

Formación y participación: tendencias en el turismo en la región canaria

.....
*Ángela García Cabrera** y *Cristina Valencia***

* UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

** UNED: CENTRO ASOCIADO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

RESUMEN

El Turismo es un producto de la sociedad moderna de consumo y Canarias, dadas sus condiciones naturales, se ha convertido en lugar receptor masivo de viajeros del extranjero. En este artículo, se presentarán los datos de un estudio, cuyo objetivo general pretende estudiar el nivel de formación tanto de directivos de los hoteles de cuatro estrellas (en la Isla de Gran Canaria) como de sus trabajadores desde la perspectiva de la dirección de la empresa, considerando las necesidades potenciales de formación de cara a la empresa en la "Aldea Global" del Siglo XXI. Para ello, se ha llevado a cabo un análisis cuantitativo y otro cualitativo. Asimismo, se utilizaron fuentes secundarias que incluyen revisión y análisis de bibliografía relacionada con los hoteles de cuatro estrellas considerando tangencialmente su dimensión nacional-regional y, de forma específica, su aplicación a la Isla de Gran Canaria.

ABSTRACT

Tourism is a product of modernity and the Canary Islands, given their privileged natural conditions, have become a meeting point of massive tourism coming from far away places. The objective of this research is to study, by way of a rigorous sociological analysis, the educational and professional level of preparation that both the managers as well as the employees of four star hotels have in order to deal with this tourism, as well as to analyse, from the hotels' managerial perspectives their short and long range goals in relationship to the professional expertise needed in firms dealing with Tourism facing the Global Village approach of the close by XXI century. It is for this reason that the study has carried out a quantitative as well as qualitative research. Secondary sources of information are used in relationship to upper, middle and low level employees's technical preparation as they relate to tourism, giving an overview of the national and regional perspectives on tourism to then concentrate specifically on its applications to the Island of Gran Canaria.

Introducción

En la mayoría de las empresas, han sobrevenido grandes cambios provenientes de los cambios de legislación, de las nuevas tecnologías y de la creciente presión empresarial que supera sus fronteras, forzándolas a re-evaluar su forma de llevar a cabo su cometido y a cambiar de estrategia con el fin de posicionarse mejor para competir en la década de los años 90 y de cara al Siglo XXI. Estar en condiciones de “competir” lleva aparejado el disponer de Recursos Humanos preparados para afrontar el reto de la “modernidad”. Para estas empresas, la optimización de recursos tendrá como resultado una mayor productividad, que es su primer objetivo y, al mismo tiempo, un personal con un elevado índice de motivación, mejor liderazgo y preparación para tomar decisiones a nivel individual y de grupo y, en consecuencia, mayor calidad de vida en el lugar de trabajo y mejor imagen pública empresarial. Para autores como White y Bednar (1986), estos factores están siendo tomados cada día más en cuenta y, contrariamente a lo que sucedió años atrás, son los individuos y no la tecnología o los ordenadores, los considerados como el factor principal en el rendimiento eficaz de una organización.

Es de destacar que la Formación Profesional en la Empresa está recuperando un lugar estratégico, tanto cualitativa como cuantitativamente, dado que vivimos en una coyuntura histórica caracterizada por el cambio del saber, de las nuevas tecnologías y de la cultura dentro de un ritmo cada vez más acelerado. Al mismo tiempo, se constata cómo la formación profesional recibida y los métodos utilizados tradicionalmente no sirven para afrontar los retos que la nueva era post-industrial y la empresa están exigiendo, al tiempo que se están estructurando las que supuestamente las han de reemplazar.

Por esta razón, nuestro objetivo al escoger este estudio consiste en estudiar el nivel de preparación que tanto los directivos de los Hoteles de cuatro estrellas en la Isla de Gran Canaria (con una población de 750.000 habitantes, aproximadamente) como sus trabajadores tienen en dichas empresas turísticas y analizar, desde la perspectiva de la dirección de la empresa, su postura ante las necesidades potenciales profesionales de sus trabajadores cara a la “Aldea Global” del Siglo XXI.

Alcance y limitaciones del estudio

Este estudio ahonda en el tema de la actividad turística en su vertiente de servicios en el sector de hostelería, en las políticas de formación profesional y recursos humanos que se llevan a cabo en los hoteles de cuatro estrellas en la Isla de Gran Canaria. Dado que en el sector turístico se trata de un área compleja, de actualidad constante en la isla de Gran Canaria, con connotaciones económicas, políticas, sociales y culturales que inundan la opinión pública, ello requiere un tratamiento multidisciplinar. Conscientes,

por una parte, de la magnitud del tema y, por otra, de nuestras limitaciones en términos de: (a) tiempo, (b) recursos humanos y (c) recursos materiales, así como de las propias de la disciplina sociológica, abogamos por una mayor profundización en el futuro.

Objetivos

El objetivo general de la investigación consistió en estudiar las principales tendencias y necesidades actuales del turismo en el ámbito de la isla de Gran Canaria, centrándonos en el tema de la formación y recursos humanos en el sector turístico. Los objetivos específicos del estudio son los siguientes, a nivel cuantitativo:

- (1) Descubrir el estado actual de la Formación Profesional en los Hoteles de cuatro estrellas de la Isla de Gran Canaria relacionada con la Industria del Turismo en la provincia de Las Palmas.
- (2) Conocer el grado de concienciación de los cargos directivos hoteleros entrevistados en relación con la industria hotelera y las tendencias actuales de ésta en nuestra Región Canaria.
- (3) Valorar la política específica de la empresa hotelera cara a mejorar la formación profesional hotelera.
- (4) Acercarnos a la situación en materia de preparación técnico-académica-profesional que tienen los trabajadores cara al Turismo: conocimientos de idiomas y culturas de los países más representados en el Turismo de la Provincia.

Asimismo, se utilizan fuentes secundarias de información que incluyen revisión y análisis de bibliografía relacionada con los hoteles de cuatro estrellas y con su personal, tocando, de forma general, su dimensión nacional, regional y, de forma específica, su aplicación a la Isla de Gran Canaria. El resultado de la globalización de la economía y el alcance de las tecnologías comunicativas están acelerando de forma especial un acercamiento entre Europa, Estados Unidos y la cordillera del Pacífico a niveles sin precedentes en la historia moderna (Naisbitt y Aburne, 1993). Están acercando más a la gente de esta "Aldea Global" (Kurstz, 1995) que, de diferentes formas, incorpora en su mundo un consumismo que incluye, entre sus prioridades vitales, el concepto de ocio en sus diferentes manifestaciones: el viaje, el arte, el estudio, el folklore, el ecologismo, la gastronomía, el deporte, etc.

España en general, con sus zonas específicas de interés como Madrid y sus alrededores; la Costa Brava; las Islas Baleares; la Costa Blanca; la Costa del Sol; la Costa de la Luz, entre la desembocadura del Guadalquivir y la frontera portuguesa; el triángulo andaluz de Córdoba-Sevilla-Granada y Canarias, en particular, son los lugares receptores de un turismo mundial en alza. De acuerdo con Bigné Alcañiz, J. y otros, "... en 1994 se obtuvieron 2,8 billones de pesetas en concepto de ingresos brutos por turismo que se estima en 3,1 billones para 1995. A ello contribuyeron los 61 millones de

extranjeros que visitaron nuestro país, y los 63 que se estiman para 1995”¹. De ellos, unos 8.9 millones, aproximadamente, correspondían al Archipiélago Canario en 1994, comprobándose en Octubre de este año 1995 que dicha cifra ha sido superada con un aumento del 4,45%².

La región canaria y el turismo

La Región Canaria, con una extensión aproximada de 7.500 kms³, está formada por siete islas y cuatro islotes principales que componen las dos provincias canarias. Corresponden a la provincia de Las Palmas las islas de Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote, y los islotes, La Graciosa, Montaña Clara y Alegranza al norte de la isla de Lanzarote y Lobos, al norte de Fuerteventura, y, a la provincia de Sta. Cruz de Tenerife, las islas de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, alcanzando el Archipiélago una población total de cerca de un millón ochocientos mil habitantes.

El turismo en Canarias se remonta al Siglo XVIII cuando “... comienza a extenderse el conocimiento de las Islas Canarias en los países europeos tras la estancia de viajeros, naturalistas, científicos y de la información dada por comerciantes extranjeros asentados en el Archipiélago”⁴. Posteriormente, se refuerza con el auge del comercio de los ingleses con Canarias que posibilitó, además del intercambio comercial, la venida de otra corriente de investigadores, científicos, viajeros, etc., siendo los puertos de Tenerife y Gran Canaria sus puntos de destino. “...por esos años Canarias dialogaba comercial y culturalmente más con Inglaterra, Francia y Alemania que con la España de Unamuno u Ortega...”⁵. Sentían fascinación y les atraía, además del comercio, “...la bondad del clima, la belleza y variedad del paisaje, fiestas populares, fomento del arbolado, florecimiento del Puerto, sociedades y hoteles de Las Palmas...”.

Ya desde 1880 “...se comenzaba a considerar el turismo como una alternativa económica”⁶. A principios del Siglo XX comenzaron los primeros viajes organizados de los ingleses a las Islas, siendo la islas de Tenerife y Gran Canaria las más atractivas para este

1 BIGNÉ, E. y otros, (1995). “Las Agencias de Viaje: Factores de Calidad e Implicaciones de Marketing”. En Actas Economía de los Servicios: V Congreso Nacional de Economía, p.190. Las Palmas de Gran Canaria: Pérez Galdós.

2 Periódico “La Provincia”, (1995). Apartado de Turismo. 24 de Noviembre.

3 CASTELLANO GIL, J. M. y MACÍAS MARTÍN, F. J., (1993). *Historia de Canarias*, p. 84. Las Palmas de Gran Canaria: Centro Insular de la Cultura Canaria.

4 GARCÍA, J. M., (1995). Periódico “La Provincia”, Dominical: “*Los Intelectuales de Juan Marichal*”. 3 de Diciembre.

5 HERRERA PIQUÉ, A., (1978). *La Ciudad de Las Palmas: Noticia Histórica de su Urbanización*, p. 237. Las Palmas de Gran Canaria: Romero.

6 Idem.

turismo inglés por su clima cálido los doce meses del año y por su infraestructura que entonces diferenciaba estas dos Islas del resto. Junto con los viajes de vacaciones y descanso se unían los de recuperación de enfermedades, ya que su clima era considerado bueno para la salud, en general, y para el pulmón en particular. La Playa de Las Canteras en Gran Canaria era la zona más visitada. Muchos de estos visitantes ingleses hicieron su morada permanente en las Islas como lo hiciera, entre otros muchos, Tomas Miller, fundador de la “Casa Miller”. A su ingenio y trabajo se le debe gran parte del desarrollo comercial en las Islas durante los años veinte del siglo pasado, propietario de lo que hoy conocemos como Miller Bajo y Miller Alto en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria” (Herrera Piqué: 1978). En palabras del mismo autor:

“...la colonia inglesa marcó toda una época en la vida de Las Palmas. Además de sus industrias, sus consignatarias y sus bancos, los ingleses tenían sus propios centros de convivencia: la iglesia anglicana, el British Club, sus colegios o el Club de Golf.. Implantaron su habitat preferido - el chalet ajardinado - en la zona de Ciudad ajardinada, lo cual influyó en la planificación que se hizo de este sector hacia 1922...”⁷

El turismo en Canarias alcanza un considerable desarrollo entre 1900-1914, período en el que florecen grandes instituciones sociales en las Islas tales como: Real Club Náutico Tinerfeño; Sociedad de Fomento de Gran Canaria y Junta de Turismo; Centro de Propaganda y Fomento de Tenerife; Stranger's Club de Gran Canaria; Comité de Turismo del Valle de la Orotava, etc. (Castellano y Macías, 1994). En la década de los años 20, una vez superada la etapa de crisis generada por la Primera Guerra Mundial, “...comienza a reactivarse tanto la presencia extranjera como la afluencia del turismo a Canarias que tendrá una dinámica fluctuante en relación a las coyunturas económico-bíblicas: la Gran Depresión de 1928, la Guerra Civil Española 1936-1939 y la Segunda Guerra Mundial 1941-1945”⁸.

Sin embargo, el boom turístico tiene sus inicios en los años 60, en los que el turismo pasa a convertirse en el fenómeno sociológico-cultural de masas y se convierte en prácticamente el capítulo más importante dentro de la economía canaria. Se inicia un éxodo en masa del campo hacia la costa que se caracterizó por la construcción masiva de hoteles, apartamentos, residencias, infraestructuras públicas tales como carreteras, etc. Se añade la llegada de muchos trabajadores de la Península e incluso de algunos de los mismos países de origen de los turistas, provocando un crecimiento rápido y descontrolado de las ciudades y cierta pérdida de la identidad cultural. La “Ley Strauss”,

⁷ HERRERA PIQUÉ, , op. cit., 229.

⁸ Idem.

⁹ “Introducción a un Estudio Socioeconómico del Turismo en la provincia de Las Palmas”, (1974). Centro de Investigación Económica y Social de la Caja Insular de Ahorros de Canarias. Boletín Nº 1. 17, pp. 222-225.

que liberalizó las inversiones en el extranjero, causó mayor impacto en las Islas Canarias que en el resto del territorio español. A la especulación del suelo no se le oponía ningún control gubernamental, favoreciendo la llegada a las Islas por distintas vías de grandes sumas de dinero con el consecuente problema de que las ganancias volvían por el mismo camino al extranjero. El impacto causado por el capital peninsular y extranjero en las Islas obstaculizó el desarrollo a las inversiones canarias, quedándose éstas fuera del mercado. La agricultura, sector importante de la economía, quedó prácticamente abandonada a causa del impacto y consecuencias del turismo, siendo el sector de la construcción el único que crecía. El final de esta fase turística en el Archipiélago llega con la crisis energética en 1972 y con ella la crisis económica.

La transición política, tras la muerte de Franco en 1975, provoca en España rápidos cambios económicos, sociales, tecnológicos, políticos y culturales que la catapultan a la paridad con los países modernos de finales del Siglo XX, sobre todo en relación con el turismo, al mismo tiempo que deja al descubierto los grandes problemas económicos por los que atravesaba el Archipiélago Canario debido al elevado coste energético que afectó a todos los sectores de la economía canaria. A pesar de estos factores, las cifras de turistas aumentaron entre 1975 y 1978, aunque la oferta de camas seguía siendo mayor que la demanda y, consecuentemente, ello influyó negativamente en los precios. Esta economía poco estable hacía que los tour-operadores anulasen muchos contratos ya contraídos con complejos turísticos pequeños. Entre ellos los más afectados resultaron ser los pequeños empresarios canarios.

En 1978, empeoró la crisis haciendo que muchas empresas turísticas canarias tuvieran que vender sus complejos, lo que resultó en la necesidad de crear la Asociación Canaria de Empresarios del sector turístico. Ni con eso se pudo parar. Existía un déficit de estrategia de mercado. Ese mismo año muchos hoteles en Canarias elevaron sus precios hasta en un 70% que ocasionó la lógica reducción de turistas, que, a su vez, provocó el que los hoteleros obtuvieran menos ganancias. Esto afectó de forma espectacular a las zonas cuya economía se basaba mayoritariamente en el turismo, por lo que muchos negocios tuvieron que cerrar.

Es en los años 80 que se inicia la nueva fase de desarrollo turístico, tras haber aprendido la lección del “crecimiento rápido y carente de calidad” de los años 60-70. Es la década del proceso de descentralización gubernamental, en la que nacen las Autonomías y con ellas la Canaria, que enmienda los errores y ve cómo en los 80 renace un segundo boom turístico similar al de los años 60, eso sí, con menos errores que entonces. Pero sí se observa el mismo descontrol en la construcción turística. La afluencia del turismo está por encima del 20% anual.

La cúspide del segundo boom turístico se alcanza en 1987, cuando el número de turistas alcanza un 22% sobre el año 87. Sigue la especulación descontrolada para acomodar la demanda dejando de nuevo manifiesta la grave falta de planificación y coordinación de las autoridades gubernamentales en relación con el turismo. Este crecimiento desmesurado de la infraestructura turística junto con su falta de coordinación favoreció a los tour-

operadores, quienes se fortalecieron ocasionando la caída de los precios en los hoteles y un mayor control de la economía canaria por intereses extranjeros. Peor aún. Este proceso no estimulaba a un turismo de calidad, sino muy al contrario: empieza a venir a Canarias un turismo de masa, un turismo de baja rentabilidad económica. En la década de los 80-90, es la Provincia de Las Palmas la que tiene una mayor demanda turística como resultado del rápido crecimiento turístico de sus dos Isla periféricas: Lanzarote y Fuerteventura.

No todo es negativo. La trayectoria turística en las Islas ha demostrado que potenciándola y mejorando adecuadamente sus servicios se puede llegar a convertir una fuente estable de riqueza para el Archipiélago por sus características únicas de “sol, arena y mar” unidas a una más amplia diversificación turística que incluya las tres “c”: “campo, cultura, calidad de vida”. Es en esta línea que se ha creado la Ley de Turismo, los Programas Leader de la Comunidad Económica Europea tendentes a la mejora y disfrute de la naturaleza en toda su extensión. Son las autoridades políticas, económicas, educacionales y culturales, conscientes de que el turismo es el motor de la economía canaria, las que están propiciando la confluencia de este clima de “calidad turística” en bien y un mayor bienestar de los habitantes y visitantes de la Región Canaria.

El turismo en relación con la isla de Gran Canaria

La Isla de Gran Canaria, denominada por algunos autores “continente en miniatura” debido a su microclima, es una de las islas más orientales del Archipiélago con una superficie de 1.562 kms². y una población cercana a los 750.000 habitantes. Es la tercera más extensa después de las islas de Tenerife y Fuerteventura. Su configuración geométrica es casi redonda contando con una extensión de 55 kms. de norte a sur y de 47 kms. de este a oeste y goza de una temperatura promedio anual de 21°C con una fluctuación de más menos 4 y 5 grados, respectivamente.

Es la isla más poblada del Archipiélago. La temporada turística abarca todo el año, siendo los meses de Mayo, Junio y Julio los más flojos y los mejores Diciembre, Enero y Febrero. Se surte del turismo europeo, mayoritariamente, siendo los turistas procedentes de los países escandinavos los que conforman un turismo netamente de invierno, seguidos por los alemanes que copan la isla en primavera, mientras que los peninsulares e isleños lo hacen en el verano y, principalmente, en el mes de Agosto. Los ingleses lo hacen todo el año, con énfasis en invierno y primavera y, una minoría, durante el período estival. El resto de países representados en el turismo que llega a Gran Canaria lo forman: Francia, Bélgica, Suiza, Austria, Holanda, Irlanda, Portugal e Italia, con una pequeña minoría procedente de Rusia y otros países del Este. Cuenta con un 36.2% de todos los establecimientos industriales canarios que ocupan al 40% de los empleados en el sector. Dicho sector está fuertemente orientado al mercado interior, con la excepción de la industria tabaquera elaborada, conservas y harinas de pescado que conforman partidas aisladas de la industria alimenticia. En síntesis, lo hasta ahora dicho nos da una idea de la rápida y dinámica trans-

formación que con el turismo como eje primordial, se ha efectuado en la Región Canaria desde las perspectiva económica y físico-paisajística, principalmente. No cabe duda del impacto que esta transformación ha causado también en la sociedad en general.

¿Qué entendemos por hotel?

Cuando nos referimos a un hotel estamos aludiendo a una empresa cuyo objetivo primordial es el alojamiento, con servicios o sin servicios complementarios distintos a los correspondientes a otros tipos de establecimientos tales como los: aparta-hotel, hostales, residencias, etc. Para que una empresa de alojamiento de turistas obtenga el grado de hotel, ha de reunir las tres siguientes características:

1. Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo con total independencia. Sus dependencias han de constituir un todo homogéneo con entradas y escaleras de uso exclusivo.
2. Facilitar a su clientela tanto el servicio de alojamiento como el de comidas, estén o no sujetos al régimen de pensión completa, a elección del mismo cliente, con una excepción: los hoteles Residencias.
3. Disponer de un mínimo de un 10% de habitaciones individuales.

Servicios que oferta un hotel

En la rama de la hostelería son los establecimientos hoteleros los que tienen mayor variedad de servicios, dependiendo de la categoría que tenga el Hotel. Los siguientes son parte de los servicios más comunes: *Recepción, teléfono, telex, fax, internet, última-mente...; *Servicio de Habitación: comida, bebida; *Mini-Bar en habitación, además de televisión, aire acondicionado, teléfono interno/externo; *Servicio pisos, áreas comunes, habitaciones...; *Lavandería, lencería...; *En Salón común: Televisión, música ambiental, prensa...; *Bar/Cafetería, Discoteca, Tiendas, Peluquería, Sauna, Gimnasio, etc.

Análisis e interpretación de los datos cuantitativos

Perfil del directivo en los hoteles de 4 estrellas

TABLA 1

FRECUENCIA DE DIRECTIVOS EN RELACIÓN CON LAS CUOTAS DE EDAD EN NÚMEROS ABSOLUTOS

Total	Hasta 30	De 31 a 40	De 41 a 50	Más de 50
22	3	6	9	4

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

Observamos en la Tabla N° 1 que los directivos de los Hoteles de 4 Estrellas se concentran en la cuota de edad entre los 41-50 años.

TABLA 2

PORCENTAJE DE DIRECTIVOS EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE INSTRUCCIÓN Y EDAD (Porcentaje vertical)
(Base: 22%)

Nivel de instrucción	Total	Hasta 30	De 31 a 40	De 41 a 50	Más de 50
EGB	13.6	—	25.0	11.1	25.0
FP	13.6	33.3	—	22.2	—
BUP	27.3	—	50.0	11.1	50.0
UNIV.	31.8	66.7	12.5	44.4	—
NS/NC	13.7	—	12.5	11.1	25.0

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

En la Tabla 2, se observa que la tendencia actual es que los jóvenes están mejor preparados. El 66.7% de directivos de menos de 30 años tienen estudios universitarios, teniendo en cuenta que el mayor número de directivos se concentran en la cuota de 41 y 50 años.

TABLA 3

GRADO DE CONOCIMIENTOS DE LOS IDIOMAS (INGLÉS, ALEMÁN Y FRANCÉS)
EN LOS DIRECTIVOS DE LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS

(Base: 22%)

Idiomas	Hablado y escrito	Hablado	NS/NC
Inglés	100.0	—	—
Alemán	77.3	18.2	4.5
Francés	54.5	27.3	18.2

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

En la tabla 3, se reflejan las tendencias que existen en la sociedad respecto a los idiomas, siendo el inglés el que más se domina. Es fundamental para cualquier trabajo, máxime en el sector turístico. Los directivos encuestados dominan este idioma al 100% tanto hablado como escrito. El segundo idioma que dominan es el alemán, si bien a un nivel más bajo. Con una media de un 77.3% hablado y escrito, el alemán se convierte en un idioma fundamental, dado el considerado monopolio que en el sector turístico de Gran Canaria tienen los Tour Operadores Alemanes. En este sentido, hay que añadir que en relación con la composición de la clientela en estos hoteles el alemán ocupa el primer lugar (44.84 %, ver tabla 6) y en cuanto al conocimiento del idioma se ubica en el segundo lugar. El francés que gozaba de una situación privilegiada, ha decaído en los últimos tiempos. Vemos cómo en la tabla se encuentra en un tercer lugar con una media de un 54.5% hablado y escrito.

Perfil del hotel

TABLA 4
 PERTENENCIA A CADENA HOTELERA EN FUNCIÓN DE LA EDAD
 DE LOS DIRECTIVOS DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS (Porcentaje vertical)

(Base: 22%)

	Total	Hasta 30	De 31/40	De 41/50	Más de 50
Si	50.0	66.7	62.5	44.0	25.0
No	27.3	—	37.5	22.2	50.0
NS/NC	22.7	33.3	—	33.3	25.0

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

En la tabla 4, vemos cómo las cadenas hoteleras prefieren un personal joven (66.7% hasta 30 años y 62.5% entre 31 y 40 años), dinámico y con ideas nuevas que refresquen el sector, siendo la línea que lleva el mundo empresarial actual, dada la fuerte competitividad.

TABLA 5
 PORCENTAJE DE EMPLEADOS SEGÚN NÚMERO DE CAMAS EN LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS
 (Porcentaje vertical)

(Base: 100%)

	Total	De 26 a 50	De 51 a 100	De 101 a 150	NS/NC
De 51-100	4.5	20.0	—	—	—
De 101-200	4.6	20.0	—	—	—
De 201-300	22.7	40.0	20.0	18.2	—
Más de 300	63.6	20.0	80.0	81.8	—
NS/NC	4.5	—	—	—	100.0

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

En esta Tabla 5, vemos los siguientes resultados: a mayor número de camas por hotel, mayor número de empleados. Sin embargo, se detecta que en hoteles con un gran número de camas disponen de un número de empleados relativamente bajo, lo que supone una mayor dedicación por parte de los trabajadores en estos hoteles.

En la Tabla 6, podemos observar los siguientes resultados: predominancia del turista alemán con un 44.84% frente al inglés con un 10.32%. Se observa la tendencia actual del turismo en Gran Canaria, donde el alemán supera la cuota de estancia en los hoteles en comparación con otros turistas de otros países.

En la Tabla 7, se puede observar los siguientes datos: Los Departamentos de Bar/Cafetería, Pisos/Áreas, Cocina y Comedor son los que concentran mayor número de empleados. Dadas sus necesidades, demandan mayor número de personal para cubrirlos.

TABLA 6
COMPOSICIÓN APROXIMADA DE LA CLIENTELA EN FUNCIÓN AL PAÍS DE ORIGEN
EN LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS (Porcentaje vertical)

(Base: 100%)

Composición clientela Hoteles de 4 Estrellas	(Porcentajes)
Inglés	10.32
Alemanes	44.84
Franceses	2.58
Suecos	3.53
Holandeses	3.79
Noruegos	1.47
Finlandeses	1.68
Españoles	18.53
Otros	13.26

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

TABLA 7
PORCENTAJE DE EMPLEADOS POR DEPARTAMENTOS EN LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS

(Base: 100%)

	Direc	Anim	Bar/Cafét	Pisos	Coci	Come	Cons	Lava	Rece	Cont/Adm
% Empl	2.47	1.53	13.57	28.79	18.45	17.10	2.41	3.88	8.75	3.05

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

En las Tablas 8 y 9, podemos observar los siguientes resultados:

TABLA 8
HOTELES DE 4 ESTRELLAS QUE IMPARTEN CURSOS DE FORMACIÓN, EN NÚMEROS ABSOLUTOS

(Base: 100%)

Sí imparten cursos	20
No imparten cursos	2

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

TABLA 9
PORCENTAJE DE HOTELES Y TIPOS DE CURSO QUE SE IMPARTEN (Porcentaje vertical)

(Base: 20%)

	Atención al Cliente	Idiomas	Hostelería	Gastronomía	Otros
Sí imparten	83.3	61.1	27.8	22.2	55.6
No imparten	16.7	38.9	72.2	77.8	44.4

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

Veinte (20) de los hoteles entrevistados imparten Cursos de Formación y Reciclaje del Personal.

Los cursos de “Atención al Cliente” y el de “Idiomas” son en los que más énfasis ponen los empresarios hoteleros con un 83% y 61.1%, respectivamente. Estos dos aspectos son vitales en la interacción cara a cara: cliente-trabajador, ll mesero camarero/a; recepcionista, etc.; cualquier tarea que se desempeñe cara al público.

Perfil del empleado en los hoteles de 4 estrellas

En la Tabla 10, hallamos los siguientes resultados: según los datos aproximativos que nos proporcionaron los encuestados, la “educación reglada” es mínima en los empleados. Un 86.3% de los empleados tienen estudios de EGB.

En la Tabla 11, vemos los siguientes resultados: los datos que observamos en esta tabla reflejan una realidad constante. Al ser el turista alemán el que más frecuenta la Isla, el idioma alemán se convierte en fundamental a la hora de desempeñar las tareas requeridas en el puesto de trabajo hotelero. Es por ello que observamos que un 50.0% de los empleados tienen un nivel bueno del idioma, frente al inglés con un 40.9%. El francés vuelve a quedar rezagado a nivel de empleados también, con un 13.6% en la categoría de “bueno”.

En las Tablas 12 y 13, podemos observar los siguientes resultados:

En un 50.0% de los empleados surge por propia iniciativa el asistir a Cursos de Formación y Reciclaje, como vemos en la Tabla No. 12. El 73.3% de los hoteles incentivan a sus trabajadores con una mejora económica.

TABLA 10
NIVEL ACADÉMICO APROXIMADO DE LOS EMPLEADOS
DE LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS (Porcentaje horizontal)

(Base: 100%)

	EGB	FP	BUP	Universidad
% Empleados	86.3	—	13.6	—

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

TABLA 11
PORCENTAJE DE EMPLEADOS DE LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS, “NO DIRECTIVOS”,
SEGÚN EL GRADO DE CONOCIMIENTOS DE IDIOMAS (Porcentaje horizontal)

(Base: 100%)

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	NS/NC
Inglés	9.1	9.1	40.9	36.4	4.5	—	—
Alemán	9.1	9.1	50.0	13.6	13.6	4.5	—
Francés	—	—	13.6	27.3	18.2	4.5	36.4

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

TABLA 12

PORCENTAJE DE EMPLEADOS DE LOS HOTELES DE 4 ESTRELLAS, "NO DIRECTIVOS",
DE LOS QUE SURGEN LA ASISTENCIA A CURSOS (Porcentaje horizontal)

(Base: 100%)

	Sí surge de los empleados	No surge de los empleados	NS/NC
% de empleados	5.0	36.4	13.6

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

TABLA 13

PORCENTAJE DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS EN LOS QUE LA ASISTENCIA A CURSOS
CONLLEVA UNA MEJORA ECONÓMICA PARA LOS EMPLEADOS (Porcentaje horizontal)

(Base: 100%)

	Sí, conlleva mejora económica	No, no la conlleva
% de Hoteles	73.7	26.3

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

En la Tabla 14, observamos los siguientes resultados: según los cargos directivos entrevistados, el grado de satisfacción expresado por los turistas está condicionado "bastante" por el idioma, en un 54.5% de los casos. El idioma es un factor importante en la relación con el cliente.

TABLA 14

GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN RELACIÓN CON EL IDIOMA

(Base: 100%)

	Muchísimo	Bastante	No afecta	Poco	Muy poco
% satisfacción del turista en relación con idioma	9.2	54.5	27.3	4.5	4.5

Fuente: Encuesta a Directivos de Hoteles de 4 Estrellas en Gran Canaria. Julio de 1995

Conclusiones generales

El turismo, el viaje a otras tierras lejanas, es un cambio donde el sujeto deja lejos sus referencias culturales, que lo atan a unas normas y comportamientos que emergen en su realidad cotidiana. Se desplaza y a la vez se libera de esas ataduras cotidianas para experimentar otras sensaciones en otro contexto distinto. El turismo, el viaje por placer, es el elemento que proporciona al sujeto la legitimidad de ser por un tiempo deter-

minado “otro”, de romper con el yo inmerso en la cotidianidad de su contexto, del yo que cumple socialmente con su rol asignado. La propia sociedad de consumo ha consolidado este viaje de placer y de “ruptura temporal” como una necesidad. De este modo, igual que se habla de sociedad de masas, de medio de comunicación de masas, se habla de turismo de masas.

Canarias, dadas sus condiciones naturales, se ha convertido en lugar receptor de viajeros “en masa”. En torno a estos visitantes se ha articulado en nuestra región toda una infraestructura física y económica. Incluso se alude al del “monocultivo” del turismo, dada la gran dependencia de las Islas con dicho sector. Es un sector muy fluctuante, con muchos altibajos, en el que influyen cuestiones tan relevantes como la situación económica mundial, las competencias en el mercado, etc., lo que acarrea una inestabilidad intrínseca generando unas estructuras muy frágiles en la economía regional. Por ello, es importante mantener unas cuotas de mercado un tanto fijas que proporcionen una cierta estabilidad y un cierto desarrollo en nuestra economía. La manera de mantener estas cuotas es siendo cada día más competitivos en el salvaje mercado de este sector turístico, ofertando un producto de calidad. Esto conlleva una infraestructura adecuada junto con un personal cada vez más preparado que transmita calidad al producto. En esta línea, apuntan los responsables del tema con los que hemos contactado para este estudio. La importancia del personal recae, fundamentalmente, en su interacción con el cliente.

En este sentido, se está tomando partido hacia una formación de más calidad mejorando la oferta. Actualmente son muchas las opciones en el tema de la Formación Turística que existen en la Isla de Gran Canaria, que demuestran el interés que van tomando las distintas instituciones, públicas y privadas, en promocionar un “Turismo de más Calidad”, que al mismo tiempo pueda ser más competitivo.

Son muchas las consideraciones, a modo de reflexión, que se podrían hacer a raíz de este estudio. A continuación, exponemos algunas de ellas a modo de conclusión:

- 1) Efectivamente, la hipótesis se confirma: existe un bajo nivel de formación profesional por parte de los trabajadores de los Hoteles de cuatro estrellas de la Isla de Gran Canaria. Sin embargo, es preciso matizar las razones por la falta de medios económicos y educativos que facilitarían la preparación de estos trabajadores. Las tablas nos indican que hoy, con facilidad de acceso a estos medios, las nuevas generaciones llegan a los hoteles de cuatro estrellas con mejor preparación técnico-académica que la que traían los trabajadores del “inicio del boom turístico en Canarias de los años 60-70”, como así se pone de manifiesto en este estudio.
- 2) Que en cuanto a las “primeras generaciones” de trabajadores en estos Hoteles, se ha constatado cómo esa falta de “preparación educativo-técnica” la suplen con grandes dosis “del saber canario en términos de amabilidad, gentileza, lenguaje universal humano”, a falta del técnico profesional. El estudio confirma el hecho de que para el turista esta realidad también tiene su encanto.

- 3) La tendencia, sin embargo, es hacia una “profesionalización” en los servicios que prestan estos hoteles de cuatro estrellas en la Isla de Gran Canaria, cara a una convergencia con la calidad que en ellos se exige a medida que nos acercamos al Siglo XXI.
- 4) A su vez, también se viene impartiendo, desde 1988-89 el Master de Turismo en la misma Universidad.
- 5) En cuanto a enseñanzas medias regladas, en relación con el Turismo, desde este año 1995, en FP, se han empezado a impartir cursos y módulos relacionados con el turismo.
- 6) Añadir que en su vertiente de Educación-Formación “no reglada” el Instituto Canario de Formación y Empleo (ICFEM) ha venido impartiendo Cursos de Formación Profesional Ocupacional entre los que están incluidos los relacionados con el Turismo. Recibirá en este año Fiscal 1995/96 la cantidad de 2.000 millones de pesetas destinadas a nuevos Cursos de Formación.
- 7) Otra conclusión que queremos dar es la relacionada con la falta de coordinación entre los esfuerzos del Sector de la Administración Pública y el del Sector Privado en materia de “mejoras educativo-técnicas” cara al turismo. Constatamos que tanto un sector como otro están llevando a cabo actividades educativas dignas de encomio. Creemos que ambas entidades multiplicarían los buenos resultados y dividirían los costes si existiese una mejor coordinación de lo que ambas están llevando a cabo en el sector turístico, tanto en aspectos que tienen que ver con la cantidad como con la calidad del Turismo que llega a la Isla de Gran Canaria por medio de los hoteles de cuatro estrellas.
- 8) La última conclusión tiene que ver con lo “exploratorio de este estudio” y con la necesidad de estudios adicionales, multidisciplinares, de un sector tan importante de nuestra economía como es el Turismo.

Bibliografía

- ALEMÁN, A. y otros, (1994). *Canarias*. Madrid: Mediterráneo.
- BARCELÓ, G. (1988). *La Empresa del Futuro*. Madrid: Albia.
- BARCELLONA, P. (1992). *Postmodernidad y Comunidad*. Madrid: Trotta.
- BLANCO, J. (1976). *Breve Noticia Histórica de Las Palmas de Gran Canaria*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo Insular de Gran Canaria.
- CASTANYER, F. (1988). *La Formación Permanente en la Empresa*. Barcelona: Marcombo.
- CASTELLANO, J. M. y MACÍAS, F. J. (1993). *Historia de Canarias*. Las Palmas de Gran Canaria: Centro de la Cultura Popular Canaria.
- CROSBY, P. B. (1995). *Quality without Tears: The Art of Hassle-Free Management*. New York: McGraw-Hill.
- De MIGUEL, A. (1992). *La Sociedad Española 1992-1993*. Madrid: Alianza.
- DELGADO, J. y GUTIÉRREZ, J. (1994). *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis Psicología.
- FINKEL, L. (1994). *La Organización Social del Trabajo*. Madrid: Pirámide.
- FOX, J. M. (1991). *Las Cualidades Personales más Necesarias en la Empresa*. Bilbao: Deusto.

- GARCÍA, P. (1994). *Turismo y Hostelería: Estudios*. Las Palmas de Gran Canaria: ULPGC, Servicio de Publicaciones.
- HERNÁNDEZ, P. (1978). *Natura y Cultura de las Islas Canarias*. Sta. Cruz de Tenerife: Romero.
- HERRERA PIQUÉ, A. (1978). *La Ciudad de Las Palmas: Noticia Histórica de su Urbanización*. Las Palmas: Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.
- HODGE, B. J. y ANTHONY, W. P. (1991). *Organization Theory: A Strategic Approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- KOTTER, J. P. (1982). *The General Managers*. Harvard Business School. New York: The Free Press
- KURTZ, L. (1995). *Gods in the Global Village*. London: Sage.
- LANFANT, M-F y otros (Eds.) (1995). *International Tourism: Identity and Change*. London: Sage.
- LÓPEZ, A., y otros (1984). *Tierras de España: Canarias*. Barcelona: Noguer.
- NAISBITT, J. y ABURDENE, P. (1990). *Megatrends: The New Directions for the 1990's*. New York: Avon Books.
- TOFFLER, A. (1990). *Power Shift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21st Century*. New York: Batam Books.