuerza de trabajo para la construcción física del espacio turístico. Como veremos posteriormente, y pese a lo que tiende a pensarse, el resultado final de la urbanización Maspalomas- Costa Canaria no es resultado de la presencia de grandes capitales extranjeros, sino justo al contrario, de su ausencia.

Una vez realizado el planeamiento y la construcción de las infraestructuras básicas, la fase siguiente en el desarrollo urbanístico de una localidad turística es la construcción de los establecimientos alojativos que acogen a los turistas. Una vez que el espacio turístico ha

²¹ Predominantemente alemana; Santana Santana, 1993: 147-148. En la provincia de Santa Cruz de Tenerife un 9%, predominantemente británica.

²² La entrada de España en la entonces C.E.E. hace que se dejen de recoger estadísticas al respecto (Santana Santana, 1993: 147-155).

sidó urbanizado, las parcelas pasan a incorporarse al mercado inmobiliario para ser construidas. En algunos casos, el paso es bastante rápido: según se termina una urbanización, la mayoría de los terrenos están vendidos y se empiezan a construir. Sin embargo, lo más habitual en Maspalomas ha sido un lapso temporal relativamente prolongado entre el momento en que se termina una urbanización y el inicio de la construcción, durante el cual frecuentemente se dan varias compraventas de los terrenos. Ello, entre otros motivos, explica la diferencia temporal entre el planeamiento, la ejecución de las urbanizaciones y la puesta en funcionamiento de los establecimientos alojativos.

Esto suele interpretarse como un mero movimiento especulativo con el fin de acumular capitales (Santana Santana, 1993). Sin embargo, creemos que debe interpretarse más bien como un período en el que se está a la espera de que aparezcan los inversores “tradicionales” para los cuales había sido producida la mercancía “espacio turístico urbanizable”: una empresa constructora que, o bien por cuenta propia o por encargo de una empresa de hostelería, construyera en la parcela un establecimiento alojativo. Para la mayoría de las parcelas que hoy constituyen la conurbación de Maspalomas, este objetivo se revela como un imposible: no hay inversores, locales o foráneos, con capacidad para construir hoteles (o apartamentos) en el sur de Gran Canaria y que estén dispuestos a realizar una inversión que al parecer no ven muy segura. Si recordamos el gráfico que representaba la evolución de la apertura de plazas y lo relacionamos con el cuadro de la evolución de los planes parciales, veremos que existe siempre un período de tiempo relativamente importante entre la elaboración de un plan parcial y los años de máximo

apogeo de la construcción²³. En este lapso temporal, ante la imposibilidad de colocar en el mercado la cantidad de espacio urbanizable producido, se produce probablemente lo contrario de lo que se esperaba: en vez de darse la especulación e incremento de valor de los terrenos, éstos, en precios constantes, se mantuvieran o incluso disminuyeran ligeramente. Por ello no es casualidad que los años de mayor auge constructivo sean justamente los de crisis turística. La depreciación de la actividad turística y la consiguiente caída de precios permitió la entrada en el proceso de unos agentes, que si bien no eran inicialmente los esperados, son los que finalmente han protagonizado la creación de espacio turístico en la localidad, y permiten comprender las características de la oferta.

Animados quizá por la caída de los precios, muchos pequeños inversores, en su mayoría de Las Palmas, deciden introducirse en el negocio de la construcción de apartamentos. En algunos casos se trata de particulares que habían comprado un terreno con la intención de especular con él, no construyéndolo sino para revenderlo posteriormente a un precio más alto, y que ante las dificultades para venderlo se deciden a construirlo por ellos mismos. En otros casos, un particular, o pequeños grupos de tres o cuatro, generalmente con relaciones familiares, de vecindad y/ o profesionales²⁴ entre sí, deciden comprar un terreno para construir bungalows o apartamentos. El capital necesario para

²³ Entre la aprobación de los planes parciales de San Agustín, Playa del Inglés El Veril (1964-69) y el de ampliación de Playa del Inglés (1971) y el *boom* de la construcción de 1974 transcurren entre 3 y 10 años. Entre la aprobación del Plan Parcial del Campo Internacional (1981) y el *boom* de 1988, unos 8.

²⁴ Por ejemplo, un abogado de Las Palmas que trabaja con un despacho de arquitectos, o bien en la administración. Generalmente, en cada grupo de inversores existía algún tipo de relación con el proceso de desarrollo turístico. Podría ser, por ejemplo, que el citado despacho de arquitectos hubiera realizado el proyecto de algún hotel en Maspalomas, y que fuera el arquitecto el que animara a su hermano, su cuñado y el abogado de la empresa a invertir en la compra de un terreno en Maspalomas para construirlo.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

comprar los terrenos proviene de los ahorros, a veces complementados con algún préstamo bancario²⁵. Ahora bien, al no disponer del capital necesario para llevar a cabo la construcción recurren al sistema de venta sobre planos, que ilustra la imagen siguiente.

Ilustración 6: Financiación mediante aportación de capitales. El sistema de venta sobre planos.

36 **LAPROVINCIA** Diario de Las Palmas Domingo, 9 de julio de 2000

Disfrute o Invierta en TAURITO

Un magnífico complejo de apartamentos, rodeado de maravillosas zonas ajardinadas y piscina. Con salón, dormitorio, cocina amueblada, baño y una gran terraza con vistas panorámicas al mar. Todo esto lo convierte en un lugar idóneo para disfrutar o si quiere para una buena rentabilidad garantizada

68.000 Ptas. mensuales contrato de 5 años en garantía con incrementos del 5 % anual.

¡ No deje escapar esta gran ocasión !

COSTA SUR
GESTIÓN INMOBILIARIA

Llámenos al 928 77 64 52

C/ Antonio Martín López, 4 - Edif. Yaiza
San Fernando de Maspalomas

Entrada 2.500.000 Ptas. Mensualidad 59.577 Ptas.

Fuente: La Provincia- Diario de Las Palmas, Domingo 9 de julio de 2000.

Los apartamentos y bungalows antes de ser construidos son vendidos a diversos compradores, que aportan una entrada y el resto, mediante préstamo hipotecario, se supone

²⁵ Tampoco es extraordinario que en los grupos de compradores participe algún empleado de banca, que facilita la tarea en ese sentido.

que se sufragará con los ingresos derivados del alquiler turístico del inmueble. A los compradores se les ofrece así la oportunidad de tener a la finalización de la hipoteca un patrimonio inmobiliario mucho mayor al capital inicialmente desembolsado, además de la renta derivada del alquiler. Los compradores, por su parte, obtienen gracias a la entrada la liquidez necesaria para iniciar²⁶ la construcción. Las características del proceso implican en primer lugar la pre-existencia de relaciones entre los compradores finales de los apartamentos y sus constructores. Al tratarse de un intercambio económico en cierta medida *sui generis* (se paga por algo que en realidad no existe aún) es necesario que exista en el comprador la confianza de que aquello que se está comprando, del cual no se ve más que un proyecto, será finalmente realizado. Por ello, frecuentemente los compradores finales de los apartamentos o bungalows de un determinado complejo provienen todos de la misma entidad de población. Las relaciones económicas se basan pues en otro tipo de relaciones sociales (vecindad, parentesco, amistad) y la comunidad local ha de entenderse como el soporte de la actividad económica²⁷ y no como limitación a la misma. El resultado final del proceso queda ejemplificado en la imagen siguiente²⁸.

²⁶ En muchos casos para pagar completamente el coste de la construcción, pues la diferencia entre el valor final del mercado del bungalow o apartamento y el coste de la construcción es importante, más si tenemos presente que la amortización del coste del terreno no se contabilizaba en este apartado.

²⁷ Marrero Rodríguez (1998) ha comprobado en su tesis la importancia de las redes de amistad, parentesco y vecindad en el acceso al mercado de trabajo en Maspalomas. En términos más generales, la obra de Mingione Las sociedades fragmentadas (1994) recuerda la importancia de ir más allá del paradigma del mercado en el estudio de la actividad económica.

²⁸ Se trata de un complejo de apartamentos, que podríamos considerar el "producto tipo" del desarrollo turístico de Maspalomas, que fue visitado durante el trabajo de campo en el verano de 2002, construido en 1975. Tiene 342 plazas y 87 unidades en explotación, y es propiedad de una comunidad de 97 propietarios (hay apartamentos que no son explotados turísticamente), 72 de los cuales son canarios, 13 alemanes y doce escandinavos. Tiene un contrato en garantía con tres touroperadores de origen británico, alemán y nórdico, y empleo a 17 trabajadores, la mayoría contratados a través de conocidos.

Ilustración 7: Un complejo extrahotelero “típico”.



Fuente: Foto del autor tomadas en septiembre de 2001.

Éste sistema de construcción que acabamos de describir ha sido ampliamente mayoritario en Maspalomas. En el verano de 2002 había un total de más de 97.000 plazas alojativas en Maspalomas, casi el 80 % de las cuales corresponden a apartamentos y bungalows. El predominio de la oferta extrahotelera es un hecho generalizado en Canarias, especialmente en las islas de Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote. Si el predominio de

la oferta extrahotelera es fundamentalmente una consecuencia del sistema de construcción y acumulación de capitales que hemos descrito cabe pensar que en otros municipios turísticos de Canarias en que la oferta es también predominantemente extrahotelera el proceso constructivo ha seguido una pauta similar a la de Gran Canaria.

Sólo en 2 de los 12 mayores municipios turísticos de Canarias la oferta hotelera es claramente superior a la extrahotelera: se trata de Las Palmas de Gran Canaria y el Puerto de la Cruz, los destinos turísticos pioneros, y en los que el proceso constructivo fue ciertamente diferente. Del resto de municipios, encontramos que en Yaiza, Adeje y Pájara existen casi tantas plazas hoteleras como extrahoteleras. Se trata de los municipios de desarrollo más reciente, que aún continua en la actualidad, y que se ha llevado cabo a lo largo de los años noventa mediante las inversiones de grandes cadenas hoteleras, sobre todo españolas, un proceso constructivo muy distinto al aquí descrito para Maspalomas. En el resto de municipios turísticos, en que predomina la planta extrahotelera, cabe afirmar que el proceso constructivo ha seguido una pauta similar a la aquí descrita para Maspalomas²⁹. En definitiva, parece que efectivamente, en todos los municipios turísticos de Canarias el

²⁹ Aunque no se dispone de estudios para todos los casos, Martín Martín (2000) identifica en ciertas zonas del Sur de Tenerife un proceso constructivo similar al que aquí se ha tipificado para el Sur de Gran Canaria. El hecho de que tras la construcción de los inmuebles no se encontraran en algunos casos compradores para los mismos se solucionó mediante la fórmula del Time Sharing, lo que explica que Tenerife (concretamente el Sur) concentre gran parte de los complejos de *time sharing* que hay en España. Cabe suponer que el proceso constructivo que se dio en los municipios de Teguiise, Tías, Corralejo y Mogán, fue similar al de Maspalomas, entre otros motivos porque algunos de los agentes (constructoras, promotoras, inversores, etc.) que intervinieron en el proceso constructivo participaron también del desarrollo turístico de Maspalomas. Así por ejemplo, el Conde de la Vega Grande participó en la construcción del hotel Salinas en Costa Teguiise (Lanzarote), y aún en la actualidad muchos de los arquitectos y constructores que participaron en el desarrollo turístico de Corralejo y especialmente de Mogán desarrollaron anteriormente su actividad en Maspalomas.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

predominio de la oferta extrahotelera es una consecuencia del mecanismo utilizado para acumular capitales y del sistema constructivo.

Tabla 3-2: Plazas Turísticas en Canarias por municipios y tipo, 31- 12- 2001.

	Hoteleras	Extrahoteleras	Total	% Extrahoteleras
Teguise	4.370	8.583	12.953	66,26
Tías	6.383	21.137	27.520	76,81
Yaiza	3.597	3.943	7.540	52,29
Antigua	12	7.564	7.576	99,84
La Oliva	1.340	8.476	9.816	86,35
Pájara	8.934	8.145	17.079	47,69
Las Palmas	6.231	2.247	8.478	26,50
Mogán	7.321	24.397	31.718	76,92
S. Bartolomé	21.743	75.793	97.536	77,71
Adeje	23.496	17.381	40.877	42,52
Arona	14.038	23.854	37.892	62,95
Pto Cruz	15.866	7.827	23.693	33,04

Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canarias, 2002a³⁰.

Por tanto, si tenemos en cuenta que en los municipios en que el desarrollo turístico es más antiguo predominan las plazas extrahoteleras, y que en algunos casos (como Teguisé en Lanzarote, o La Oliva en Fuerteventura) existen relaciones muy directas entre el desarrollo turístico de estos municipios y el de Maspalomas, cabe pensar que la mayoría de las plazas extrahoteleras se han construido con pequeñas aportaciones familiares y apoyadas en relaciones de pre- económicas. Este desarrollo ha creado redes de inversores que posteriormente han invertido en el desarrollo turístico de otros municipios³¹. Pues bien, a partir de la encuesta realizada para esta tesis en verano de 2002, más del 72% de las

³⁰ Viceconsejería de Turismo, Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística, Servicio de Ordenación Turística, en internet.

³¹ Así por ejemplo, la empresa LOPESAN, surgida en la construcción de establecimientos de pequeñas dimensiones en Maspalomas se ha convertido en la realidad en un conglomerado que incluye (e invierte en) establecimientos hoteleros y extrahoteleros, tanto en Maspalomas como en otras localidades, así como en otras empresas de otras islas. Puede encontrarse más información acerca de la diversificación de las empresas constructivas canarias en www.lopesan.com, en www.grupodunas.com y en Parreño Castellano y Hernández Luis (2001).

plazas extrahoteleras (el 56% del total) pertenecen a comunidades de propietarios. Para el caso de Maspalomas, a partir de la encuesta realizada para esta tesis en verano de 2002 puede estimarse que en torno al 56% de las plazas alojativas del municipio de San Bartolomé de Tirajana, y un 72% de las plazas extrahoteleras, pertenecen a comunidades de propietarios.

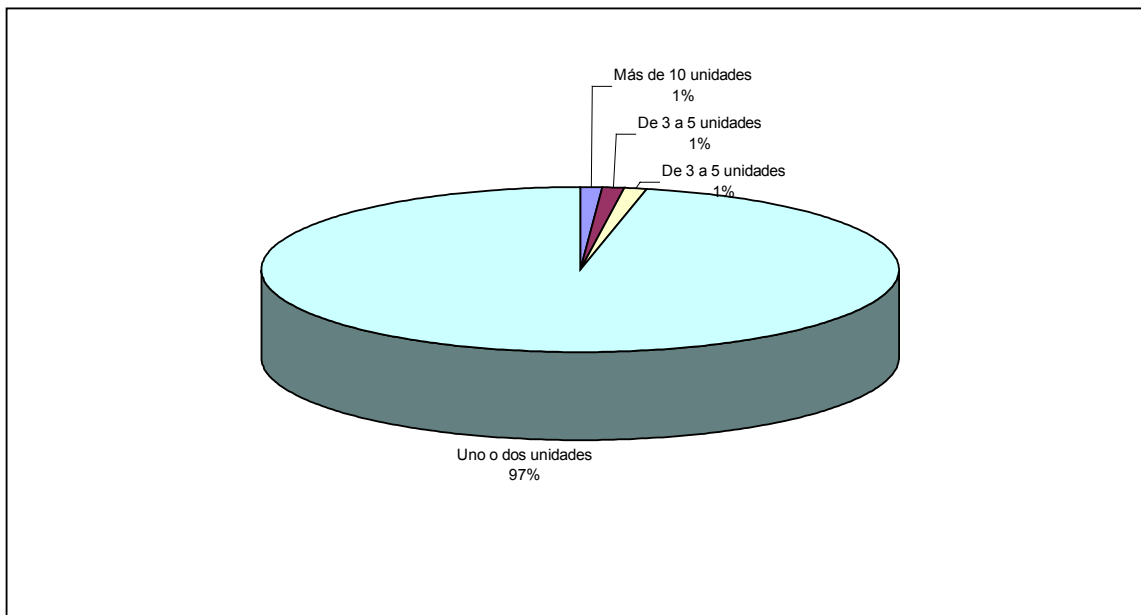
Tabla 3-3: Establecimientos alojativos por tipo de propiedad, Maspalomas, 2002.

	Establ.	Plazas	%
Hoteles	40	21.568	22,04
Est. Extrahoteleros	406	76.279	77,96
Total	446	97.847	100,00
Comunidades Propietarios	293	55.000	56,21

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta llevada a cabo en verano de 2002.

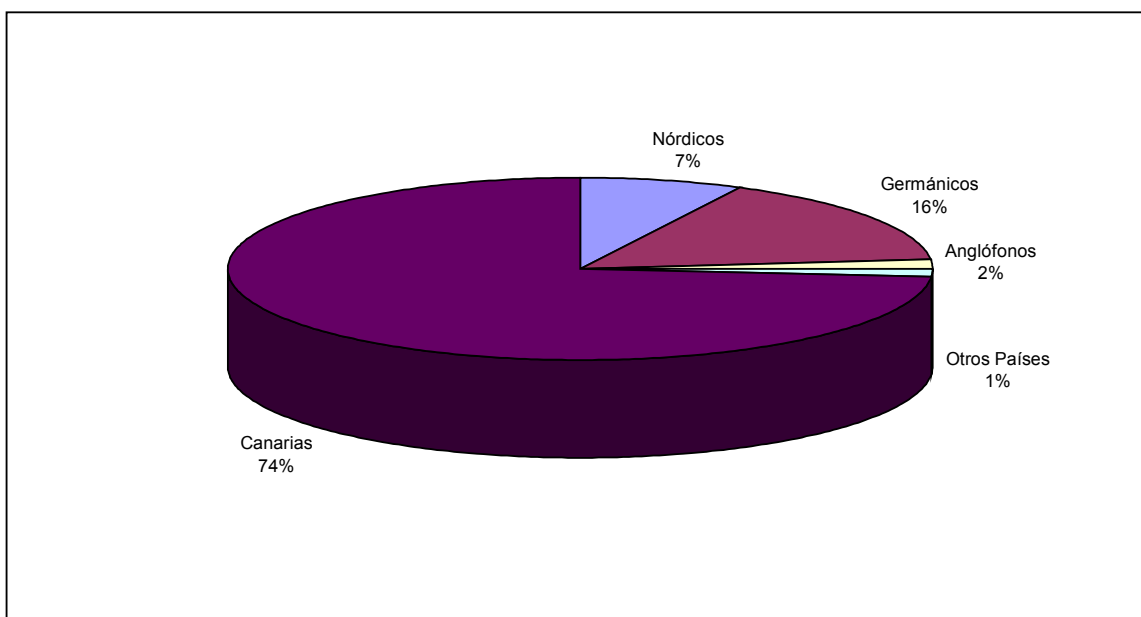
Si tenemos en cuenta que las comunidades de propietarios corresponden al sistema que acabamos de describir, y que en los últimos años es posible que alguna haya pasado al control de alguna gran empresa, es posible afirmar que este sistema ha sido sin duda mayoritario en el desarrollo turístico de Maspalomas. En cuanto a la fragmentación de los capitales y su origen geográfico, como indicador para contrastarlo hemos utilizado la fragmentación de la propiedad actual y su origen geográfico. Es decir, presuponemos que allí donde encontremos un complejo con varios cientos de propietarios, dicho complejo fue construido mediante el sistema señalado de venta sobre planos. Y si el origen geográfico de los propietarios es en la actualidad mayoritariamente canario, podemos pensar que el capital que participó en la construcción de los mismos fue también mayoritariamente canario. Pues bien, a partir de los resultados de la encuesta realizada, podemos afirmar sin duda que el sistema que hemos señalado, con predominio de pequeños capitales canarios, es ampliamente mayoritario.

Gráfico 3-2: Propietarios de la muestra según unidades poseen, Maspalomas, 2002.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta llevada a cabo en verano de 2002.

Gráfico 3-3: Propietarios de la muestra según origen geográfico, Maspalomas, 2002.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta llevada a cabo en verano de 2002.

Como podemos ver, los análisis cuantitativos realizados confirman lo obtenido a través de las entrevistas: la propiedad de los apartamentos es muy fragmentada y el origen geográfico de los propietarios predominantemente canario. En el anexo se exponen dos imágenes que ilustran este modelo constructivo. La ilustración 2, un anuncio de prensa reciente, si bien corresponde al municipio de Mogán, permite ejemplificar el fenómeno. La ilustración 3, por su parte, pretende ilustrar que este tipo de desarrollo turístico, en el que la posesión de un bungalow o apartamento permite disfrutar de unas rentas podría asimilarse en cierto sentido en la inversión en bolsa de un capital para obtener de él un importante rendimiento: los bungalows se venden especificando su renta porque no se conciben como un bien de consumo sino como una inversión.

3.4. Conclusiones sobre el desarrollo turístico- urbanístico de Maspalomas.

En este capítulo pretendíamos hacer una aproximación al modelo de desarrollo urbanístico turístico de Maspalomas. Para ello lo hemos situado en primer lugar en el contexto del desarrollo turístico mundial. Hemos visto que el caso de Maspalomas se enmarca dentro del desarrollo del turismo de masas que se da en los países occidentales entre finales de la década de 1950 y la de 1970. Sin embargo, no se trata ni de un caso excesivamente pionero, ni de otro tardío, enmarcándose en lo que podríamos denominar una “segunda ola” de desarrollo turístico.

Posteriormente hemos repasado la historia de la localidad de Maspalomas, que en menos de 40 años ha pasado de estar prácticamente deshabitada a soportar una presión humana de casi 150.000 habitantes de hecho diariamente. A partir de aquí hemos estudiado las diferentes etapas en el desarrollo turístico urbanístico, viendo que éste ha tenido lugar mediante una sucesión de etapas de extraordinario crecimiento y de estancamiento, que no tienen directa relación con la evolución de la demanda. Esto nos ha llevado a la necesidad de caracterizar el proceso constructivo, basado en el sistema que hemos denominado de “venta sobre planos”, lo que como veremos tendrá importantísimas consecuencias en otros ámbitos del desarrollo turístico.

Hecho este repaso del desarrollo turístico de Maspalomas, intentaremos enmarcarlo en las diversas teorías y tipologías que vimos en el primer capítulo. El desarrollo turístico de Maspalomas puede considerarse, siguiendo la tipología de Pearce (1986), un *desarrollo*

catalítico, ya que “a partir de un promotor inicial, las actividades llevadas a cabo van implicando a otras compañías e individuos tanto locales como foráneos, es decir, la actividad hace de catalizador para un desarrollo complementario simultáneo”. (Santana, 1997: 34). Si aplicamos la tipología de Peck y Lepie, nos inclinamos por considerar que, pese a que haya tenido fases muy aceleradas, en su conjunto el desarrollo turístico de Maspalomas puede considerarse lento, ya que *“ la promoción de los terrenos es controlada por los terratenientes locales y el desarrollo, ajeno a toda planificación, incluye a los integrantes de la población local; además, los recién llegados, ya sea como mano de obra, ya como inversores, suelen integrarse en las estructuras de poder tradicionales.* (Santana, 1997: 33)

Como vemos, la introducción del desarrollo turístico de Maspalomas en los marcos analíticos realizados en otros contextos sirve para fundamentar aún más la elección metodológica del estudio del caso de Maspalomas. Así creemos que el hecho de que Maspalomas se haya convertido en la principal concentración turística de España y quizá de España se relaciona con la concentración de la propiedad y la promoción turística, mientras que el predominio de la oferta extrahotelera se entiende a partir de la carencia de capitales para invertir en la construcción turística. Todo ello sirve también para ver los mecanismos de interrelación entre el desarrollo turístico- urbanístico, las características de los turistas y las de la oferta que surge. Que es lo que veremos en los próximos capítulos.

CAPÍTULO IV:
EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MASPALOMAS
COMO FENÓMENO SOCIO- ANTROPOLÓGICO.

4. EL DESARROLLO TURÍSTICO DE MASPALOMAS COMO FENÓMENO SOCIO- ANTROPOLÓGICO.

Tal como vimos en el capítulo primero, la forma que adopta el desarrollo turístico en una localidad está relacionada con las características socio- antropológicas de los turistas que acuden a la misma. Por ello, en este capítulo nos centraremos en analizar las características de los turistas que visitan Maspalomas poniéndolas en relación con la manera en que se da el desarrollo urbanístico- turístico (capítulo anterior) y con el tipo de infraestructura que se desarrolla para atender a las necesidades de los turistas.

En primer lugar utilizaremos las características de las nuevas formas de consumo turístico señaladas en el capítulo primero para describir las características de los turistas de Maspalomas, y veremos cómo el marco teórico que establece una distinción entre turismo fordista y postfordista no puede ser aplicado para el análisis de realidades concretas si se presupone una clara ruptura temporal entre ambos “modelos turísticos”. Desde los inicios del desarrollo a principios de los años setenta, el turismo de Maspalomas podría considerarse representativo de lo que en los últimos años se ha venido llamando “turismo postfordista”. El que el turismo en Canarias se concentrara en los inicios en los meses de invierno ha marcado desde entonces algunas de las características de los turistas que nos visitan.

En segundo lugar, intentaremos ver en qué medida las características de los turistas que nos visitan son a la vez causa y consecuencia de la forma que adopta el desarrollo urbanístico- turístico, tal como vimos en el capítulo anterior. Como veremos, el predominio de la construcción extrahotelera en sus primeras fases se relaciona no sólo con la escasez de capitales para invertir, tal como vimos en el capítulo anterior, sino con las características de los turistas. Por último, en el tercer apartado de este capítulo intentaremos esbozar qué condicionantes imponen las características de la demanda a la forma que adopta el desarrollo de una infraestructura para atender a los turistas. Como veremos, la necesidad de facilitar servicios relativamente poco acabados favorece a la planta extrahotelera, lo que explica que esta haya mantenido su predominio y también, en cierta medida, que se haya asemejado a los hoteles.

4.1. Las características de los turistas de Maspalomas en su contexto histórico.

Si hay algo que históricamente ha caracterizado al turismo de Maspalomas, y en general al turismo de Gran Canaria y de toda Canarias, es que se trata de un turismo de invierno. A diferencia de lo que sucedió en todas las grandes zonas turísticas desarrolladas anteriormente, en Canarias las primeras “invasiones” de turistas no tenían lugar en verano, sino, justamente al contrario, en invierno. Tal como vimos en el primer capítulo, el turismo de masas, el turismo fordista desarrollado en los años sesenta y setenta, fundamentalmente en el Mediterráneo, podía entenderse como una especie de “reparación” que las sociedades industriales avanzadas concedían a los trabajadores. Durante un mes al año, generalmente agosto, el orden se invertía, y los trabajadores dejaban de trabajar. Los habitantes de las grandes urbes industrializadas de la Europa del Centro y del Norte volvían a los “pequeños pueblos” no industrializados del Mediterráneo del que en algunos casos provenían¹.

Por el contrario, los inicios del turismo en Canarias se dieron durante los meses de invierno. Se trataba de ciudadanos de países con inviernos muy rigurosos que se permitían una huida hacia el sol. Los nórdicos, alemanes y en menor medida británicos que empezaron a acudir a Canarias a finales de los sesenta eran por tanto bastante distintos de los españoles, franceses, italianos, suizos, británicos, alemanes y también nórdicos que

¹ Inmigrantes del sur de Italia en el norte del país, inmigrantes del sur de España en las zonas industrializadas de Catalunya, País Vasco y Madrid, e inmigrantes del sur de Europa (portugueses, españoles, italianos, yugoslavos y griegos) en el norte de Europa (Alemania, Austria, Holanda, Bélgica y Francia).

abarrotaban las playas del Mediterráneo en verano. En primer lugar porque puede afirmarse que generalmente el turismo de invierno es más “elitista” que el turismo de verano: no todo el mundo puede viajar en invierno. Sin embargo, no se trata de un turismo tan elitista como se pudiera pensar. Las sociedades del norte de Europa, en cierto sentido más avanzadas, presentaban ya entonces algunas características de lo que posteriormente se ha dado en considerar propias del turismo “postfordista”. En la década de los setenta su envejecimiento demográfico era ya muy importante, incluso mayor que el actual. Por lo tanto, el número de ciudadanos que no se veían constreñidos por los períodos de vacaciones escolares de sus hijos a la hora de tomar las vacaciones era muy superior al de otros países. Por otro lado, la regulación laboral ya incentivaba a muchos trabajadores a tomar sus vacaciones fuera del verano y a repartirla en varios períodos.

¿Qué buscaban pues los turistas que venían a Canarias? Sol. Es decir, no buscaban una ruptura total con la vida cotidiana. No buscaban un alejamiento absoluto del trabajo. No buscan lo exótico, lo distinto, lo diferente, sino sencillamente, estar cómodos en un lugar en el que encuentran aquello de lo que carecen en sus lugares de origen: el sol. El que se trate de turistas que realizan más de una vacación al año, y por tanto sean consumidores experimentados de servicios turísticos prefigura algunas características de lo que posteriormente se dará en llamar “turismo postfordista”. Sin embargo, la evolución del turismo en Maspalomas en los últimos 30 años ha tenido un sentido de alguna manera contrario a lo sucedido en otros lugares: la desestacionalización temprana del turismo ha hecho que tras una fase inicial en que el turismo fue sólo de invierno, éste se haya extendido también al verano. En la actualidad, y desde hace ya bastante, la temporada turística en Maspalomas abarca la totalidad del año. Existen dos temporadas fuertes: como

se puede ver en la tabla, en invierno el clima, las infraestructuras y la seguridad de Canarias no tiene competidores cercanos en Europa, y por ello es en los meses de invierno cuando más turistas visitan Maspalomas. En verano, el incremento de la demanda turística hace que se incremente de nuevo el número de turistas. Por el contrario, las temporadas bajas son aquellas en que el frío no es aún demasiado riguroso en Europa y corresponden por tanto al inicio y al final del verano.

Tabla 4-1: Turistas por mes y trimestre, Gran Canaria, 2001.

	Turistas	%		Turistas	%		Turistas	%		Turistas	%
Enero	283.260	9,26	Abril	256.955	8,40	Julio	253.273	8,28	Octubre	276.442	9,04
Febrero	279.068	9,12	Mayo	196.138	6,41	Agosto	235.272	7,69	Noviembre	260.834	8,53
Marzo	304.025	9,94	Junio	199.621	6,53	Septiembre	239.118	7,82	Diciembre	274.753	8,98
Total	866.353	28,32	Total	652.714	21,34	Total	727.663	23,79	Total	812.029	26,55

Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canarias, 2003.

La importancia del turismo invernal implica que aún en la actualidad el turismo de Maspalomas tenga muchas de las características que acabamos de señalar, y que como veremos posteriormente se relaciona directamente tanto con las características del desarrollo urbanístico como con las del socio- económico. Existen sin embargo algunas diferencias, que es lo que trataremos a continuación.

4.2. Las características de los turistas de Maspalomas en la actualidad.

El repaso histórico de la evolución del turismo en Maspalomas nos permite entender que no existen unas características comunes a todos los turistas que visitan Maspalomas. Los turistas que visitan Maspalomas en la actualidad son el agregado de los turistas que acuden en invierno, los que acuden en verano y los que lo hacen en primavera y otoño. Como acabamos de ver, las características del turismo de invierno y el de verano son en muchos casos contradictorias. Tal como se detalló en la tabla 4.1, más de la mitad de los turistas de Gran Canaria en 2001 (54,87%) visitaron la isla en los meses comprendidos entre octubre y marzo, por lo que pueden considerarse como turismo de invierno. Casi una tercera parte (30,32%) puede considerarse turismo de verano, pues visitaron Gran Canaria entre junio y septiembre². Por último, un 15% de los turistas visitaron la isla entre abril y mayo, por lo que pueden considerarse como un turismo intermedio entre el de verano y el de invierno³.

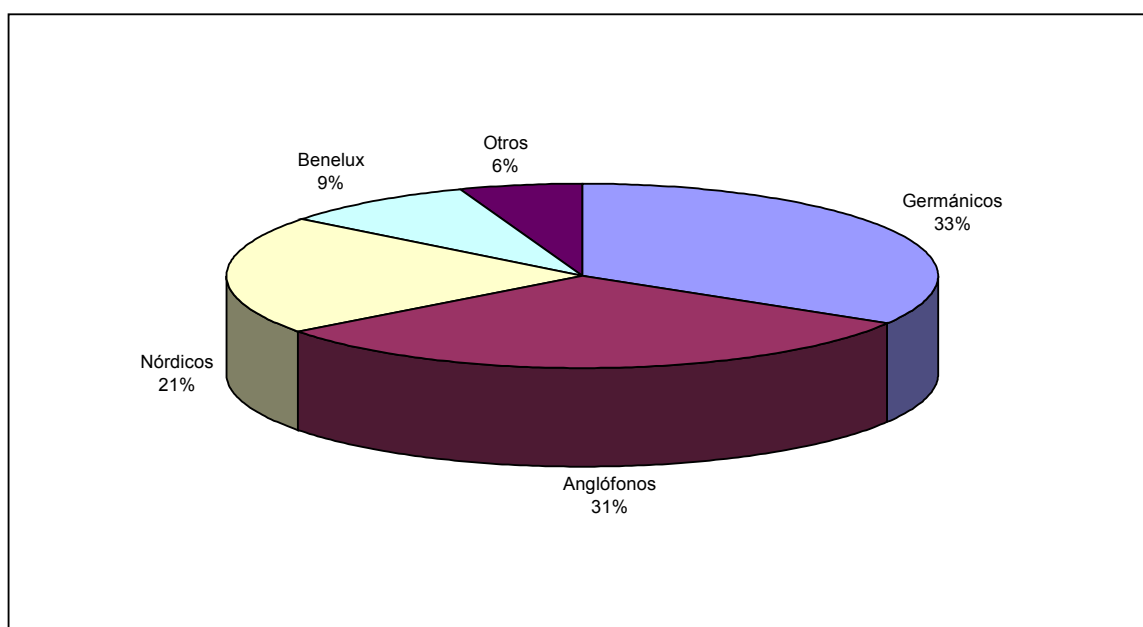
En cuanto a las características de cada uno de estos grupos de turistas, y siguiendo las pautas seguidas en el análisis histórico, estudiaremos en primer lugar el origen geográfico de los turistas, es decir, de dónde viene cada uno de los grupos de turistas. De

² En muchos países europeos el mes de vacaciones por excelencia es Julio y no agosto, a diferencia de lo que ocurre en España.

³ La evolución turística del mes de abril varía cada año en función de que la Semana Santa y la Pascua caiga en este mes o no. En cualquier caso, hay que hacer constar que estos datos hacen referencia sólo a los turistas extranjeros, que son en cualquier caso ampliamente mayoritarios en Maspalomas.

manera conjunta el origen de los turistas que visitan Gran Canaria está muy concentrado geográficamente: el 94% provienen de cuatro grandes zonas: países germánicos (Alemania, Austria y Suiza, con el 33%), países anglófonos (Gran Bretaña e Irlanda, con el 31%), países nórdicos (Dinamarca, Finlandia, Suecia, Noruega y Finlandia, con el 21%) y países del Benelux (con el 9%).

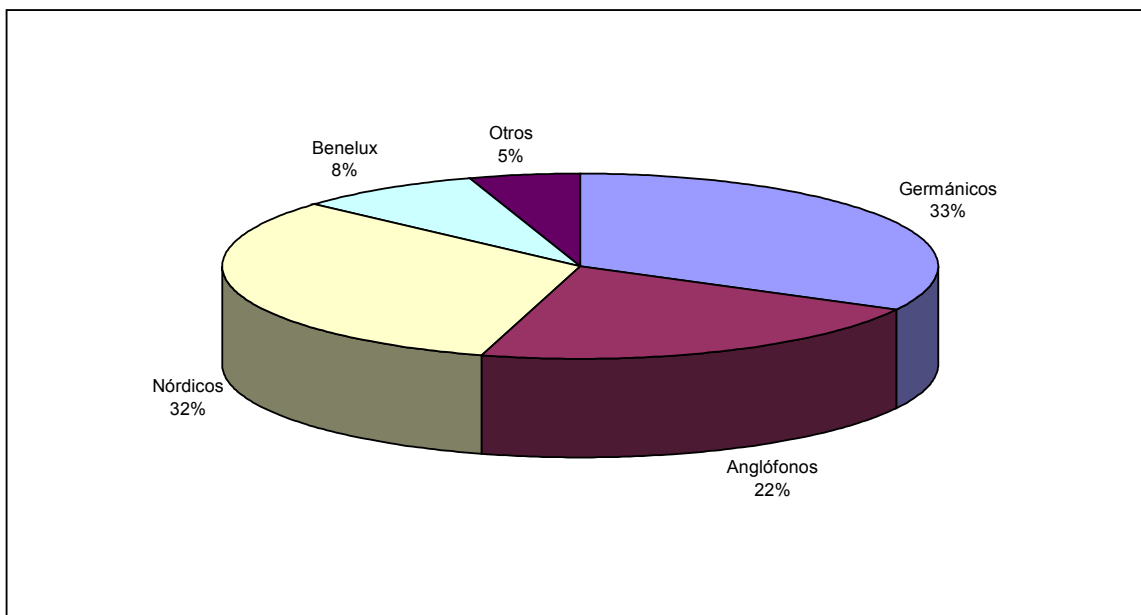
Gráfico 4-1: Turistas por países de origen, Gran Canaria, 2001.



Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canaria, 2003.

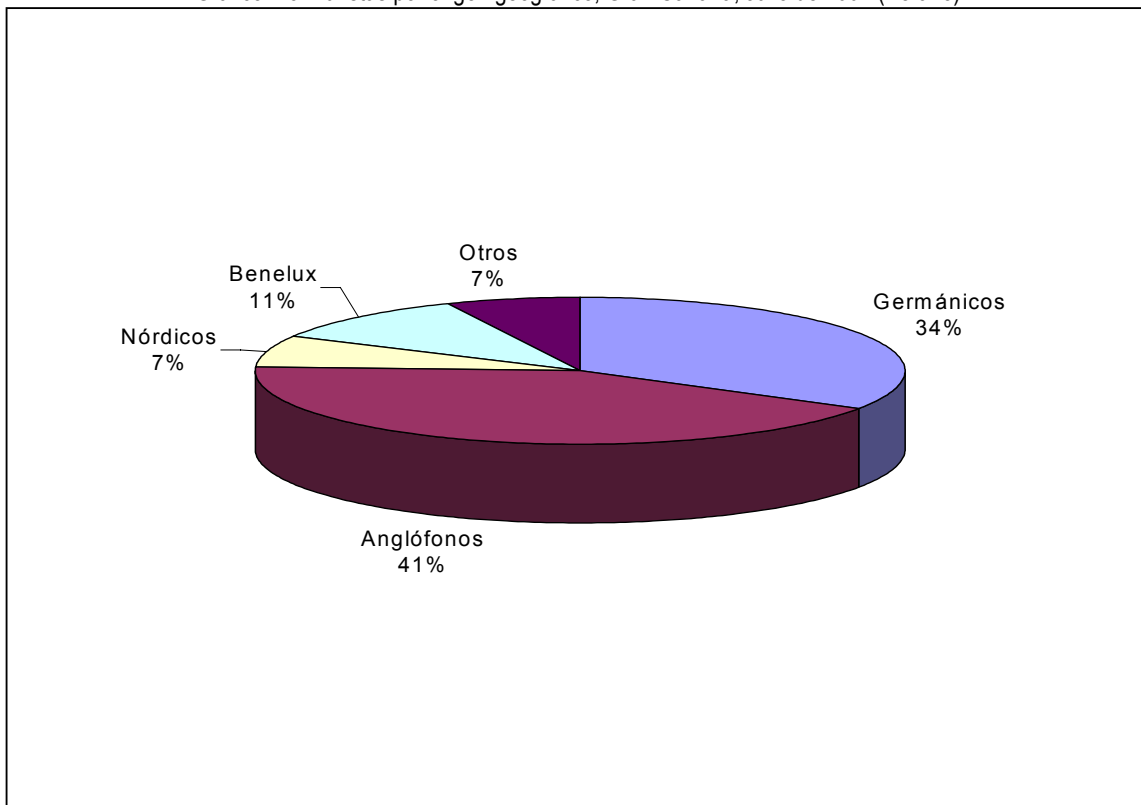
Ahora bien, el reparto por nacionalidades varía según la época del año de la que estemos hablando. El desarrollo turístico de Gran Canaria se inició con las visitas invernales de los nórdicos y los germánicos. Aún en la actualidad, la mayoría del turismo que visita la isla en invierno procede de alguno de estos países. Según vimos en la tabla 4.1, el mes en que más turistas entraron en Gran Canaria fue marzo, con más de 304.000. Pues bien, como podemos ver en el gráfico 4.2, casi dos terceras partes de los mismos (65%) provenían de los países germánicos y nórdicos.

Gráfico 4-2: Turistas por origen, Gran Canaria, marzo de 2001 (Invierno).



Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canarias, 2003.

Gráfico 4-3: Turistas por origen geográfico, Gran Canaria, Julio de 2001 (Verano).



Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno de Canarias, 2003.

Los turistas británicos e irlandeses, que ya vimos que en el total anual acumulan casi una tercera parte de los turistas, son en realidad los turistas mayoritarios en verano, y relativamente minoritarios en invierno. Como vemos en el gráfico 4.3, los anglófonos eran los turistas mayoritarios en Maspalomas en Julio de 2001, mientras que los nórdicos, que eran la tercera parte de los turistas en marzo se reducen hasta apenas un 7%. En definitiva, a la hora de definir las características de los distintos grupos de turistas (invierno y verano), podemos empezar por su nacionalidad: los turistas de verano en Gran Canaria son sobre todo británicos e irlandeses (41%), alemanes, austriacos y suizos (34%) y en menor medida holandeses y belgas (11%). Por el contrario, los turistas de invierno son germánicos (33%), nórdicos (33%) y en menor medida británicos (22%).

4.2.1. Características de los turistas de invierno.

Las características del turismo de invierno, que está constituido básicamente por nórdicos y alemanes, son en buena manera definitorias del turismo en Gran Canaria, tanto por haber sido éste el tipo de turistas con el que se inició el desarrollo como por ser aún hoy cuantitativamente más importante⁴. Se trata de un turismo de edad media relativamente elevada, compuesto fundamentalmente por parejas de media edad, jubilados y familias con o sin niños⁵. Pese a lo que a veces tiende a pensarse, se trata de unos turistas de estatus socio económico medio- alto⁶.

Es un turismo muy fiel, ya que buena parte de los turistas que visitan la isla en invierno han estado en otras ocasiones, a veces incluso en un mismo año, y siempre alojándose en el mismo establecimiento⁷. La duración media de sus vacaciones en Gran Canaria es de unos 11 días⁸. Es también un turismo muy experimentado, que realiza más de

⁴ En el mes de marzo de 2001 hubo un 15% más de turistas que en el mes de julio del mismo año.

⁵ Esto no es óbice, en cualquier caso, para que también en invierno puedan encontrarse turistas más jóvenes. Según datos de la encuesta del Gasto Turístico en Canarias, 199 (ISTAC, 2001) (2001), un 9,09 por ciento de los turistas que visitaron el Sur de Gran Canaria en el invierno de 1996 tenían más de 60 años, y un 27,7% más de 45.

⁶ Según las mismas fuentes, más de los dos tercios son gerentes, profesionales liberales, funcionarios, pequeños empresarios o técnicos. La idea de que el "turismo que tenemos es de muy baja calidad" se explica, aparte de por la difusión interesada de ciertas ideas, por un error cognitivo. Cuando los canarios van al Sur en verano el turismo que se recibe es efectivamente de bajo nivel adquisitivo, y por ello tienen la impresión de que todo el turismo que nos visita es de baja calidad, al no conocer que el turismo de invierno es bastante distinto al de verano.

⁷ Muchos directores entrevistados presumen de tener en sus complejos más de un 30 o un 40% de repetidores, es decir, de clientes que vuelven año tras años al mismo establecimiento.

⁸ Este dato hace referencia también a 1996 (ISTAC, 1998:52).

una vacaciones al año⁹, y que por ello elige fórmulas de reserva del viaje relativamente “blandas” como el transporte y alojamiento¹⁰. Precisamente porque es un turista que busca en el alojamiento una “segunda residencia”, encuentra preferible los apartamentos y bungalows a los hoteles. Es un turismo que busca sobre todo tranquilidad y el disfrute del sol y la playa.

En definitiva, las características de los turistas que visitan la isla de Gran Canaria en el invierno son relativamente parecidas a las del inicio del desarrollo turístico. En relación con los debates teóricos, puede afirmarse también que se trata de un tipo de turismo cercano a lo considerado como “turismo postfordista”, al tratarse de turistas experimentados y repetitivos.

4.2.2. Características de los turistas de verano.

Las características del turismo de verano, que ya hemos visto que está compuesto en buena medida por británicos, irlandeses y germánicos, difieren significativamente de las de los turistas de invierno, y las acercan al turismo de masas que se ha dado en llamar turismo fordista. Para empezar, hay que tener en cuenta que a diferencia de lo que sucede en invierno, para buena parte de los que visitan Gran Canaria, su estancia son las vacaciones

⁹ Según datos de la Encuesta del Gasto Turístico (ISTAC, 1998), en 1996 más de los turistas encuestados en invierno en el sur de Gran Canaria declararon que su visita a isla eran unas vacaciones secundarias, lo que presupone que realizan otros viajes vacacionales en el mismo año.

¹⁰ En la medida en que un turista es novato y visita lugares “inseguros”, preferirá dejarlo todo atado desde la salida y contratar Pensión Completa o Todo Incluido. En la medida en que el turista es más experimentado y visita lugares conocidos confía en obtener por sí mismo la alimentación a un precio ventajoso.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

principales del año¹¹. En cuanto a su edad, son turistas bastante más jóvenes. Predominan los grupos de turistas jóvenes seguidos de las familias, mientras que los maduros y jubilados son mucho más escasos. Dado que no son turistas tan experimentados, recurren en mayor medida a fórmulas de reserva del viaje más amplias como la media pensión o la pensión completa. Esto tiene que ver también con que para ellos, al tratarse de “las vacaciones” (y no “unas vacaciones más” como sucede con los turistas de invierno) intentan romper con la vida cotidiana en mayor medida (lo que les desanima a cocinar).

Es un turismo mucho menos repetitivo. No es un turismo que elija Gran Canaria porque éste sea su destino de vacaciones, sino que en muchas ocasiones elige Gran Canaria porque en el momento de comprar sus vacaciones era un destino más barato, y sólo repetirán si esto se vuelve a producir. Es un destino que busca, sol, playa y ambiente nocturno, y que por tanto podría considerarse como el típico “turismo de las tres eses” (*sea, sun and sex*), y por tanto típico del turismo fordista.

¹¹ Según la Encuesta del Gasto Turístico (ISTAC, 1998), en 1996 eran un 71% los turistas encuestados en verano que afirmaban que la visita a la Isla eran sus vacaciones principales.

4.2.3. Características del turismo gay.

Además de los anteriores cabría diferenciar un tercer grupo de turistas con características diferenciadas como para constituir un grupo aparte, el turismo gay. Por motivos obvios, es un grupo del que no se tiene demasiada información estadística, por lo cual, aparte de señalar la existencia del mismo nos limitaremos aquí a señalar algunas características del mismo. Posteriormente se ofrece una traducción de un folleto dirigido hacia este tipo de turismo y que puede ayudar a comprenderlo.

Desde hace ya más de una década, Maspalomas se ha convertido en un referente para el turismo gay europeo. El atractivo de Maspalomas para este tipo de turismo es la posibilidad de vivir la homosexualidad de una manera normalizada, posiblemente más que en sus lugares de origen. Mostrarse “tal como se es”¹². Por ello, las características de este tipo de turismo se encuentran a medio camino entre el turismo de invierno y el de verano, y de hecho, es un turismo que se encuentra presente a lo largo de todo el año. Para una parte de los gays que visitan Maspalomas, Gran Canaria es un lugar de “ligue”, lo que la asemeja a un destino tipo “turismo de las tres s”. Pero para otra parte no desdeñable, Maspalomas es, igual que para el turismo de invierno, simplemente un lugar en el que residir de manera agradable. Un porcentaje importante del turismo gay que acude a Gran Canaria no con el objetivo de encontrar nuevas parejas sino disfrutar, en muchos casos con sus parejas, del clima en un entorno agradable, lo que incluye entre otras cuestiones la posibilidad de demostrar abiertamente su sexualidad.

¹² Ver anexo.

Ilustración 8: Turismo Gay.

GAY

Soy lo que soy, es justo la expresión correcta para unas vacaciones gay en Gran Canaria. En estas vacaciones, las mejores semanas del año, los hombres hambrientos de sol y con la necesidad de viajar pueden encontrar todo lo que sus corazones pueden desear en este “mini- continente”. Aquí, todo el mundo puede ser simplemente como es!. Para que los hombres puedan sentirse completamente libres y cómodos entre otros hombres, seis complejos de bungalows gay desde San Agustín hasta Maspalomas ofrecen un óptimo alojamiento!. En “Pasión Tropical”, en San Agustín, la clientela tiene entre 18 y 40 años. El complejo tiene 15 apartamentos y está a sólo 20 metros de la playa. En el edificio principal, una enorme terraza panorámica invita al relax después de un baño en el mar. El complejo de bungalows “Aguila Beach Park” se ha convertido al alojamiento para gays por primera vez este año. Una vez más, está también a sólo 20 metros de la playa. Aparte de sus 18 bungalows, hay también, por supuesto, una piscina, restaurante y bar.

“Vista Bonita” está situada en Sonnenland y tiene 22 bungalows. Uno de sus atractivos particulares es la barbacoa diaria y los cruceros especiales en catamarán que se llevan a cabo una vez por semana. Además de estar disponibles para gays, todos estos complejos también dan la bienvenida a lesbianas. ¡La clientela es internacional!. Pese a que cada uno sigue sus preferencias personales, la mayoría de la gente tiende a encontrarse en la playa gay situada entre Playa del Inglés y Maspalomas, directamente en frente del kiosko número 7 de la playa de Maspalomas. Los habituales ya lo conocen, y para los nuevos es fácil reconocer esta sección de la playa por la presencia de la bandera arco iris. Para aquellos que ya han tomado suficiente sol en un feliz y relajante día en la playa, una buena manera de terminar la tarde es con un café y alguna tarta o refresco. El punto de encuentro para este “après beach” es o bien la “Strand Apotheke” (farmacia de la playa, en alemán), o en el paseo de la playa de Maspalomas, o el “Café Wien”, en el C.C. Cita. Aunque estos son realmente “hetero – cafés”, cuando se da la salida desde el número 7, son, por un tiempo, casi por completo “hetero- hostiles”. Más tarde, cuando el estómago empieza a rugir, es tiempo de una sustanciosa comida nocturna, y los gays tienen sus restaurantes favoritos en el “Yumbo”. “Valentine’s está abierto de 19:00 a 24:00!. Aquí es donde gays y lesbianas pueden disfrutar de una excelente cocina francesa a manos de Hans y Ronald, de Holanda. En “Lelo”, puedes disfrutar de los platos alemanes.

Como el punto de encuentro para gays, el Centro Comercial Yumbo es inmenso, después de la cena puedes dar un largo y agradable paseo por él. Si lo que estás buscando es un souvenir para los amigos, quizá encuentres justamente lo que estabas buscando en “DJ’s Pride Shop”, porque no es sólo un sex- shop gay. Desde las 18:00 hasta la 1:00, Detlef tiene también artículos “arco iris” a la venta, artículos para la escena de cuero y chinchetas (para los “osos, como son conocidos en Alemania), o el best- seller gay en Alemania “Elvira en Gran Canaria”. Hay numerosos y atractivos bares cuando llega la hora de tomar algo fresco. La hora de apertura varía desde las 18:00 hasta las 20:00, y la mayoría se encuentran en el primer piso. Si te apetece disfrutar de un buen café antes de empezar la noche, entonces tu sitio es “Grand Café Latino”, con música latina y éxitos británicos. “Ver y ser visto” es el lema en el *Lux*, de Peter y Wolfgang. En Adonis, excelente servicio, y simpatía en el *Zaza*, de Jimmy. En *Nestor*, de Barry y Stuart, la clientela es sobre todo británica, con shows de travestis y otros entretenimientos. Una mezcla de alemanes y británicos puede encontrarse en el “September I”, de Wolfgang y Graham. Curiosamente, este es uno de los pocos bares en el que los heterosexuales no son realmente bienvenidos.

Son, en cualquier caso, aceptados en “Hummel – Hummel”, si se comportan adecuadamente. Las atracciones especiales del Hummel Hummel incluyen shows de travestis y strip- tease, y en particular dos “habitaciones oscuras”. Con Andrea y Mircko, en el “*Spartacus*”, puedes bailar con música internacional y española. También se puede bailar en el “Na Und”, de Peter. La música, muy popular, incluye éxitos alemanes, valeses y música española, y los viernes y sábado show de flamenco. Y en el “*Bärenhöhle*” (la cueva del oso), como su nombre sugiere, se reúnen “osos” de toda Europa.

GAY

Verdaderos “pasteles de carne”, normalmente vestidos de cuero, se sientan rodeados de cientos de tipos más suaves charlando animadamente alrededor de un café. En la segunda planta, “El Pájaro Loco está abierto a partir de las 20:00. En una atmósfera típicamente española, Víctor y Claudio hacen que sus clientes se sienta bien en su bar con sonido disco español e internacional. Justo en la puerta de al lado, “Klappsmühle”, a cargo de Rüdiger. Aparte de bebidas sirven también snacks ligeros, todo en una atmósfera de música alemana ligera.

El travestismo o transformismo es la “marca de la casa” del bar “Terry Show”. Aquí puedes divertirte con música Salsa hasta las 4 de la mañana. El “Centre Stage” abre sus puertas a las 22:00 con música de los viejos musicales. ¡Y la noche todavía es joven!. A las 23:00 es el turno de apertura de los bares de cuero y las discotecas. Puedes bailar con los últimos sonidos disco y house hasta la 5:00 AM en “XL- Men’s Club”. La diversión viene en forma de un show de strip- tease, o una visita a la “habitación oscura”. En el “Prison Bar”, los últimos éxitos techno, así como videos y “habitación oscura” están allí para hombres en cuero, vaqueros o uniforme. En el “Contacto”, de Uli, hay música trance y house, además de pases de vídeos “duros” y una “habitación oscura” con extras. Para aquellos que quieren ver un poco más de la isla que sólo sus playas y vida nocturna, “*Doris Gay Jeep Safari*” les puede mostrar eso con mucha aventura. En pequeños y exclusivos grupos de cómo máximo dos Jeeps, alejados del bullicio turístico, Doris llevará a sus clientes por toda la isla y les informará de los mejores lugares de Gran Canaria.

Folleto obtenido en la Oficina Municipal de Información al consumidor, Maspalomas, verano de 2000. Traducción propia de texto en inglés.

4.3. Las características de los turistas y el desarrollo urbanístico.

Las características de los turistas que visitan un destino se relacionan tanto con la forma que adopta el desarrollo urbanístico del mismo como con la infraestructura socio-económica que surge para atender a los visitantes. Así por ejemplo, parece obvio que en los destinos de sol y playa, en que los turistas buscan sobre todo el contacto con el mar, el desarrollo de las urbanizaciones turísticas se da inicialmente en la costa, ya que así se da una coincidencia entre turistas que buscan el mar y alojamientos que están cercanos al mismo. Ahora bien, ¿cómo influyen las características de los turistas en el tipo de infraestructuras que se construyen? ¿Cómo se relaciona el tipo de turistas con el tipo de empresas que surgen para atender las necesidades de estos?

Como ya vimos en capítulos anteriores, el desarrollo turístico de Canarias, de manera especialmente acentuada en Maspalomas, presenta una particularidad que lo distingue de otros destinos: el predominio de la planta alojativa extrahotelera. Por tanto, si existe una conexión entre el tipo de turistas y el desarrollo turístico, cabe pensar que existen algunas características especiales de los turistas que nos visitan y que los diferencian del tipo de turismo que acude a otros destinos. Y esta característica es que se trata de un turismo de invierno. La presencia simultánea (co- relación) de estas dos variables, es decir, el predominio de la planta extrahotelera y del turismo de invierno, induce a pensar que existe relación entre ambas. Para dar por buena la idea de que existe relación entre el predominio de la planta alojativa extrahotelera y el predominio del turismo de invierno habría que demostrar dos proposiciones: por un lado, que allí donde predomina la planta

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

extrahotelera predomina el turismo de invierno; por otro lado, que allí donde predomina el turismo de invierno predomina la planta extrahotelera. A partir de los datos aportados por la Unión Europea (Euroisles), se ha hecho un análisis de la oferta alojativa de otras islas europeas, ampliando lo que vimos en el capítulo II en relación a otros destinos turísticos españoles, y la conclusión a la que llegamos es que el predominio de la oferta extrahotelera es un “hecho diferencial canario”. En el resto de destinos europeos, el predominio de la planta hotelera sobre la extrahotelera es abrumador, de manera que incluso el relativo equilibrio que se da en Tenerife constituye un hecho extraordinario.

Tabla 4-2: La oferta alojativa de las islas de la U.E.

	P. Hoteleras	P. Extrah.
Gran Canaria	35.018	107.838
Tenerife	57.006	56.999
Madeira	19.240	79
Mallorca	216.835	59.826
Córcega	51.942	3.202
Cerdeña	58.759	58.549
Samos	10.066	5.960
Kos	27.680	4.511
Rodos	59.869	8.939
Thira	7.182	10.417
Mykonos	6.283	5.281
Paros	5.307	10.315

Fuente: Elaboración propia con datos de Euroisles, 2002¹³.

El único destino turístico europeo de importancia en que predomina la planta extrahotelera es Canarias. Y en Canarias predomina el turismo de invierno. Por tanto, la primera proposición no presenta demasiados problemas para ser aceptada. Haremos sin embargo algunas matizaciones: dentro de Canarias, las islas y municipios con mayor importancia de la planta extrahotelera, como Maspalomas, es donde más importancia tiene

¹³ En Internet, www.euroisles.es. Aunque los años no coinciden para todas las islas, las cifras hacen referencia al período 1999- 2001.

el turismo de invierno. Por el contrario, en destinos como el Puerto de La Cruz o Adeje¹⁴, donde la planta extrahotelera no es tan importante, es más importante el turismo de verano, así como mercados emisores como el español que son más fuertes en verano, y que se acercan a la idea del turismo fordista como reparación y ruptura con la vida cotidiana. En definitiva, podemos pensar que allí donde predomina la planta extrahotelera predomina también el turismo de invierno.

Para dar como válida la segunda proposición tendríamos que demostrar que allí donde predomina el turismo de invierno predomina también la planta extrahotelera. Lo cual nos lleva a plantearnos las siguientes preguntas: ¿cuáles son los destinos de turismo de invierno para los europeos? ¿Existen destinos de invierno en que predomine la planta extrahotelera? Como ya vimos anteriormente, los principales mercados emisores de turismo de invierno en Europa son los países nórdicos, Alemania, Austria y Suiza, y en menor medida Gran Bretaña. Pues bien, puede afirmarse que para estos tres mercados Canarias es el principal destino de invierno. En Dinamarca, casi una tercera parte (29,49%) de los viajes durante el invierno de 2001- 2002 tenían como destino las Islas Canarias¹⁵. Del resto de destinos, sólo España (26%, sin contar Canarias) y Tailandia (15%), superaban el 7%. Y dentro de Canarias, Gran Canaria era el destino más elegido. Para el mercado británico, la cuota de mercado de Canarias en el turismo de invierno alcanza el 25%, seguida por el resto de España (14%) y Francia (7,8%)¹⁶. Y aunque no disponemos de datos exactos, puede afirmarse que también para los alemanes Canarias (y especialmente Gran Canaria) es

¹⁴ En general en la isla de Tenerife. Esto lo veremos con más detalle en el próximo capítulo.

¹⁵ Datos de la oficina de Turismo de Dinamarca, citados por Vallejo, 2002.

¹⁶ Datos de la OET, citados por Schlueter Parrilla, 2002.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

el principal destino turístico de invierno. Si además tenemos en cuenta que los mercados nórdico y germánico, siendo los principales emisores de turismo de invierno, tienen una acusada preferencia por Gran Canaria dentro de las islas Canarias¹⁷, podemos afirmar que el destino turístico invernal por excelencia para los europeos es Canarias, y especialmente Gran Canaria.

En definitiva, que a la pregunta sobre cuáles son los principales mercados de turismo de invierno para los europeos podemos responder que el principal mercado son las Islas Canarias. Respecto a si existen destinos de invierno en que predomine la planta extrahotelera no podemos ser tan taxativos, ya que en algunos casos se trata de destinos relativamente nuevos (Tailandia) y en otros casos podrían considerarse “destinos de verano reconvertidos” (Baleares, Costas Peninsulares). Dado que en cualquier caso se trata de destinos que son relativamente recientes como destinos de invierno, podemos afirmar que, al menos hasta épocas bastante recientes el desarrollo del turismo de invierno se hizo en paralelo al de establecimientos alojativos extrahoteleros.

Dando pues como válida la idea de que existe relación entre turismo de invierno y establecimientos extrahoteleros, ¿cuáles son los mecanismos conceptuales que permiten explicar porqué se da en paralelo el desarrollo del turismo de invierno y de la planta extrahotelera? ¿Porqué se da a la vez el predominio del turismo de invierno y el de la planta

¹⁷ Según datos de la Consejería de Turismo y Transportes, citados por Santana Turégano 2001, más de la mitad de los daneses, finlandeses, noruegos y suecos que visitaron Canarias en el año 2000 se concentraron en Gran Canaria.

extrahotelera? Son las características del turismo de invierno, especialmente tal y como se da en Canarias, lo que lleva a los turistas a preferir alojarse en apartamentos y bungalows y no en hoteles. El objetivo principal de los turistas que visitan Canarias en invierno es residir por un tiempo en un entorno agradable y con un clima mucho mejor que el que encuentran en sus lugares de origen¹⁸. Si el objetivo es residir, un apartamento o bungalow es una residencia mucho mejor que la habitación de un hotel¹⁹. Además de su carácter “residencial”, el que se trate de un turismo muy repetitivo y experimentado ha influido también en lo que habitualmente se considera la “baja calidad de la oferta”. El que la mayoría de la oferta alojativa de Maspalomas la compongan complejos de apartamentos y bungalows de una y dos estrellas no se relaciona con una escasa capacidad de gasto turístico de quienes los visitan, sino con el hecho de que se trata de unos turistas que reparten su presupuesto anual para turismo en numerosas (y a veces pequeñas) vacaciones. Como ya hemos visto, el turismo que visita Maspalomas, especialmente el que lo hace en

¹⁸ El director de un complejo extrahotelero, que vivió varios años en Suecia, lo expresaba de una forma muy clara: “*el turismo de invierno, el venir a Canarias lo tiene como una terapia*” (entrevista realizada en julio de 2000).

¹⁹ Como expresaba un empresario entrevistado, “*los extrahoteleros damos calidad. Una habitación de hotel no son sino una habitación de 10 m2 y un baño. Nosotros, además, damos una cocina, un saloncito e incluso un trocito de jardín*” (entrevista realizada en julio de 2002). En este sentido, puede considerarse que el desarrollo de la planta extrahotelera en Canarias guarda ciertas relaciones con el de las segundas residencias en el Mediterráneo. La distancia a los destinos emisores es lo que posiblemente haya determinado que la evolución de estos dos fenómenos haya sido diferenciada, ya que el sector extrahotelero se ha acabado asimilando a la gestión de los hoteles, como veremos posteriormente, mientras que las segundas residencias, que pueblan buena parte de la costa mediterránea española, desde Girona hasta Málaga, han evolucionado hacia un fenómeno residencial. Si los suecos y alemanes hubieran podido cargar sus pertenencias en su vehículo privado y desplazarse en menos de 24 horas por sus propios a Canarias quizá no hubieran contratado los servicios de un touroperador. Sobre el turismo residencial puede verse, entre otros, Jurdao Arrones, 1992.

invierno, no puede ser considerado de clase baja²⁰, y si bien es cierto que no gastan demasiado, ello se debe a lo que acabamos de señalar: no siempre quien más tiene es el que más gasta²¹. Por último, existe otro factor que ayuda a comprender la relación entre las características de los turistas y el predominio de la planta extrahotelera. Como ya hemos señalado, en los años 70 la ley Strauss otorgaba ventajas fiscales a los ciudadanos alemanes que invertían en países en vías de desarrollo. La existencia de una importante planta de apartamentos y bungalows en Maspalomas permitía pues satisfacer, al menos parcialmente, la demanda que esta ley había provocado inmuebles para invertir en países relativamente estables pero considerados “en vías de desarrollo²²”.

²⁰ Según la encuesta del gasto turístico (citado por Santana Turégano, 2001), en el invierno de 1996 un 34,37 de los que visitaron el sur de Gran Canaria declararon ser gerentes, profesionales liberales, o funcionarios. Un 30,80% eran pequeños empresarios o empleados de nivel técnico, un 4,42% estudiantes y un 8,70% jubilados. No se puede afirmar que se trate de un tipo de turismo de clase baja, sino por el contrario, de clase media- alta.

²¹ La idea de que diferentes clases sociales difieren no sólo en el volumen de su consumo sino en la estructura del mismo ha sido tratada ampliamente por Borràs Català (1998) , y Bourdieu (1994). En Santana Turégano (2000) se trata el turismo como consumo cultural. Con motivo de determinados acontecimientos, como la celebración de una luna de miel, estratos socio- económico medio- bajos pueden “tirar la casa por la ventana” y gastar en turismo mucho más que estratos con niveles adquisitivos superiores. El turismo tradicional “fordista” encaja dentro de esta lógica: permitirse durante las vacaciones los lujos que no se permiten durante todo el año. Por ello resulta comprensible que, según reflejan las sucesivas Encuestas del Gasto Turístico de Canarias, los turistas que más gastan en Canarias (en destino) son los españoles que acuden en verano al Puerto de la Cruz. No es que sean los turistas que poseen mayor poder adquisitivo, pero sí que conciben sus vacaciones, al menos en parte, como un “tirar la casa por la ventana” durante un tiempo.

²² La ley Strauss dejó de tener vigencia en la década de los ochenta. El segundo gran desarrollo turístico de Maspalomas, que se da como ya vimos anteriormente en la segunda mitad de los ochenta tiene lugar en un contexto en que la incorporación de España a la entonces Comunidad Económica Europea quita el sentido a esta ley.

4.4. Las características de los turistas y el desarrollo socio- económico de Maspalomas.

Dando pues como cierta la existencia de una relación entre el tipo de turismo que visita y las características del desarrollo urbanístico- turístico, cabe plantearse si existe también una relación entre el tipo de turismo que visita la localidad y el tipo de empresas turísticas que surgen. Esto enlaza directamente con el tema central de la tesis: formas de desarrollo turístico y situación de empleo. ¿Qué consecuencias tiene el que en una determinada localidad el turismo se desarrolle de una manera determinada manera para la situación de empleo? En definitiva, la cuestión es si las características del “producto-servicio” que se elabora imponen condicionantes a la forma en que se organiza la producción²³. Para intentar responder a esta pregunta tenemos en primer lugar que establecer con precisión cual es el “producto turístico” que ofrece Maspalomas.

²³ La cuestión de si las características finales del producto a elaborar condiciona la organización de la producción ha sido ya tratada en la literatura socio- económica sobre el tema. En toda la literatura sobre los distritos industriales que surge a partir de la obra de Piore y Sabel (1990) subyace el supuesto de que las formas de organización flexibles tienen una ventaja comparativa a la hora de elaborar productos “de calidad”. Becattini (1989), al estudiar los distritos industriales en Italia constata que se trata de grupos de empresas localizadas territorialmente y enfocadas a mercados cambiantes (como la moda y el calzado) y de calidad media- alta. Esta idea de que las formas de organización divergentes del paradigma fordista- taylorista se relacionan con segmentos superiores del mercado está en la base de muchas de las críticas a la teoría de que éstas constituyan un paradigma verdaderamente nuevo y que por lo tanto puede hablarse de sistemas de organización postfordistas. Desde esta perspectiva, la producción de bienes y servicios de consumo masivo seguiría utilizando pautas de organización fordistas, mientras que los bienes y servicios más especializados seguirían pautas considerables generalmente “postfordistas”. En definitiva, que parece que efectivamente puede darse por cierta la idea de que existe relación entre la forma de organización de la producción y el tipo de producto o servicio a elaborar (lo que no deja por otra parte de echar por tierra el mito taylorista de una *one best way*, de una manera única de organizar la producción en todo tiempo lugar y circunstancia).

Tal como vimos en el primer capítulo, el turismo puede considerarse una manera de relacionarse con el territorio. El “producto turístico” que ofrece Maspalomas y que comercializan los Touroperadores es un conjunto de experiencias, que no puede reducirse tan solo al alojamiento ni a los aspectos materiales del mismo²⁴. Y tal como acabamos de ver al repasar las características de los turistas, Maspalomas (en general Gran Canaria) ofrece un abanico de experiencias diversas para turistas muy diferentes. Por tanto, la principal característica del “producto turístico de Maspalomas” es que existen múltiples “productos turísticos”. La experiencia turística de un abogado de 58 años de Goteborg (Suecia) que pasa dos semanas en Febrero en la zona de San Agustín es radicalmente distinta de la del estudiante 23 años de Leeds (Gran Bretaña) que pasa una semana en verano en un complejo de Playa del Inglés. Esto determina el marco de posibilidades en el que se puede mover la industria turística de la localidad: ha de ser capaz de elaborar múltiples experiencias turísticas muy distintas. La oferta turística ha de conseguir que el joven que busca marcha la encuentre, y que la persona de media edad que busca tranquilidad también la encuentre.

Un indicador muy claro y concreto de hasta qué punto en Maspalomas se elaboran distintos productos turísticos es el precio que se paga por pasar las vacaciones en la localidad. ¿Es Gran Canaria un destino de turismo barato o de turismo caro? Ambas cosas. Gran Canaria es un destino caro para los nórdicos y especialmente para los alemanes, sobre todo para los que acuden en invierno a la localidad. Gran Canaria es un destino barato para los británicos, especialmente para los que acuden en verano. Que se pueda dar a unos

²⁴ Tamaño de las camas, metros por habitación o número de piscinas por complejo.

turistas unos servicios básicos a un precio muy reducido y a otros unos servicios de calidad a un precio caro es un indicador de hasta que punto la industria turística local está adaptada a las exigencias de flexibilidad. El análisis de los catálogos de los principales mayoristas británicos demuestra que para los británicos Gran Canaria era uno de los destinos más baratos en el verano de 2001²⁵. Por el contrario, Gran Canaria era el destino más caro para los alemanes en el mismo período, según se desprende del análisis de los catálogos de los mayoristas²⁶. Y si los alemanes pagan más por venir a Gran Canaria, aún cuando podrían ir a otros destinos más baratos, es porque encuentran que de alguna manera el destino “vale la pena”, entre otros factores por la familiaridad con el destino. Percepción muy diferente de

²⁵ Era considerablemente más barato que, por ejemplo, Mallorca, Formentera o Chipre. Los precios de Gran Canaria eran similares o algo superiores a los de Lanzarote, Turquía, Túnez, o Maruecos. Los datos provienen de Schlueter Parrilla (2002), y corresponden a un paquete de viaje de siete días para dos personas, en hotel de playa de 4*, en habitación doble en MP, con salida de Londres, en la primera quincena de Julio.

²⁶ Entre 10 destinos extranjeros considerados, Gran Canaria es el más caro. Es más caro que: Egipto, Túnez, Turquía, Marruecos, Grecia, Chipre, Malta, Bulgaria, Croacia y República Dominicana. Entre los destinos españoles, sólo le superan Costa del Sol y Costa de la Luz. Gran Canaria es más cara que Tenerife, Fuerteventura, Lanzarote, Mallorca o Costa Blanca. En este caso, los datos provienen son de Santana Vallejo y hacen referencia al mismo tipo de paquete, con la única salvedad de que las fechas del viaje no corresponden a la primera quincena de julio sino a la última semana de junio y la primera de julio. Aún más interesante es la comparación entre los distintos mercados emisores. Transformando los precios en euros, resulta que según los precios oficiales un británico pagaría en torno a un 15% más que un alemán para acudir a Gran Canaria (986 frente a 846 € de media). Sin embargo, la importancia de las ofertas *last minute* y la competencia entre los touroperadores británicos hace que una gran parte de los turistas de ese mercado vengan a la isla mediante ofertas, pagando menos de la mitad de los alemanes que vienen a Gran Canaria mediante una oferta *last minute* y casi tres veces menos que los alemanes que reservan su viaje con antelación. Cabe pensar por tanto que muchos británicos no han elegido pasar sus vacaciones en Gran Canaria, sino que sencillamente han escogido el destino más barato. Por el contrario, muchos alemanes **eligen Gran Canaria**, aún cuando tengan que pagar más por ello.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

la que parecen tener los británicos²⁷, que no parecen estar dispuestos a pagar mucho por venir a Gran Canaria.

¿Cómo logra la oferta turística de Maspalomas esta flexibilidad que permite “producir” un amplio abanico de experiencias turísticas, siendo a la vez un destino caro y barato? Un repaso a la literatura especializada en los métodos flexibles de organización, surgida a partir de la reflexión sobre la producción de bienes, permite hacerse una idea de los mecanismos mediante los cuales puede lograrse la flexibilidad y adaptabilidad de la oferta turística.

Una primera vía para diversificar la oferta, tanto en la producción de bienes como en la de servicios, es ofrecer un producto relativamente poco acabado, que podrá adaptarse posteriormente a los requerimientos del cliente. Lo que la oferta alojativa de Maspalomas ofrece es un producto poco diferenciado y acabado. No se ofrece una “experiencia turística”, sino tan sólo el alojamiento. Lo que ofrece es una “residencia”, y el carácter de la

²⁷ Uno de los motivos que explica la preferencia de alemanes, nórdicos y holandeses por Gran Canaria es que después de 30 años de turismo, la isla es para ellos un destino *cotidiano*. El alemán es la segunda lengua en la industria turística de Gran Canaria, por delante del inglés, e incluso el neerlandés y los idiomas nórdicos, habitualmente muy poco hablados, se encuentran relativamente extendidos. Los alemanes, (y en menor medida los nórdicos y los holandeses), acostumbrados a tener que hablar en inglés en cuanto salen de sus fronteras se encuentran en Maspalomas como en su casa, ya que pueden ir a comprar el pan, subirse a una guagua de servicio público, comprar entradas para un concierto o ir a cenar en un restaurante en su lengua materna. Por el contrario, los británicos, cuyo nivel de conocimiento de lenguas extranjeras es muy inferior al de los nórdicos, holandeses y alemanes, podrían visitar otros destinos de sol y playa en que su lengua materna es idioma oficial (Malta, destinos del Caribe y Pacífico, etc.). Esto sin duda ayuda a entender porqué los alemanes están dispuestos a pagar más por ir a Gran Canaria que a otros destinos, mientras que los británicos no están predispuestos a venir a Gran Canaria si resulta más caro que otros destinos.

misma será dado por cada turista, quizá de manera distinta en cada visita. De un turista que durante su estancia de invierno en un establecimiento extrahotelero de Playa del Inglés acude a unas sesiones de Talasoterapia o recibe unos masajes podría decirse que realiza “turismo de salud”. Otro turista que aproveche para entrenar en bicicleta estaría realizando “turismo deportivo”, mientras que un tercer grupo de turistas alojado en el mismo complejo podría tener como objetivo fundamental de su estancia en Gran Canaria la asistencia a los conciertos del Festival de Música de Canarias (Turismo cultural). Podríamos por tanto decir que ese establecimiento está realizando una oferta diversificada, si bien la especialización de la misma no se da en el mismo establecimiento sino en la oferta complementaria²⁸. Las ilustraciones siguientes, extraídas de la propaganda facilitada a los turistas en los centros de información pretenden ejemplificar este fenómeno.

²⁸ A partir de los años 70, el éxito de los modelos de organización japoneses en la industria paradigmática de la organización fordista taylorista, el automóvil, lleva a plantear el toyotismo como un sistema de organización de la producción capaz de producir vehículos individualizados a precio competitivo con los “estandarizados” productos fordistas. Las críticas a esta idea señalan que en realidad el sistema toyotista, hoy extendido universalmente al menos en este sentido, no fabrica vehículos completamente distintos, sino que en el acabado de los mismos se introducen “modificaciones cosméticas” que permiten presentar a vehículos muy similares como el summum de la individualidad. Si admitimos que sean distintos tres automóviles salidos de la misma fábrica y que comparten al menos parcialmente la misma línea de montaje, también tendremos que admitir que lo que acabamos de señalar son tres tipos diferentes de turismo.

Formas de desarrollo turístico y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria).

Ilustración 9: Diversificación de la oferta turística complementaria: senderismo.

Patrocinan: **SUPERMARKET Don Quijote**
Centro Comercial San Agustín 928 76 12 89
Centro Comercial CIA 928 76 52 07 **SPAR**

Maspalomas Gran Canaria Bus, S.A.
928 141 814 - 928 141 942

VIAJES Las Palomas
C. C. San Agustín
Local 252 - 3a. Planta
928 76 41 95
Fax: 928 76 42 95
E - 35100 San Agustín
Gran Canaria
vpalomas@accesocero.es

Senderismo

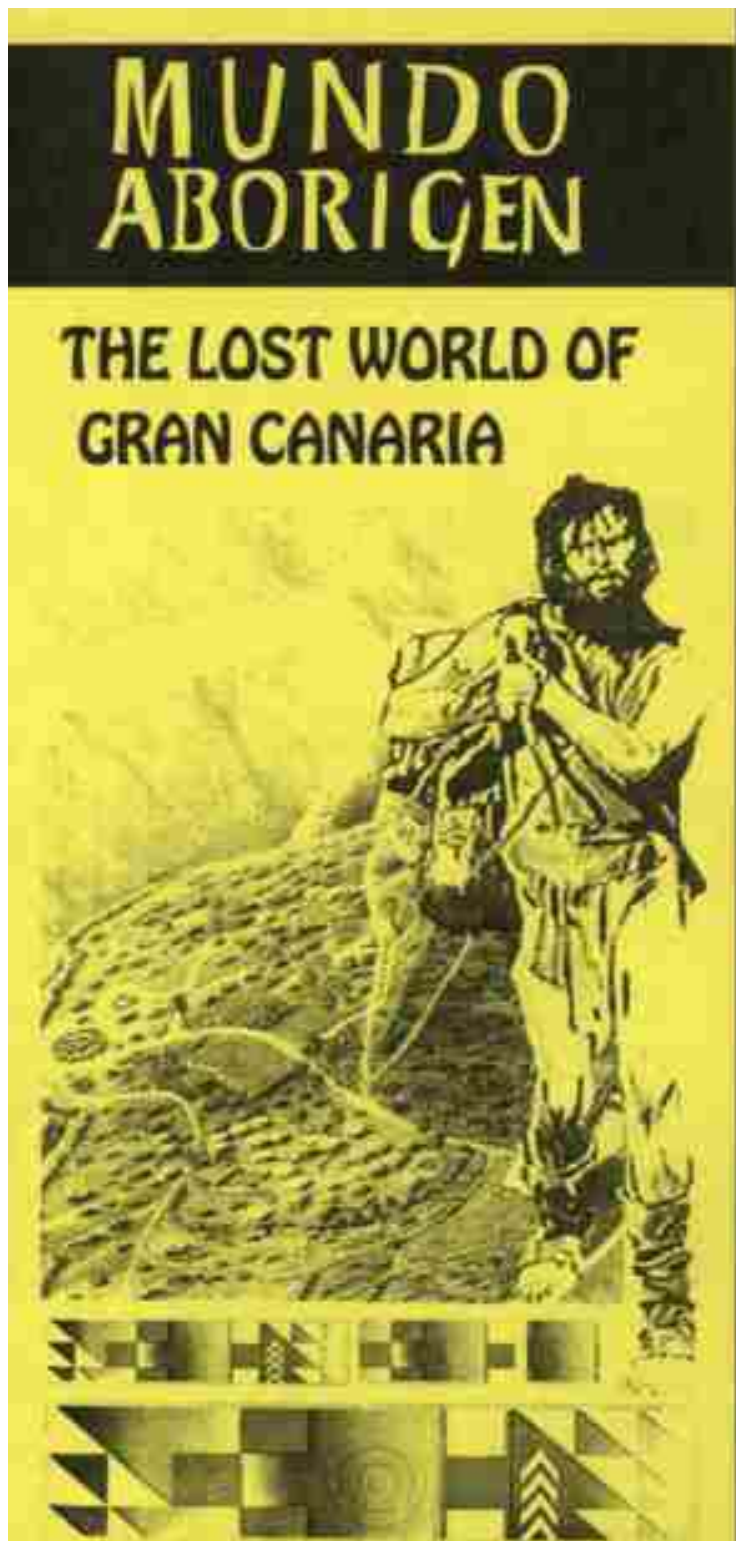
VIAJES Las Palomas

Reservas
☎ (0034) 928 764 195

Fuente: Folleto obtenido en la oficina municipal de Información Turística- Mirador del Golf, verano de 2002.

El desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno socio- antropológico.

Ilustración 10: Diversificación de la oferta turística complementaria: parques temáticos.



Fuente: Folleto obtenido en la oficina municipal de Información Turística- Mirador del Golf, verano de 2001.

Ilustración 11: Diversificación de la oferta turística complementaria: cicloturismo.

RADWANDERN
- das Programm für jederman !

DER GRÜNE NORDEN
Vom PICO DE LAS NIEVES, dem höchsten Punkt der Insel, führt uns diese abwechslungsreiche Tour durch das dicht besiedelte, fruchtbare Bauenmland des GRÜNEN NORDEN. An der felsigen Nordküste angekommen, könnt Ihr bei entspannter Heimfahrt die gesammelten Eindrücke Revue passieren lassen.
Länge: ca. 49 km davon ca. 41 km bergab

ARGUINEGUIN - STAUSEE TOUR
Von AYACATA radeln wir vorbei an Mandelbäumen in Richtung Stausee PRESA DE LAS NIÑAS. Durch Kieferwälder geht es weiter hinab zu unserem Picknickplatz. Nach der Pause lassen wir die Tour durch das fruchtbare ARGUINEGUIN Tal ausrollen.
Länge: ca. 47 km davon ca. 41 km bergab

CHIRA DOWNHILL - Level 2
Ausgangspunkt dieser abwechslungsreichen Tour ist CRUZ GRANDE auf 1250 Hm. Über Asphalt und Schotter führt uns die Route vorbei am CHIRA Stausee hinab bis MASPALOMAS. Eine Tour für unsere sportlichen Biker mit Off-Road Erfahrung!
Länge: ca. 50 km davon ca. 580 Hm

FIETSDAGTOCHTEN
- Mogelijk voor iedereen !

HET GROENE NOORDEN - Niveau 1
Vanop Pico de las Nieves, het hoogste punt van het eiland, leidt ons deze gemiddelijke en afwisselende tocht naar het dichtbegroeide, vruchtbare landbouwgebied van het GROENE NOORDEN. Na aankomst aan de Noordelijke rotakant, kunt U tijdens de ontspannen terugreis per bus alle mooie indrukken van deze fietstocht de revue laten passeren.
Lengte tocht: ca 49 km waarvan 41 km bergafwaarts

ARGUINEGUIN - Niveau 1
Vanuit AYACATA fietsen we rustig voorbij het stuwmeer PRESA DE LAS NIÑAS door de vallei van ARGUINEGUIN tot aan het strand van EL PAJAR aan de Zuid-Westkust van het eiland. Van daaruit keren we met de bus terug richting hotel.
Lengte tocht: ca 47 km waarvan 43 km bergafwaarts

CHIRA DOWNHILL - Niveau 2
Voor de meer mountainbike fanaten. Indrukwekkende en afwisselende tocht door de bergen heen tot aan het CHIRA STUWMEER. Deze tocht brengt ons via verschillende wegen, zijde asfalt, bos-en vlot berijdbare rotsweg... terug tot aan de Zuidkust van MASPALOMAS.
Lengte tocht: ca 50 km met 580 Hm

Scott Bike Center
Fahrrad Vermietung
Fietsverhuur

1 Tag / dag	ab / vanaf	Pts 1.200
3 Tage / dagen	ab / vanaf	Pts 3.000
1 Woche / week	ab / vanaf	Pts 5.000

INLINE SKATES

1 Stunde / uur	Pts 800
3 Stunden / uren	Pts 1.200
1 Tag / dag	Pts 2.400

Bitte mit Voranmeldung !
Gelieve ons te contacteren voor reservatie !

ESPAÑA BIKE TRAVEL

Radwandern
Fietsdagtochten
Mountainbike Tours

Aktiv-Urlaub für Jedermann !

Aktieve vakantie voor iedereen !

Come and bike the paradise !
www.espanabike.com

Fuente: Folleto obtenido en la oficina municipal de Información Turística- Mirador del Golf, verano de 2000.

Esta necesidad de adaptarse a un mercado especializado y fluctuante según la época del año, impone una serie de condicionantes al desarrollo de la oferta turística. La oferta alojativa ha de ser capaz de elaborar productos diferenciados, lo que resulta más fácil cuando se oferta una experiencia “semi- acabada”. Por eso los establecimientos extrahoteleros, que ofrecen la posibilidad de comer en el establecimiento o no²⁹ tienen una ventaja comparativa³⁰ en la flexibilidad. Además, para que el abanico de experiencias

²⁹ Incluso de preparar la propia comida.

³⁰ Los turistas alojados en un complejo de “Todo Incluido”, que pasan prácticamente todo el día en el mismo, necesariamente han de tener una 188

turísticas posibles sea variado es necesario la existencia de una amplia oferta complementaria. En este sentido, el tamaño de la localidad turística y el entorno en el que ésta se encuentra representan una ventaja. Por motivos meramente cuantitativos, al ser una de las mayores concentraciones turísticas del mundo, los turistas que visitan Maspalomas encuentran una amplia variedad de restaurantes, bares, discotecas, agencias de alquiler de coches y todo tipo de oferta complementaria³¹. Por otro lado, al estar Maspalomas enclavada en la isla más poblada de las Canarias, en la más densamente poblada, se establecen sinergias entre el turismo y el resto de actividades. Por un lado, se usan como recursos turísticos otros recursos que inicialmente iban destinados a la población en general. Por otro lado, recursos inicialmente turísticos pueden contar con un importante mercado local para sobrellevar las fluctuaciones de la demanda. El Festival de Música de Canarias, el WOMAD, los Festivales de Cine de Maspalomas y Las Palmas de Gran Canaria, los campeonatos de Windsurf en Pozo Izquierdo e incluso el Centro Comercial Atlántico en Vecindario son ejemplos de recursos inicialmente no pensados para turistas pero que han acabado teniendo una gran aceptación grande entre ellos. La situación ha llegado a un punto en que actualmente cualquier gran acontecimiento que se lleve a cabo en Canarias es pensado como un potencial atractivo turístico, lo que muchas veces desvirtúa el objetivo inicial del mismo

"experiencia turística" similar. Aunque los grandes hoteles y complejos alojativos han desarrollado fórmulas para diversificar la oferta, como la existencia de diversos restaurantes y bufetes temáticos (con cocina china, italiana, o grill, generalmente), siempre será más variada la experiencia de los turistas que salen al "mundo exterior".

³¹ Para el ejemplo contrario pensemos en algunas localidades pequeñas situadas en la costa española, que más que turísticas son localidades de veraneo, y en las que sólo existe, por ejemplo, una discoteca y dos restaurantes. Su oferta no es desde luego diversificada.

Pero además de esta “artimaña” de ofrecer productos relativamente poco acabados que se “terminarán” gracias a la oferta complementaria, existen otros tres mecanismos de conseguir la especialización productiva. Por un lado tenemos la especialización pura, en que unas pocas empresas se especializan en cubrir segmentos concretos del mercado. Esta especialización, que ha existido desde siempre, se da tanto en la producción de bienes³² como en la producción de servicios turísticos. Por otro lado tenemos la verdadera “*especialización flexible*”, en que una misma empresa es capaz de ofrecer varios productos o servicios especializados, ya sea de manera simultánea (elaborar varios productos al mismo tiempo) o sucesiva (elaborar varios productos uno después del otro). Hay que puntualizar en cualquier caso que en la producción de servicios turísticos la elección entre especialización simultánea o sucesiva es en muchos casos una imposición. Un establecimiento alojativo no puede ofertar al mismo tiempo “turismo de tranquilidad” y “turismo de marcha”, aunque sí puede ofrecer uno en invierno y otro en verano. Que es precisamente el mecanismo de especialización más común en la planta alojativa extrahotelera de Maspalomas.

Tabla 4-3: Complejos entrevistados y plazas según tipos de turismo reciben, Maspalomas, verano 2002.

	Complejos	%	Plazas	%
Un solo tipo	31	20,39	4.412	11,37
Dos tipos, sucesivos	115	75,66	32.412	83,56
Dos tipos, simultáneos	6	3,95	1.965	5,07
Total	152	100	38.789	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta.

La tabla, cuya muestra abarca más de la mitad de las plazas extrahoteleras y casi un 40% del total de plazas de Maspalomas, muestra que la mayor parte de la oferta

³² Automóviles de lujo como Rolls Royce, por ejemplo.

extrahotelera de Maspalomas podría considerarse como sucesivamente flexible. Para las tres cuartas partes de los establecimientos a lo largo de un año se reciben dos tipos de turistas³³, que ya hemos visto al tratar las características generales de los turistas: un turismo de invierno, de edad media- alta, mayor nivel adquisitivo y que busca sobre todo tranquilidad, y un turismo de verano, más joven e interesado por el precio, que busca sobre todo ambiente nocturno.

Existe también una parte de la oferta que podríamos considerar simplemente especializada (pero no flexible). Se trata de un 20% de los establecimientos y un 11% de las plazas que a lo largo de todo el año no reciben más que un tipo de turismo. Por lo general, se trata de establecimientos que, por tener algún tipo de ventaja comparativa, como puede ser tener una excelente situación o construcción o tener más de un dormitorio y ser por tanto especialmente aptos para el turismo de familia, se pueden permitir “elegir” todo el año la misma clientela³⁴. Por último, existe un número muy reducido de establecimientos

³³ Los tipos de turistas considerados en la encuesta eran cuatro: turismo familiar, turismo joven, turismo de tercera edad y turismo gay.

³⁴ La literatura sobre la especialización flexible pone de manifiesto que para la gran mayoría de las empresas la flexibilidad no es algo buscado y deseado sino la consecuencia de la adaptación al mercado. Por tanto, no es descabellado pensar que las empresas mejor situadas en el mercado intentan evitar, en la medida en que les es posible, ser flexibles. Por el contrario, son muchas veces las empresas “periféricas”, los “latecomers” los que se ven obligados a ser más especializados que las empresas flexibles para competir con ellas. Del trabajo de campo realizado se deduce que determinadas extrahoteleras así como el grueso de la oferta hotelera pueden considerarse el núcleo de oferta especializada y no flexible de Maspalomas. Captan a un tipo de clientela relativamente especializado, que busca algo relativamente escaso (oferta hotelera en Maspalomas), y por ello pueden especializarse en un solo tipo de clientela. El crecimiento de la oferta hotelera en los últimos 4 años ha obligado a los establecimientos hoteleros a una flexibilidad que previsiblemente se hará mayor según se incremente la competencia. En la medida en que Maspalomas (y Canarias) es pionera en el turismo de invierno, cabe pensar que es menos especializada que otros destinos, que intentan combatir su posición de preeminencia (recordemos, más de la

que reciben más de un tipo de turistas al año. En algunos casos se trata de complejos muy grandes, que pueden “diversificarse internamente”, pero en la mayoría de ellos se trata de complejos que reciben tipos de turismos compatibles, como el turismo de tercera edad y el turismo gay, que buscan sobretodo tranquilidad³⁵.

La especialización de los establecimientos no se da sólo según el tipo de turistas, sino también según la nacionalidad. La mayoría de complejos se especializan en una sola nacionalidad o grupo de nacionalidades. Básicamente, hay complejos especializados en alemanes y complejos que alternan los nórdicos en invierno y los británicos en verano.

Tabla 4-4: Complejos encuestados según nacionalidad T.O. Principal.

Nacionalidad	Complejos	%	Nacionalidad	Plazas	%
Germánica	66	42,31	Germánica	15.041	37,66
Anglófona	37	23,72	Anglófona	12.715	31,84
Nórdica	40	25,64	Nórdica	8.728	21,85
Benelux	11	7,05	Benelux	2.555	6,40
Otros	2	1,28	Otros	897	2,25
Total	156	100,00	Total	39.936	100,00

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Como vemos en la tabla, la negociación con los touroperadores lleva a que la mayoría de complejos trabajen con turistas de una sola nacionalidad. Además de la relación con los touroperadores, esto se relaciona con la gestión de la mano de obra: en los complejos especializados en germánicos, hablar alemán (o al menos hacerse entender en alemán) es un requisito para los trabajadores, mientras que en los establecimientos

tercera parte de los mercados nórdicos, británicos y germánicos) mediante la flexibilidad.

³⁵ Al menos dentro del establecimiento alojativo, y especialmente entre el turismo gay de invierno.

especializados en británicos y nórdicos el requisito es el inglés y otros idiomas son valorados. Pero esto es algo que pertenece al tema de próximos capítulos. Es bastante extraño que en un mismo establecimiento convivan turistas de orígenes muy distintos³⁶, e incluso los grandes hoteles, que tienen por definición una clientela más diversificada, suelen concentrarse en unos pocos países emisores³⁷.

Aún es más, los establecimientos de una misma zona suelen recibir clientelas similares. Así, los nórdicos se concentran sobre todo en las zonas más cercanas a Las Palmas (Bahía Feliz, Playa del Águila, San Agustín, Las Burras³⁸), los germánicos dominan buena parte de Playa del Inglés y los británicos e irlandeses están más presentes en las zonas de desarrollo más reciente (Campo Internacional, Sonnenland), así como en una parte de Playa del Inglés³⁹. Por su parte, el cuarto gran grupo de turistas presente en Maspalomas, el turismo gay, se concentra en la zona central de Playa del Inglés⁴⁰. Si en las grandes ciudades americanas y europeas cabe hablar de barrios étnicos en función del origen de los inmigrantes que se asientan en los mismos, en Maspalomas, como ciudad turística, cabe hablar de barrios turísticos. Existen zonas irlandesas, con centros comerciales, bares, restaurantes y discotecas para irlandeses, zonas holandesas, nórdicas y alemanas. En definitiva, las características de los turistas influyen en el tejido socio económico que surge como consecuencia del desarrollo turístico.

³⁶ Si es habitual, por el contrario, que convivan suizos, alemanes y austriacos; holandeses y belgas; finlandeses, suecos, noruegos, daneses e islandeses; e incluso británicos e irlandeses.

³⁷ Las cadenas más importantes en Maspalomas (RIU e IFA) tienen una clientela predominantemente alemana.

³⁸ Que son precisamente las zonas en que se inició el desarrollo turístico del sur de Gran Canaria, y donde por tanto fue mayor la presencia nórdica en sus orígenes.

³⁹ Avenida de Tenerife.

⁴⁰ Centro Comercial Yumbo.

4.5. Conclusiones sobre el desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno socio- antropológico.

El objetivo de este capítulo era acercarse al estudio de las características del desarrollo turístico de Maspalomas como fenómeno socio- antropológico, ver en qué medida había cambiado en los últimos años y si el marco teórico sobre el paso del turismo fordista al post- fordista podía ayudar a entender el fenómeno turístico en Maspalomas.

En términos generales podemos afirmar que este marco teórico, más que ayudarnos a entender la evolución del turismo en Maspalomas, nos permite entender aquellos aspectos en los que el turismo de Maspalomas y de Canarias se diferencia del de otros destinos. El turismo de Canarias puede considerarse en cierta manera pre- figurativo del turismo postfordista, ya que el hecho de ser fundamentalmente un turismo de invierno supone una desconcentración espacial del mismo y algunas características, como la repetición o la experiencia como turistas, que posteriormente han sido consideradas como propias del turismo postfordista. Así pues, cabe afirmar que en Maspalomas existen fundamentalmente dos tipos de turismo. Un turismo de invierno, predominante sobre todo históricamente y que puede asimilarse al turismo “post- fordista”, con turistas muy repetitivos y experimentados y con elevada capacidad de gasto turístico, y un turismo de verano más cercano a la forma en que el clásico turismo “fordista” se presenta en la actualidad.

Estas características de los turistas que visitan Maspalomas se relacionan con el desarrollo urbanístico- turístico de la localidad, ya que existe una “concordancia” (podríamos llamarlo una afinidad electiva) entre la preponderancia de la planta alojativa extrahotelera y la del turismo de invierno. A su vez, las características de los turistas que visitan Maspalomas influyen también en el desarrollo socio- económico inducido por el turismo en Maspalomas. La necesidad de una “especialización flexible”, es decir, de ser capaces de producir “experiencias turísticas especializadas y diversas (fundamentalmente diferentes entre el invierno y el verano) influye directamente en la forma que adopta la oferta turística de la localidad: la preponderancia de fórmulas de reservas del viaje débiles y la importancia de la oferta complementaria se relacionan directamente con las características de los turistas que visitan la localidad. Y precisamente a eso, a las características de la oferta turística de Maspalomas, estará dedicado el próximo capítulo.