

REPERCUSIONES SOCIOECONÓMICAS DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL SECTOR INDUSTRIAL

JOSEFINA DOMÍNGUEZ MUJICA

La primera apreciación que debemos hacer en relación con la industria en San Bartolomé de Tirajana es la de la debilidad del tejido fabril del municipio. Cualquier indicador de los niveles de industrialización que utilicemos reflejará esta circunstancia. Sin embargo, esto no debe llevarnos a pensar que no existe infraestructura industrial o que ésta es de escasa importancia en el marco de un territorio dedicado, principalmente, a la actividad turística.

San Bartolomé de Tirajana cuenta, en la actualidad, con un equipamiento y una especialización en el sector secundario que no tiene parangón con la de su pasado histórico. Las profundas transformaciones que se han producido en los últimos cuarenta años gracias al desarrollo turístico han dado lugar a la mecanización de ciertos procesos productivos, así como a un incremento del nivel de industrialización en algunos subsectores. Todo ello es un signo más de los “nuevos tiempos”.

1.- LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL EN SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA DESDE UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA.

En distintos capítulos de esta obra se ha insistido en la caracterización de tres grandes etapas productivas a lo largo de la historia del municipio. La primera de ellas, que hemos vinculado a la agricultura cerealística, a la ganadería y a la obtención de algunos otros productos que completaban la

dieta campesina, es la de mayor duración pues se mantuvo con muy pocas alteraciones desde los orígenes del poblamiento hasta las primeras décadas del siglo XX. Con posterioridad, la irrupción del cultivo del tomate supone una importante modificación en todos los órdenes de la vida municipal a pesar de tratarse de una especialización que viene de la mano del sector agrario. Por último, la mayor intensidad en los cambios socioeconómicos y en las propias formas de convivencia se da a partir de la década de los años sesenta en íntima relación con el desarrollo turístico.

Desde el punto de vista industrial, también se puede seguir la misma secuencia. La etapa de la agricultura de subsistencia y de comercialización interna tiene como manifestaciones fabriles más destacadas los molinos hidráulicos, molinos que se construyen en los cursos de las principales arterias fluviales del municipio, particularmente en el barranco de San Bartolomé de Tirajana y en sus afluentes, donde se llegaron a contar hasta trece de ellos y, secundariamente, en el de Fataga (tres) (Díaz Rodríguez, J.M., 1988; 595). La riqueza patrimonial de este tipo de primitivas fábricas es extraordinaria: cubo con bases y arbotantes escalonados de tipo mastaba, paredes de gran grosor, madera de tea, columnas de cantería, acequias de argamasa, salón del molino, dependencias anejas para almacén de los granos, rojos techos de teja, etc., características todas ellas que aún pueden apreciarse en el molino de agua de Fataga. En este largo período también constituyen un buen ejemplo de otros procesos fabriles las manifestaciones de lo que se ha venido en llamar arqueología industrial o ingenierías históricas: muros, linderos y mojones, las salinas de Castillo del Romeral, las acequias, los molinos de viento ya desaparecidos, etc. De mayor envergadura, si cabe, son en esta misma etapa las obras ingeniería militar y civil, particularmente, la desaparecida Casa – Fuerte o Castillo del Romeral, la carretera de Las Palmas de Gran Canaria a Tunte y sus obras adicionales (puentes), así como el faro de Maspalomas (Hernández Gutiérrez, S., 1990).

La irrupción del cultivo del tomate introduce pocas variaciones en la infraestructura industrial ya descrita. No obstante, el incremento de la superficie regada exige nuevas obras de conducción de aguas, de perforación de pozos, un adecuado acondicionamiento de la superficie cultivada y una carretera que atraviese la zona de costa, lo que repercute escasamente en la especialización industrial aunque con unas pocas e importantes excepciones, una de las cuales es la de la fábrica de conservas vegetales INTERCASA. En 1949 se constituyó dicha empresa y las primeras instalaciones se emplazaron en terrenos de Juan Grande, el germen de las actuales naves industriales que, a la sombra de la arboleda que las circunda, ponen en el mercado local y exterior una importante producción de artículos alimenticios derivados

del tomate, fundamentalmente de *ketchup*. En Canarias, dicha empresa es uno de los pocos ejemplos de industria alimentaria que emplea la producción agrícola del territorio más próximo y que aprovecha, por otra parte, la renta de situación que supone la proximidad de una importante vía de comunicación, en este caso la carretera del sur. En general, en el Archipiélago son raros los casos de estas empresas industriales, a diferencia de lo que sucede con las que funcionan en otras zonas de España como, por ejemplo, con las agro-alimentarias que se crearon y dan un importante nivel de industrialización a la huerta murciana, a La Rioja, etc.



La fábrica de Intercasa recuerda la antigua hegemonía del cultivo de tomates en la llanura costera del municipio.

De forma indirecta, el cultivo del tomate también hace que aparezca en el escenario municipal otra gran empresa, la industria cementera. La necesidad de aprovechar los recursos hidráulicos para el regadío de las explotaciones tomateras del sur de Gran Canaria lleva a las autoridades insulares a emprender una política de construcción de presas y embalses con la finalidad de retener las aguas de escorrentía. En las décadas de los años cuarenta, cincuenta y sesenta, el Cabildo Insular acomete grandes obras de infraestructura hidráulica aprovechando las condiciones de impermeabilidad de los vasos de las cuencas del municipio. A modo de ejemplo, sirva el que en 1948 la Corporación insular había iniciado ya las obras de las presas de Ayagaures, Fataga, Chira y Los Vicentes y Los Vicentillos (Benítez Padilla, S., 1959; 207). Estas obras necesitaban de materiales constructivos y, particularmente, de un importante volumen de cemento. Ello impulsó a un particular, al constructor D. Ramón Behamonte, a levantar la fábrica de cementos de Arguineguín, fábrica que entró en funcionamiento en 1955. *"Cementos de Arguineguín ha sido la primera y más importante fábrica de cemento del Archipiélago. Se creó aprovechando las ventajas de contar "in situ" con materia prima, las puzzolanas, y con la posibilidad de construir un amplio muelle para importar otro de los principales componentes*

del cemento, el clinker, así como para dar salida al exterior a la producción de la planta industrial" (VV.AA., 1996; 911).

De este período, finalmente, también conviene reseñar la creación de la empresa ELMASA (Eléctrica de Maspalomas, S.A.). "En 1966 – antes de que comenzara el verdadero desarrollo de la electrificación en el Archipiélago – con amplios sectores sin electrificar o con consumos insignificantes,... San Bartolomé de Tirajana comenzó su desarrollo eléctrico de la mano de Eléctrica de Maspalomas" (Hernández Hernández, J., 1998; 1.681). La evolución del sector energético que se inaugura con este hito va a alcanzar cotas extraordinarias en el período subsiguiente.

2.- CARACTERÍSTICAS PRODUCTIVAS DEL SECTOR INDUSTRIAL EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA CANARIA.

La estructura industrial canaria ocupa una posición secundaria en la composición del Producto Interior Bruto regional (el indicador económico por excelencia), ya que las actividades fabriles no han sido protagonistas de importancia en la estructura económica insular. "Los datos permiten afirmar que el peso de la industria canaria se encuentra por debajo de la media del conjunto de las regiones españolas" (Consejo Económico y Social de Canarias, 2000; 75). Los factores condicionantes de este escaso desarrollo han sido objeto de atención de distintos especialistas en esta materia que coinciden en señalar las limitaciones geográficas para el alcance de las economías de escala y la lejanía de las fuentes de aprovisionamiento, lo que encarece el coste de transporte. "La reducida dimensión del mercado, su fragmentación y la distancia, que introduce el transporte como una grave dependencia, han sido las principales barreras naturales con las que ha tenido que enfrentarse la industria en las Islas" (Núñez Rodríguez, J.A., 1991; 2.358). Todo ello determina el predominio de establecimientos pequeños en la mayoría de los subsectores, una dependencia muy fuerte del exterior en cuanto a materias primas y a productos semielaborados y una composición en ramas productivas industriales muy marcada por las fronteras de los mercados de destino (Rodríguez Martín, J. Á., 1985; 236), es decir, el predominio de un sector dirigido casi totalmente a la demanda interna. "Sin embargo, se espera que la Zona Especial Canaria ayude a incrementar el peso específico del sector industrial y el de alta tecnología dentro de la economía canaria" (Consejo Económico y Social de Canarias, 2000; 76).

La escasa actividad industrial que presenta en la actualidad el municipio de San Bartolomé de Tirajana no puede ser considerada una excepción en aquel panorama de referencia, máxime si tenemos en cuenta la importancia

de los establecimientos fabriles radicados en la capital insular, Las Palmas de Gran Canaria, y la circunstancia añadida de que el municipio, durante un largo período, quedó fuera de los instrumentos territoriales de promoción industrial (polígonos industriales) que inauguró la política de planificación indicativa del III Plan de Desarrollo y que pretendían ofrecer suelo, infraestructuras y concentraciones que llevaran implícitas ventajas de diverso orden fiscal y económico. En estos últimos años en los que las competencias en la calificación del suelo industrial han sido asumidas por las corporaciones locales, aparecen recogidos en las normas de planeamiento los espacios reservados a dicho uso dentro del propio término municipal, tal y como puede apreciarse en el mapa que acompaña a este capítulo.

En términos comparativos, una serie de indicadores nos permiten evaluar el grado de industrialización del municipio en el marco insular. Desde el punto de vista del número de empresas catalogadas a efectos del impuesto de actividades económicas en 1999 en Gran Canaria, de las 3.109 de tipo industrial, 149 estaban censadas en San Bartolomé de Tirajana. Las primeras representaban el 5,21% de todas las empresas insulares, mientras que las segundas tan sólo equivalían al 2,14% de las municipales, aunque el número de industrias no es reflejo ni del valor de la producción ni del valor del empleo. No obstante, es significativo que un buen número de empresas especializadas no esté representado en el municipio. Nos referimos, por ejemplo, a ramas de la producción del sector agro-alimentario, como las de elaboración de café, té y sucedáneos, productos dietéticos y de régimen, confitería, industria del cacao y del chocolate, del azúcar, de la preparación de leche y de la preparación y envasado de aguas minerales, fabricación de harinas y sémolas, extracción y envasado de aceites vegetales, etc. También están ausentes muchas ramas de la producción relacionadas con la metalurgia y la electricidad: construcción de maquinaria, fabricación de aparatos electrodomésticos, fabricación de hilos y cables eléctricos; con la química: fabricación de productos químicos, fabricación de especialidades farmacéuticas, de plaguicidas y abonos, de jabones y artículos de perfumería; con industrias ligeras como la del papel y cartón, envases y embalajes de madera, fabricación de instrumentos de música, mobiliario de madera, junco y mimbre, fabricación de calzado, de artículos de oficina; con la electrónica: fabricación de aparatos de telecomunicación, fabricación de instrumentos de precisión, etc. En suma, hasta 130 especializaciones industriales.

Los datos de producción que proporcionó el Instituto Canario de Estadística en su estudio acerca de la renta insular y municipal para el año de 1991, corroboran la escasa importancia del sector industrial en términos

económicos. El Valor Añadido Bruto (a coste de los factores) de la industria¹ en Gran Canaria era poco importante en el conjunto de la economía, los 548 millones de euros aportados por dicha actividad representaban el 10,32% de la producción total y aún menos lo era la producción industrial de San Bartolomé de Tirajana con respecto al resto de los sectores de actividad municipales (26.7 millones de euros que suponían una participación de tan sólo el 4,8% del VAB (c.f.) total).

Por otra parte, la tendencia de la producción industrial canaria fue decreciente desde 1977, siguiendo los distintos municipios la misma trayectoria general. Sin embargo, en los últimos años, la evolución del subsector de la industria, estrechamente vinculada al desarrollo turístico, se ha recuperado notablemente y ha comenzado a crecer a un ritmo superior al 4% desde 1994, hasta el punto de que desde 1998 las tasas de incremento de la producción industrial se han situado por encima de los índices medios del Estado. No contamos aún con información que nos permita evaluar el ritmo en el crecimiento de la producción industrial municipal de estos últimos años. No obstante, todos los indicadores apuntan hacia el mayor dinamismo que afecta a los espacios turísticos en la generación de actividades industriales, inducidas por un sector que se ha visto arrastrado a fines de los noventa por una extraordinaria coyuntura de prosperidad. El propio Consejo Económico y Social de Canarias reconoce en su informe del año 2000 que la evolución reciente de la actividad industrial está estrechamente unida a la del turismo. De hecho, una serie de indicadores, como el del consumo eléctrico por abonado, viene situando al municipio de San Bartolomé de Tirajana en el primer puesto del *ranking* insular y, de la misma forma, en este último período ha aumentado de forma notable la inscripción de nuevas empresas industriales en el municipio.

3.- LA ESTRUCTURA INTERNA DEL SECTOR INDUSTRIAL.

Se ha afirmado anteriormente que el sector industrial en Canarias está predominantemente dirigido a satisfacer la demanda interna, por ello, y si dejamos a un lado el subsector de la construcción, se reconocen como ramas más destacadas las de los productos energéticos y el agua y la de los productos alimenticios, bebidas y tabaco, es decir, bienes de consumo final con una demanda media o débil, sin un elevado grado de tecnificación. Además de los citados, también se encuentra la rama de la papelería y de las artes gráficas.

En los conceptos de producción bruta y de valor añadido sobresalen respectivamente los sectores energéticos y del agua. Por otra parte, un sector que acumula un elevado excedente en cuanto al consumo de energía es el de las empresas cementeras y el de las extracciones y transformados de áridos y materiales de construcción.

El escenario industrial de San Bartolomé de Tirajana tampoco se aleja de las pautas descritas. El peso de los subsectores del agua y de la energía es muy destacado en la estructura fabril del municipio, especialización que se explica por el raquitismo del sector manufacturero. La ya citada industria del cemento, el sector agroalimentario y el de artes gráficas y edición también cuentan con una importante representación.

TABLA 1 - ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA EN 1999.

Especializaciones industriales	Nº de empresas
Acabado de textiles	1
Actividades anexas a la industria del mueble	3
Actividades anexas a las artes gráficas	2
Artes gráficas (Impresión gráfica)	18
Aserrado y preparación industrial de la madera	1
Captación de agua para su suministro	6
Captación, tratamiento y distribución de agua	8
Confección de artículos textiles, de hogar y tapicería	3
Confección a la medida de prendas de vestir	2
Confección de toda clase de prendas de vestir	4
Construcción naval	1
Edición de libros	1
Edición de periódicos y revistas	7
Edición de soportes de audio, video e informática	2
Elaboración de cigarrillos y cigarrillos de tabaco	1
Elaboración de otros productos alimenticios	3
Elaboración de helados y similares	2
Elaboración y crianza de vinos	1
Extracción de rocas y pizarras para la construcción	2
Fabricación de aguas gaseosas y otras bebidas sin alc.	1
Fabricación de prótesis y otros aparatos de ortopedia	1
Fabricación de artículos de carpintería metálica	5
Fabricación de artículos de ferretería	2
Fabricación de cementos artificiales	1
Fabricación de cerveza y malta de cerveza	2
Fabricación de derivados de ceras y parafinas	2
Fabricación de estructuras metálicas	2
Fabricación de hormigones preparados	3
Fabricación de jugos y conservas vegetales	3
Fabricación de mobiliario de madera para el hogar	4
Fabricación de otros artículos ncop.	5
Fabricación de otros artículos derivados del cemento	1
Fabricación de pastas alimenticias	1
Fabricación de queso y mantequilla	1
Fabricación en serie de piezas de carpintería	2
Fabricación de vajillas y artículos para el hogar	1
Fabricación de vidrio plano	1
Fabricación de artículos de marroquinería y viaje	3
Fabricación de ptos. tierras cocidas construcción	1
Fabricación de hielo para la venta	3
Industria de bollería y pastelería	10
Industria del pan y bollería	13
Industrias de la piedra natural	2
Joyería	2
Laboratorios fotográficos y cinematográficos	3
Otras producciones de energía	1
Recauchutado y reconstrucción de cubiertas	1
Talleres de mecánica en general	1
Talleres mecánicos ncop.	1
Tratamiento del agua para su suministro	2
Total general	149

FUENTE: *Impuesto de Actividades Económicas.*

1 - Se ha excluido la actividad de la construcción. La dimensión de dicho subsector nos ha obligado a otorgarle un tratamiento independiente.

3.1. EL SUBSECTOR DE LA ENERGÍA.

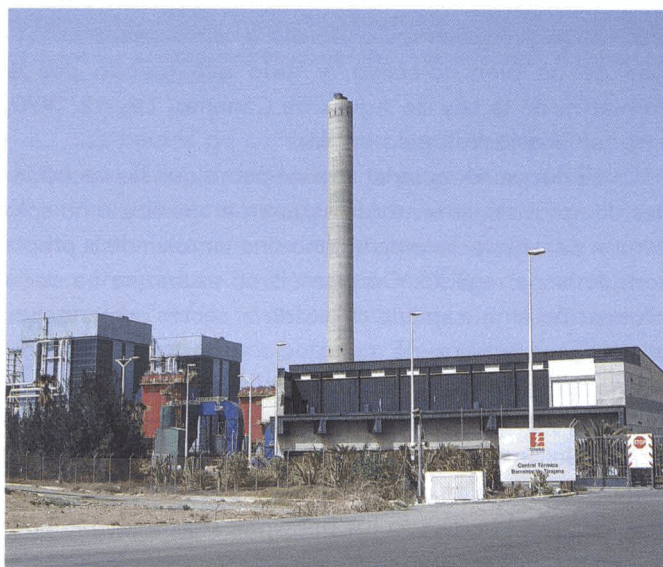
“La demanda de energía está directamente relacionada con la actividad económica general, y a medida que una sociedad progresa en su crecimiento económico también lo hace en su uso de energía eléctrica, tanto por la mayor demanda de nuevas actividades como por la generalización en el uso de electrodomésticos” (Hernández Hernández, J., 1998; 1.675). El dinamismo de la actividad turística origina unos elevados niveles de consumo en San Bartolomé de Tirajana, tal y como se señaló anteriormente. Por ello, es posible afirmar que el incremento en los niveles de energía eléctrica ha ido paralelo al de la renta municipal. Además, si tenemos en cuenta un indicador de productividad como el del VAB/ocupado, el subsector de la energía eléctrica se revela dos veces más productivo que la media (PDCAN, 1993; 60). Es, por otra parte, un sector con un elevado nivel de concentración.

El logro más importante del sector energético en el municipio lo constituye, sin duda alguna, la construcción y puesta en marcha por UNELCO de la Central Térmica del Barranco de Tirajana en Juan Grande. En 1995 inició su funcionamiento a un tercio de la capacidad que adquirió cuando fue inaugurada oficialmente en el año de 1996, lo que ha supuesto que Gran Canaria pueda disponer de una producción de 236,2 MW (Hernández Torres, S. y Morales Matos, G., 1997; 164)². La calidad que garantizan los modernos equipos de generación y la propia sala de operaciones, así como los sistemas y medidas de control medioambiental de su infraestructura han hecho que sea una de las primeras de España en contar con certificaciones AENOR. En la escasa emisión de gases contaminantes no sólo influye la tecnología desarrollada sino también la elección de su emplazamiento.

En la costa del municipio, en un área batida permanentemente por los alisios, cualquier emisión se vería desplazada hacia el Atlántico siempre que predominara el régimen de vientos dominante. Esta última circunstancia explica también el desarrollo de un importante parque eólico junto a la central térmica. La imponente torre de la central y los aerogeneradores que se alinean a lo largo de la margen derecha del Barranco de Tirajana en hileras paralelas hacia el mar han cambiado completamente la fisonomía de este sector del municipio, una zona degradada a causa del cultivo intensivo del tomate, muy ventosa y poco habitada (Bosch Benítez, A., 2001; VII/85). La apuesta por la energía eólica de una serie de particulares y de la propia división de ENDESA Diversificación se

volvió definitiva en Gran Canaria a fines de los noventa. San Bartolomé de Tirajana contribuye, junto a otros municipios, a que la isla de Gran Canaria haya sido, desde 1997, la que más energía eólica produce, si bien aún es escasa la participación de esta modalidad en el total de la energía eléctrica obtenida. Esta especialización explica la radicación de la empresa Desarrollos Eólicos de Canarias, S.A. en Los Llanos de Juan Grande.

Por otra parte, desde la puesta en funcionamiento de la central, se han acometido obras de electrificación en el Sur de Gran Canaria. Por ejemplo, a principios de marzo del año 2000 entró en servicio una nueva línea de alta tensión con el objetivo de hacer frente al alto índice de crecimiento de la demanda eléctrica por el propio desarrollo turístico, de forma que, desde Juan Grande se interconectan las subestaciones de Maspalomas y Arguineguín. También se trabajaba en la misma fecha en la conexión de San Bartolomé de Tirajana con la futura subestación de Santa Águeda, una nueva infraestructura considerada vital para garantizar el abastecimiento eléctrico de la zona de expansión turística del oeste del municipio y del término limítrofe de Mogán.



El complejo industrial de Juan Grande es un claro ejemplo de la apuesta por la renovación tecnológica necesaria para satisfacer el incremento de consumo eléctrico.

2 - En 1999, según datos de UNELCO, la energía entregada por esta empresa fue en Gran Canaria de 2479 GWh.

3.2. EL SUBSECTOR DEL AGUA.

La captación, tratamiento y distribución de agua en general, así como la captación y tratamiento para su suministro, específicamente, suponen un importante apartado en la nómina de empresas industriales del municipio. De entre ellas destaca Eléctrica de Maspalomas, S.A. (ELMASA), IONICS IBÉRICA, S.A. e Hidráulica de Maspalomas, S.A. La primera de ellas es responsable del suministro en una de las zonas turísticas de mayor demanda de la Isla, la comprendida entre el Barranco del Berriel y el de Maspalomas. Su actividad se remonta al año de 1966 y somete sus aguas o todo tipo de tratamientos, entre ellos, lógicamente, al de cloración.

Estas empresas han orientado su actividad recientemente hacia nuevas tecnologías que tienen como finalidad el aprovechamiento de un preciado y escaso bien. La desalación, la depuración, la mejora de las infraestructuras para reducir las pérdidas en las redes de abastecimiento, la reutilización de las aguas y la necesidad de administrar, incrementar y mejorar la gestión de un recurso fundamental supone una actividad necesaria, lucrativa y que garantiza el acceso y la adecuada utilización de un bien colectivo, y todo ello guiado por la normativa de la Ley de Aguas de Canarias, Ley 12/1990, y por el Plan Hidrológico Insular.

Es necesario recordar en este punto que las necesidades de aprovisionamiento de agua en el municipio no sólo derivan del abastecimiento urbano sino también de la propia agricultura de regadío. De este último asunto se ha dado información en el capítulo dedicado al sector primario, por lo que prescindimos de su estudio en este apartado, lo mismo que tampoco hacemos una caracterización de los embalses y de las conducciones. No obstante, la infraestructura hidráulica de San Bartolomé de Tirajana no puede interpretarse sin tener en consideración estas circunstancias.

Hemos clasificado los principales recursos hidráulicos en estaciones depuradoras de aguas, plantas desaladoras de agua de mar y plantas desaladoras de agua salobre, siguiendo las prioridades del Plan Hidrológico de Gran Canaria del año de 1995. En él se estima necesario incrementar los recursos no naturales mediante la reutilización y depuración del agua para abastecer las zonas que concentran a la mayor parte de la población insular, las comprendidas entre la línea de costa y los 300 metros de altitud. También atenderemos a la red de saneamiento, a las estaciones de bombeo, a los depósitos de agua tratada y a los emisarios submarinos.

Concretamente, en el municipio funcionan ocho estaciones depuradoras de aguas, situadas en Bahía Feliz,

Las Burras, El Oasis, El Pajar, El Tablero, Fataga, El Horno y San Bartolomé (casco). Como puede apreciarse en el mapa de recursos hídricos (mapa que complementa el capítulo dedicado a la agricultura), se trata de estaciones vinculadas a importantes núcleos de población.

Tres de ellas corresponden a enclaves turísticos costeros, otras dos a importantes entidades residenciales: Arguineguín (El Pajar) y El Tablero de Maspalomas y las últimas a zonas de poblamiento tradicional: Fataga, Cercados de Espino y Tunte.

Una de las plantas desaladoras de agua de mar se sitúa en la desembocadura del Barranco de Tirajana, es de la empresa UNELCO, asociada a la central térmica y funciona por compresión de vapor.

Otra se localiza en la costa de Juan Grande, de la empresa Bonny, que funciona por ósmosis inversa y dos más en Las Burras, de la empresa ELMASA, también de ósmosis inversa. En cuanto a las desaladoras de agua salobre la empresa ELMASA cuenta con dos que se localizan en Castillo del Romeral y en San Agustín mientras que Juliano Bonny Gómez, S.A. tiene otra en funcionamiento en San Bartolomé. Son plantas de ósmosis inversa con la excepción de la de San Agustín que es de electro-diálisis reversiva.

Las actuaciones previstas conforme a la planificación estipulada para el período comprendido entre 1998 y 2012 corresponden, por una parte, a la mejora de la red de saneamiento. Se construirán nuevos colectores generales con partidas presupuestarias procedentes de la inversión insular. Los ramales secundarios serán asumidos por el Ayuntamiento.

También prevé el Plan Hidrológico mejoras en las estaciones de bombeo actuales y nuevas estaciones. En cuanto a la depuración, además de la ampliación de las que están actualmente en funcionamiento, se ha programado la construcción de estaciones depuradoras de aguas en Taidía, Ayagaures y Cercados de Araña, así como la instalación de depósitos de agua tratada junto a las actuales y junto a las que están previstas.

También se estima necesaria la construcción de un emisario submarino en Bahía Feliz y, por último, en cuanto a las obras de reposición de la red que está en actual funcionamiento se estipula que sean acometidas con fondos del Ayuntamiento.

Como podemos apreciar, se trata de un ambicioso programa que mejorará la distribución del agua y su aprovechamiento. Con estos objetivos no debe extrañar la importancia adquirida por las empresas especializadas en la captación, tratamiento y distribución de aguas en San Bartolomé de Tirajana, uno de los pilares básicos de su actual industrialización.

3.3. EL SUBSECTOR DEL CEMENTO.

Ya se ha hecho mención a la empresa de cementos radicada en el límite occidental del municipio, en el Barranco de Arguineguín. Pues bien, "en la actualidad, la fábrica cuenta con unas modernas instalaciones capaces de producir un volumen máximo de un millón de Tm anuales, además de un muelle de 420 m. que admite la entrada de buques de hasta 25.000 Tm y de otro muelle de menores dimensiones para la carga de los buques cementeros (de unas 5.000 Tm) propios de la empresa. En octubre de 1995 la sociedad Cementos Especiales, S.A., con capital social repartido entre la Corporación Masaveu y la mexicana CEMEX, se fusiona con la distribuidora Cementos de las Islas, S.A. para formar Cementos Especiales de las Islas, S.A., cuyo capital social se reparten CEMEX y Tudela-Veguín. En dicho año la nueva empresa contaba con algo más de 100 empleados y un volumen de producción de 700.000 Tm; ha incorporado además una nueva actividad, la preparación de mortero, cuya venta en el citado año ascendió a 150.000 Tm." (VV.AA., 1996; 911). Este elevado nivel de producción es absorbido en los últimos años en su totalidad por la industria de la construcción insular, hasta el punto de que no ha habido exportación de cemento desde 1994. Las obras que se realizan en el propio municipio de San Bartolomé de Tirajana han convertido a las empresas constructoras que operan en el mismo en uno de sus más importantes compradores.



Instalaciones de la empresa de Cementos Especiales de las Islas en el Barranco de Arguineguín.

3.4. EL SUBSECTOR ALIMENTARIO.

En este subsector aparecen censadas 36 empresas (si incluimos en ellas la de bebidas gaseosas sin alcohol y la de hielo para su venta) con las siguientes especializaciones: elaboración de cerveza y malta de cerveza, elaboración de helados y similares, elaboración de pastas alimenticias, elaboración de queso y mantequilla, elaboración de otros productos alimenticios y, fundamentalmente, las empresas de jugos y conservas vegetales, entre las que figura la ya citada Intercasa, y 23 industrias de bollería, pan y pastelería.

En su composición interna, este subsector demuestra la estrecha relación que se establece entre el desarrollo

turístico y la mecanización de ciertas producciones cuyo fin es el de abastecer un importante número de consumidores. Sólo se puede explicar la elevada cantidad de industrias de panadería y bollería si se tienen en cuenta las necesidades del sector hostelero del municipio, un sector que atiende a un elevado número de turistas diariamente. A este respecto, resultan significativas las especialidades de pan y bollería que pueden encontrarse en los supermercados o en los anaqueles pasteleros de las cafeterías y restaurantes de las zonas turísticas, modalidades que tratan de atender a los gustos particulares de dicha clientela y que hacen mucho más variada la oferta, a diferencia de lo que sucede en otros establecimientos de zonas más pobladas de Gran Canaria en los que tan sólo encontramos aquella selección si se trata de dulcerías y obradores especializados.



Un ejemplo de la industria de transformación alimenticia y de mantenimiento de vehículos en San Fernando de Maspalomas.

Las pautas de consumo de los extranjeros que nos visitan son las que determinan la reciente especialización de la industria agroalimentaria del municipio. Por ello, no resulta extraño que entre las empresas dedicadas a este subsector aparezca una extensa nómina de extranjeros titulares de dichos establecimientos e incluso que la empresa del importante hostelero Theo Gerlach y CIA. sea titular de una de las fábricas de pan y bollería. Este último dato también puede dar idea de la búsqueda de una diversificación productiva por parte de ciertos empresarios que intentan con ello lograr una mayor cota de autosuficiencia en el negocio turístico.

Desde otra perspectiva, la industria agro-alimentaria como industria de bienes finales para el consumo no exige de grandes inversiones ni de una gran infraestructura, lo que no obsta para que se hayan podido constituir importantes empresas locales. La especialización industrial que deriva del desarrollo turístico ha permitido acumular ciertos capitales que reinvierten en otras actividades: viviendas, negocios comerciales, inmuebles turísticos,... de forma que se cierra un círculo económico en el que se producen mutuas interferencias entre la actividad industrial, la actividad turística, la comercial y la inmobiliaria, que demuestra que es imposible analizar el estado actual de la industria sin acudir a la profunda huella del desarrollo turístico.

3.5. EL SUBSECTOR DE LAS ARTES GRÁFICAS, EDICIÓN Y DIFUSIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL.

Este epígrafe es de una considerable entidad en el municipio. Como puede apreciarse en la tabla número 1, más del 22% de las empresas industriales radicadas en San Bartolomé de Tirajana tiene esta especialidad. Ahora bien, como mejor puede medirse la importancia de este subsector es teniendo en cuenta el peso de esta actividad en el conjunto insular. Tras el municipio de Las Palmas de Gran Canaria, el mayor número de empresas en cada uno de los apartados de este epígrafe (artes gráficas propiamente dichas, actividades anexas a las artes gráficas, edición de revistas y periódicos, edición de libros, edición de soportes de audio, video e informática, laboratorios fotográficos y cinematográficos) corresponde a San Bartolomé de Tirajana.

TABLA 2 - ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SUBSECTOR INDUSTRIAL DE ARTES GRÁFICAS Y EDICIÓN EN GRAN CANARIA.

DESCRIPCIÓN / MUNICIPIO	Nº EMP.
ACTIVIDADES ANEXAS A LAS ARTES GRÁFICAS	
Las Palmas de Gran Canaria	27
Teror	1
Telde	3
<u>San Bartolomé de Tirajana</u>	2
Agüimes	2
ARTES GRÁFICAS (IMPRESIÓN GRÁFICA)	
Las Palmas de Gran Canaria	104
Vega de San Mateo	1
Telde	11
Santa Lucía	9
Santa Brígida	1
<u>San Bartolomé de Tirajana</u>	18
Mogán	7
Ingenio	1
Santa María de Guía	1
Gáldar	4
Arucas	3
Agüimes	3
EDICIÓN DE LIBROS	
Las Palmas de Gran Canaria	13
San Bartolomé de Tirajana	1
Edición de periódicos y revistas	
Las Palmas de Gran Canaria	23
Telde	2
Santa Lucía	1
<u>San Bartolomé de Tirajana</u>	7
Mogán	4
Agüimes	2
EDICIÓN DE SOPORTES DE AUDIO, VIDEO E INFORMÁTICA	
Las Palmas de Gran Canaria	20
Telde	1
<u>San Bartolomé de Tirajana</u>	2
Ingenio	2
Gáldar	1
Agüimes	2
LABORATORIOS FOTOGRAFICOS Y CINEMATOGRAFICOS	
Las Palmas de Gran Canaria	7
Telde	1
Santa Lucía	3
<u>San Bartolomé de Tirajana</u>	3
Mogán	4
Ingenio	2
Gáldar	1
Agüimes	1

FUENTE: *Impuesto de Actividades Económicas.*

Se confirma de nuevo que la importancia de las actividades mencionadas tiene su razón de ser en la especialización turística. Si estudiáramos el producto industrial de las empresas relacionadas, veríamos que se trata en su mayor parte de artículos y reportajes orientados a la promoción turística y a la atención de la clientela de turistas. Tal es así que casi todos los titulares de estas empresas son extranjeros o de origen extranjero. Valgan a este respecto las consideraciones que hemos hecho con anterioridad para la industria alimentaria. Ahora bien, en este caso concreto también es necesario considerar que la industria de las artes gráficas y de la edición es un factor decisivo en la "reproducción del sistema", es decir, esta actividad funciona gracias al desarrollo turístico pero también gracias a que funciona llegan más turistas y los que llegan se sienten atendidos. El impacto de los reportajes locales en los mercados de procedencia de nuestros visitantes es definitivo, de ahí que se trate de una industria que retroalimenta el sector turístico y, por lo tanto, que sólo tiene sentido desde esta perspectiva.

3.6. LOS SUBSECTORES COMPLEMENTARIOS DE LA CONSTRUCCIÓN Y DEL EQUIPAMIENTO INMOBILIARIO.

La necesaria atención a la industria de la construcción en un capítulo independiente no debe hacernos olvidar la nómina de empresas cuya actividad se desenvuelve en la órbita de la anterior. Entre ellas, podemos citar la de hormigones preparados, la de artículos derivados del cemento, la de la piedra natural, la fabricación de artículos de carpintería metálica, de estructuras metálicas, de ferretería y cerrajería, el aserrado y preparación industrial de la madera, etc.

En estos últimos años, las industrias de extracción de áridos, de basalto, de fonolita, con sus palas, sus machacadoras y sus cintas correderas, han hecho irrupción en el paisaje del municipio. La necesidad de abaratar costes a las empresas de la construcción ha logrado que las más importantes compañías de este ramo hayan radicado nuevas industrias extractivas en las áreas mineras del municipio, según calificación de la normativa. Además de la ya citada empresa cementera que extrae puzzolana en el Barranco de Arguineguín, trabajan en el fondo de otros cauces Santana Cazorla, S.A., con un gran enclave en el Barranco de Fataga, del que se extrae grava y arena, y LOPESAN, en Piedra Grande (Barranco Hondo), del que se extraen basaltos. La mayor superficie de estas empresas la tiene esta última, con 490.000 m² y Pioneer Concrete Hispania S.A., en la del Barranco de Los Vicentes, con 212.733 m² dedicados a la extracción de fonolita (Hernández Torres, S. y Morales Matos, G., 1997; 160).



El incremento de la actividad de la construcción ha necesitado de la habilitación de industrias de extracción de áridos y de tratamiento de la piedra.

No obstante, la relación de estas industrias no es tan extensa como cabría esperar de un municipio en el que la construcción ha tenido un crecimiento tan destacado en los últimos años. Ello se puede explicar por la escasa vocación de especialización industrial que ha tenido San Bartolomé de Tirajana en actividades de este tipo. Las empresas constructoras, así como los particulares, han acudido tradicionalmente a la producción industrial de municipios limítrofes para aprovisionarse, con la gran excepción que supone la industria cementera ya tratada. La limitada calificación de suelo industrial por parte del propio Ayuntamiento en actividades que demandan amplias superficies también explica este comportamiento. Todo ello sucede porque, tradicionalmente, la especialización turística ha sido incompatible con otras actividades que ella requiere para su expansión y que han ocupado los espacios habilitados en polígonos industriales próximos (El Doctoral, Arinaga, El Goro, Salinetas,...), de la misma forma en que las actividades de reparación y los talleres también se vieron desplazados de San Bartolomé de Tirajana hacia otros espacios colindantes.

En cualquier caso, la escasa dimensión de estas actividades no debe hacernos pensar en un reducido nivel de consumo de este tipo de producciones. Por el contrario, las empresas de materiales de construcción y de productos industriales complementarios así como las de reparación y conservación de toda Gran Canaria tienen un cliente de primera magnitud en San Bartolomé de Tirajana.

3.7. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS DE ORDEN SECUNDARIO.

Hemos considerado conveniente agrupar las restantes industrias del municipio en este capítulo, puesto que se trata de empresas heterogéneas poco significativas. Nos referimos, por ejemplo, a la fabricación de vajillas y artículos para el hogar, a la fabricación de derivados de ceras y parafina, de artículos de marroquinería y de viaje, a la confección de toda clase de prendas de vestir, de artículos textiles para el hogar y la tapicería, a las actividades anexas a la industria del mueble, a la fabricación de aparatos de prótesis y ortopedia, a la joyería, etc. Son, por lo general,

empresas de escasa dimensión, probablemente sería más adecuado referirnos a ellas como pequeños talleres que como verdaderas industrias, si bien contribuyen a una cierta diversificación productiva y a satisfacer la demanda de los consumidores locales.

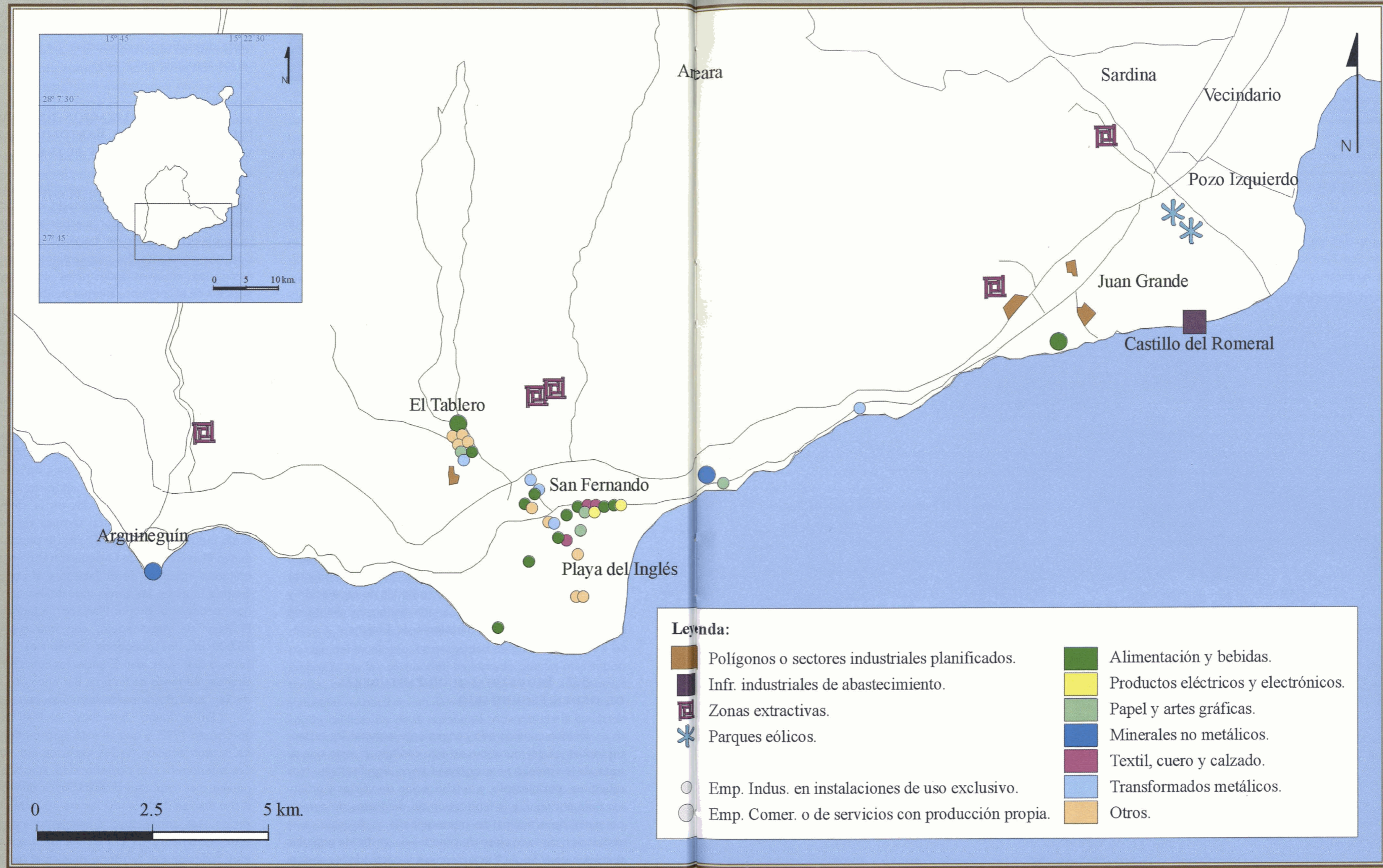
4.- LA LOCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL EN SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA Y LAS PERSPECTIVAS DE FUTURO.

La escasez de suelo industrial, a la que ya se ha hecho referencia, ha condicionado los procesos de industrialización. La apuesta por la especialización turística y por la propia conservación del paisaje con otro tipo de usos ha sido una constante del planeamiento municipal. Por esta razón, los enclaves industriales constituyen elementos aislados en el conjunto, aunque su ubicación concreta tiene cierta cohesión con respecto a determinados elementos geográficos imprescindibles para su funcionamiento, como sucede en el caso de la industria cementera, en el de los aerogeneradores, en el de la industria de conservas del tomate,... o por la necesidad de atender a ciertas tendencias espontáneas de crecimiento, como reconoce el propio Plan General de Ordenación Urbana de San Bartolomé de Tirajana (página 38).

Los puntos de desarrollo industrial se localizan fundamentalmente en la zona baja del municipio, dentro del ámbito de influencia de la autopista. En suelo rústico se ubican las canteras (reguladas en la categoría de suelo rústico minero) y la central térmica de Juan Grande. El suelo industrial catalogado hasta la puesta en marcha del nuevo Plan General de Ordenación Urbana se constreñía al polígono industrial de El Tablero y al polígono de Piedra Grande, aunque las zonas industriales en funcionamiento que reconoce el propio Plan son: la fábrica cementera de El Pajar de Arguineguín, con una superficie total de 76.000 m², los polígonos industriales ya citados de El Tablero Bajo y de Juan Grande, los cotos mineros de Piedra Grande, Barranco de Fataga, Barranco de Los Vicentes y el de San José (Barranco de Arguineguín).

En el futuro inmediato, el Plan General que se aprobó en 1998, y que se está ejecutando, estima necesaria la reordenación de los espacios industriales, a lo que nos referiremos con posterioridad. Ahora bien, lo que nos parece más importante destacar es que de la lectura de dicho Plan se deduce una escasa apuesta por la industrialización. Las zonas cuyo crecimiento industrial programa este instrumento de planeamiento suponen una porción muy reducida del territorio municipal (ocho hectáreas de superficie para el nuevo polígono de El Tablero y 41.300 m² para el de Juan Grande).

ESPACIO Y ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES EN SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.



FUENTE: Hernández Torres, S. (2001).

© De documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2007

TABLA 3 - SUELO INDUSTRIAL EN SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.

Denominación de la zona	Localización	Normativa urbanística	Superficie
Juan Grande Industrial, Sup. Sector 1-2	Carretera al Castillo del Romeral	Pendiente de Plan Parcial	41.300 m ² de superficie bruta
Tablero Industrial I, Sup. Sector I-1	Proximidades de El Tablero de Maspalomas	Aprobado Plan Parcial	80.000 m ² de superficie bruta
Urbanización Bellavista Lote 10.6	Proximidades de Playa del Inglés	Plan Parcial Parcelas 310 a 319	17.024 m ² de superficie neta.

FUENTE: *Sistema de Información Empresarial de Canarias.*

Desde el punto de vista de la reordenación industrial, el Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana se ha fijado como objetivo la reubicación de industrias en el nuevo polígono de Juan Grande, particularmente de las lavanderías que hoy funcionan en el núcleo de Castillo del Romeral y de otras empresas dispersas en la zona turística. Se advierte con esta iniciativa la consolidación de usos industriales en un espacio que hasta hace muy poco tiempo estaba dedicado al cultivo del tomate al aire libre y que aún conserva amplias extensiones de invernaderos. En cuanto a las prioridades en la utilización del territorio, parece advertirse una subordinación de los intereses industriales frente a los turístico-residenciales, y de los agrícolas frente a los industriales, en este último caso por tratarse de actividades fabriles imprescindibles para el propio desarrollo turístico.

Así lo corrobora la propuesta del Plan General de cambiar las ordenanzas para las parcelas de borde del polígono industrial de El Tablero, tratando de lograr con ello un menor impacto visual de esta zona desde la autopista. La preocupación por la imagen externa, por el "escaparate turístico", se hace patente en este intento de que se realicen en la periferia del polígono muros de contención escalonados y banales con labores de ajardinado. Se trata del mismo criterio que se ha aplicado en los bordes de carretera, frecuentemente sobre antiguos espacios agrarios abandonados. Las acumulaciones de piedras que separaban los caballones de las parcelas dedicadas antaño al cultivo del tomate son el único vestigio de aquella antigua especialización.

Con respecto al polígono de Piedra Grande, que se mantiene activo actualmente, el Plan General estima su eliminación ya que ha quedado dentro del suelo rústico de Área Insular Protegida aprobado por el Plan Insular de Ordenación del Territorio. Por último, en relación con la Fábrica de Cementos de Arguineguín, el Ayuntamiento ha considerado la necesidad de que se redacte un proyecto, concretamente un Plan Especial que ordene este suelo y que considere tan sólo la instalación actual, sin que se

otorgue una capacidad edificatoria superior a la existente. Probablemente, no es ajeno a esta última iniciativa el interés por salvaguardar el litoral para el uso turístico, como lo demuestra el proyecto de urbanización de El Pajar. La ejecución de este último plan parcial es inminente pues ha desaparecido el obstáculo que representaban las chabolas ocupadas en este sector y que fueron demolidas a fines del mes de abril de 2001, cuando el Alcalde le entregó a sus ocupantes las llaves de nuevas viviendas de promoción pública.

5. CONCLUSIONES.

En los últimos años se ha producido en San Bartolomé de Tirajana un importante desarrollo del sector secundario íntimamente vinculado a las exigencias de la expansión y especialización turística, no obstante, se puede afirmar que el municipio carece de vocación industrial en la actualidad. Una serie de indicadores, como el nivel de ocupación de la población en el sector secundario, el del VAB de la producción fabril del municipio, o el del número de empresas censadas, revela un menor grado de industrialización que el que caracteriza a la isla de Gran Canaria y que, por otra parte, de todos es sabido que es escaso de por sí.

Los procesos industriales más tempranos de la historia reciente del municipio aún pueden ser reconocidos en la actual estructura del sector secundario: la industria agro-alimentaria asociada al cultivo del tomate y la industria cementera que aprovechó las posibilidades que brindaban los materiales puzzolánicos depositados en las inmediaciones del Barranco de Arguineguín para la fabricación de este preciado artículo.

Los hitos más importantes en la diversificación industrial a la que hoy asistimos están relacionados con el desarrollo turístico, y por ello han afectado fundamentalmente al sector energético y al del agua. Así lo refleja el número de empresas dedicadas a la captación, tratamiento y distribución hidráulica y la propia infraestructura de que se ha ido dotando el municipio: embalses, colectores, conducciones de variado tipo, plantas desaladoras de agua salada y de agua salobre, depuradoras, estaciones reguladoras, etc. Desde el punto de vista de la energía eléctrica, los niveles de consumo son muy elevados, como corresponde por lo general a los espacios turísticos. Ello ha hecho necesario mejorar la electrificación. La central térmica de Juan Grande, cuyo funcionamiento comenzó en 1996, hace posible, entre otras obras, la mejora en la distribución de electricidad por todo el sur y suroeste grancanario. La introducción de la energía eólica, por su parte, utiliza un recurso menos contaminante, como es el viento,

pese al impacto visual que pueden suponer los aerogeneradores. La zona de Juan Grande presenta una gran aptitud para el aprovechamiento de este recurso.

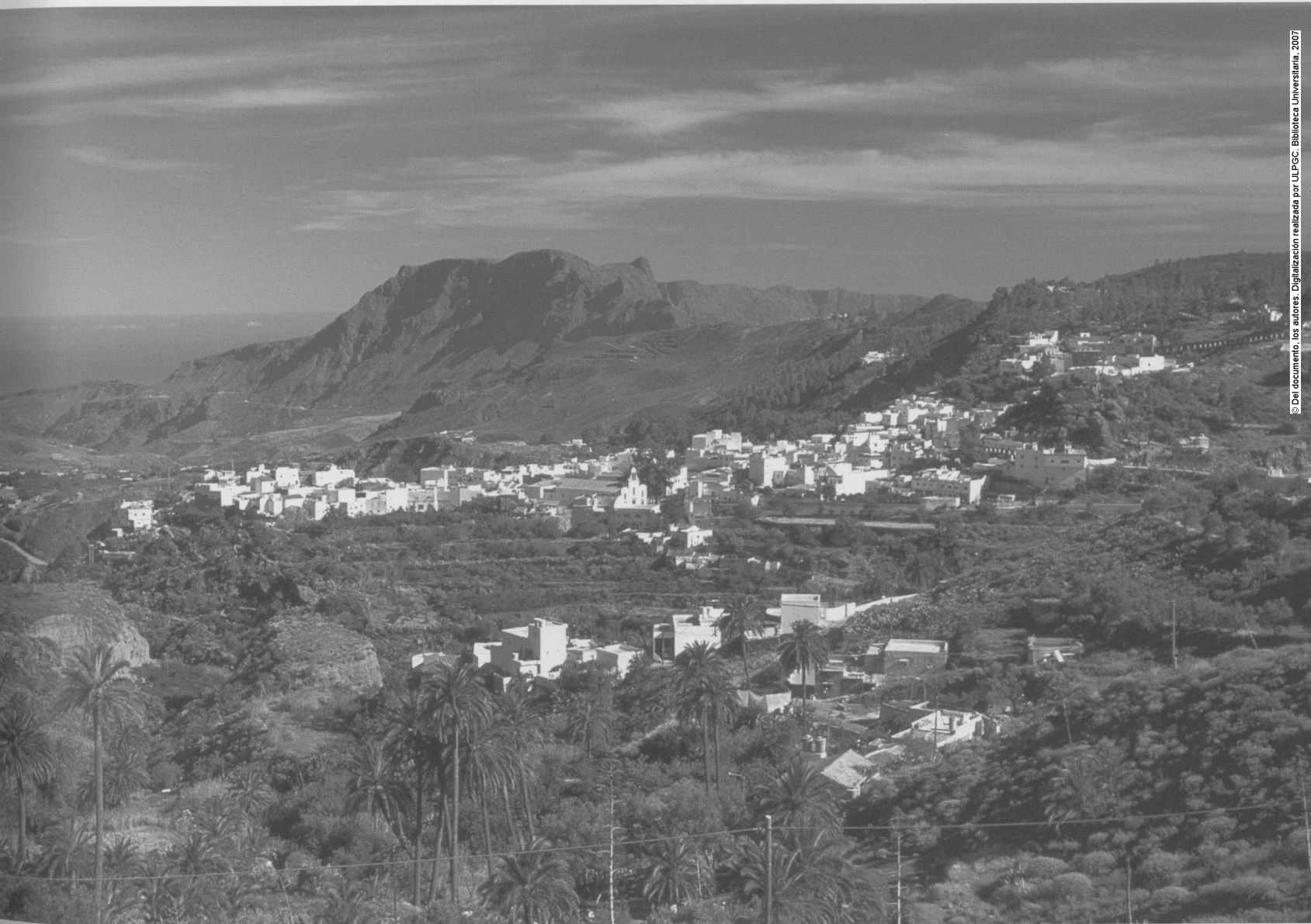
De la mano de la actividad turística también se ha producido el incremento de las industrias extractivas, de la construcción y de otras empresas anexas, tal y como se puso de manifiesto en el capítulo de esta obra dedicado a aquel sector productivo.

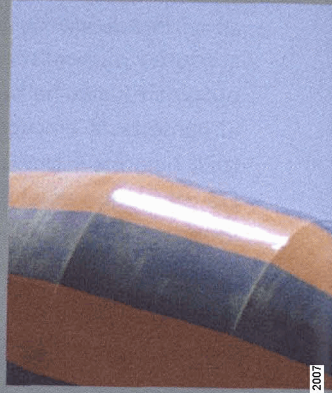
Por su parte, la satisfacción de las necesidades de consumo alimentario de la población residente y de los propios turistas ha hecho que se incremente notablemente el número de empresas que elaboran pan y bollería industrial, helados y similares, jugos y conservas vegetales, etc. De otro signo es el florecimiento de las empresas especializadas en la edición y distribución gráfica y audiovisual, si

bien se trata de productos finales destinados al mismo consumidor, el turista, y a la propia reproducción del sistema: la promoción turística.

Las ramas de la producción señaladas no han dado lugar a un verdadero tejido industrial. En la actualidad, el municipio carece de un suelo que concentre aquellas especialidades, además de que el propio Plan General de Ordenación Urbana califica una proporción insignificante del territorio municipal en la categoría de polígonos industriales. Sólo admite la expansión para el de Juan Grande y el de El Tablero, si bien con respecto a este último impone ciertas limitaciones. La propia industria cementera ve ahogada su expansión en las previsiones del planeamiento municipal.

Todo ello viene a demostrar que la economía municipal sigue gravitando en torno a un único astro: el turismo, pese a los signos positivos de diversificación productiva.





LAS REPERCUSIONES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CONSTRUCCIÓN

JUAN MANUEL PARREÑO CASTELLANO

La construcción es uno de los subsectores de la economía canaria que presenta una vinculación más estrecha con el desarrollo turístico, hasta el punto de que el binomio turismo-construcción ha sido el principal motor de arrastre de la economía grancanaria en las últimas décadas. En este capítulo, tras una valoración de la significación cuantitativa de la construcción en la economía canaria, se intenta analizar las relaciones existentes entre ambos sectores, tanto desde el punto de vista de los mecanismos de demanda-oferta y, que se pueden interpretar como un flujo de doble sentido, como desde el de la circulación de capitales. Al final de este capítulo se apuntarán algunos aspectos sobre el mercado local de la construcción en el municipio de San Bartolomé de Tirajana y sus efectos en el empleo insular.

1. EL SUBSECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN CANARIAS.

La importancia de la construcción en el Archipiélago queda de manifiesto sólo si tenemos en cuenta el significativo peso que tiene en la estructura industrial canaria. En 1991, la construcción generaba el 48,08% del valor añadido bruto del sector secundario regional. Un porcentaje similar alcanzaba en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, y para el conjunto de Gran Canaria, este porcentaje disminuía sólo al 42,9%, a pesar de tratarse de la Isla más industrializada de Canarias. La importancia del subsector es mayor aún ya que una buena parte de

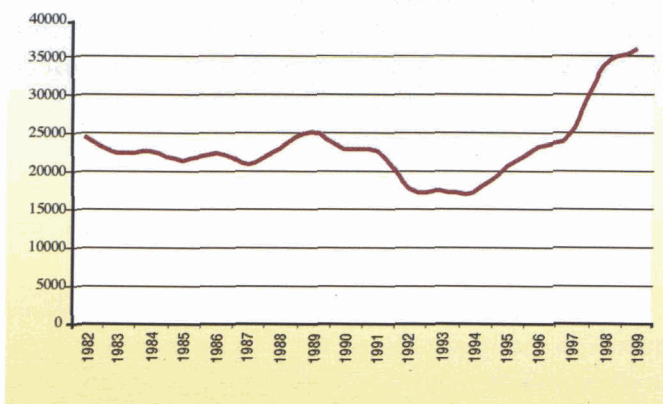
la estructura industrial canaria depende directamente de la construcción. Se ha estimado que el 18% del empleo industrial de la región estaba vinculado a este subsector en 1994 (Acosta González, 1998; 726).

El valor añadido bruto que aporta la construcción varía en función de la coyuntura en que se encuentre la actividad. Si consideramos el valor añadido al coste de los factores, la construcción generaba en 1999 el 10,1% del valor de la economía canaria. Sin embargo, en momentos de recesión este porcentaje disminuye, encontrándonos, por ejemplo, en 1991, con un valor generado del 9,2%, mientras que en aquellos otros de expansión, como en el año 1988, alcanzaba el 11,1%.

En una perspectiva diacrónica, la construcción ha ido perdiendo peso progresivamente en la economía regional. Según estimaciones del FIES, en 1955 aportaba el 27,2% del producto interior bruto de Canarias, alcanzando su máxima significación en 1960 con un 32,25%. Estos porcentajes se redujeron al 11,3% en 1973, medido en euros constantes, y al 4,3% en 1997. Esta pérdida de valor se debió a un incremento de la terciarización de la economía canaria más que a una reducción progresiva de la actividad.

En lo que respecta al empleo, los valores que se registran son igualmente relevantes y dependen también de la coyuntura en que se encuentre el sector. En gráfico 1 se observa que el número de ocupados en valores absolutos de la provincia de Las Palmas varía hasta en un 109% entre 1999, año de clara expansión del sector y 1994, momento en que se tocó fondo en la crisis inmobiliaria del primer lustro de los noventa.

Gráfico 1
Evolución de los ocupados en la construcción en la provincia de Las Palmas.



FUENTE: E.P.A. Elaboración propia.

Con anterioridad, en épocas pretéritas, el porcentaje de ocupados en el subsector de la construcción alcanzó su mayor significación en la década de los sesenta y setenta. En 1960 era de tan solo el 8,7% en la provincia de Las Palmas,

mientras que en 1970 se incrementaba hasta el 14,7%, llegando a su tope en 1973 con un 15,9% del empleo provincial. La importancia del trabajo en la construcción se vinculó, en estos años, con la edificación de la oferta turística de Maspalomas y con el peso que el subsector tuvo en la absorción de mano de obra procedente del campo. Como se señala en el Informe Payno en 1979, "el fuerte proceso de emigración de la mano de obra correspondió a la especialización de la agricultura en los productos de exportación (que son más rentables) de forma que concentró su actividad en las costas, abandonando los terrenos de medianía en importantes proporciones (que es donde se realizan los cultivos destinados al mercado interior y las actividades ganaderas). La mano de obra procedente del campo, en su mayor parte analfabeta, y en todo caso de baja cualificación, fue absorbida por la construcción" (Payno y Sampedro, 1979).

A partir del inicio de la crisis de 1973, la cifra de ocupados en la construcción en la provincia descendió hasta situarse en torno al 10,6% en 1981, porcentaje que se ha mantenido más o menos estable hasta la actualidad, con cifras algo inferiores en los momentos más recesivos (en 1985 era tan solo del 8,98%) y superiores en los más expansivos (en 1999 alcanzaba el 12,9%).

La importancia del empleo en el ámbito insular y municipal presenta algunas variaciones. En 1991 se constataba la menor significación del empleo generado por el subsector en la Isla y en el municipio de San Bartolomé de Tirajana respecto al ámbito autonómico. De esta manera, la construcción empleaba al 9,4% de la población ocupada de Gran Canaria frente al 11,03% de la canaria. En San Bartolomé de Tirajana este porcentaje se reducía al 3,7% de los ocupados residentes en el municipio, por lo que se manifiesta la menor incidencia que el empleo ha tenido en la construcción en este municipio respecto a los valores registrados en la Isla.

En cualquier caso, el peso del empleo de la construcción en la actividad industrial es muy significativo. En 1991, en esta rama se empleaba el 51,2% del total de los ocupados en el sector secundario del Archipiélago y el 46,2% de los de la Isla. En San Bartolomé de Tirajana, el valor registrado por el empleo en la construcción era del 39,5%, evidenciando, de igual modo, el peso de la actividad en la estructura industrial municipal.

TABLA 1 - OCUPADOS EN LA CONSTRUCCIÓN EN LA PROVINCIA DE LAS PALMAS Y EN SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.

Año	Ocupados LP	% sobre total	Ocupados SBT	% sobre total
1960	13.826	8.74	204	4.06
1970	25.186	14.68	S/D	S/D
1981	19.146	10.6	233	3.9
1991	17472	9.4	306	3.7

FUENTE: INE e ISTAC. Censos de población. Elaboración propia.

En síntesis, la importancia de la construcción, expresada tanto en valor añadido como en empleo, aunque depende del momento coyuntural en que se encuentre, se caracteriza por presentar las dos tendencias ya reseñadas: pérdida de importancia progresiva en la economía canaria a favor de las actividades terciarias y significativo peso en la estructura industrial.

En cualquier caso, aunque la importancia del subsector haya ido descendiendo a lo largo del tiempo, la significación económica del mismo queda de manifiesto si tenemos en cuenta dos aspectos. En primer lugar, que Canarias presenta una de las mayores intensidades constructoras del Estado. En concreto, el indicador de intensidad, tal como ha sido definido por el SEOPAN en 1995, convertía al Archipiélago en la tercera comunidad autónoma en producción por habitante y la segunda en producción por superficie. Y en segundo lugar, que la construcción tiene un claro papel de estímulo de una buena parte de la actividad económica canaria debido a la economía de escala que genera y a su papel en el proceso de acumulación de capital. Este significativo papel está en gran medida motivado por la vinculación que la actividad constructora ha tenido con la turística. Como se señala en el Libro Blanco del turismo canario, el binomio turismo-construcción es el motor de arrastre del resto de las actividades. Es más, a partir de 1973, a pesar del efecto coyuntural de la crisis, ambos sectores se convirtieron definitivamente en las actividades vertebradoras de la economía canaria (Gobierno de Canarias, 1997; 56).

2. LA REPERCUSIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE MASPALOMAS COSTA CANARIA EN LA CONSTRUCCIÓN.

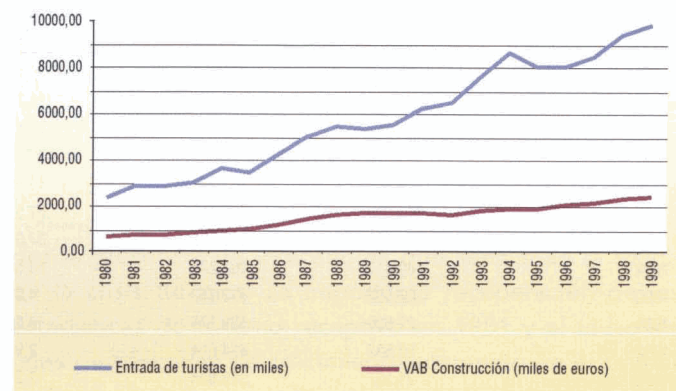
2.1. ANÁLISIS DE INDICADORES DE LA RELACIÓN TURISMO-CONSTRUCCIÓN.

La actividad de la construcción en Canarias se ha asentado tradicionalmente en tres subsectores: la edificación de viviendas, la realización de infraestructuras y equipamientos, es decir, la licitación oficial, y la edificación de infraestructuras turísticas. Este último ha tenido una repercusión importante en la actividad constructora, no sólo debido a la edificación del tejido residencial turístico, sino también a la de la demanda indirecta asociada a la actividad turística. No obstante, la cuantificación de la repercusión del turismo en la actividad constructora es una cuestión compleja.

La relación entre turismo y construcción ha sido medida estadísticamente mediante un análisis de regresión para el periodo 1974-1994. Mediante este análisis se

estimaba que el 75% de la varianza del valor añadido bruto de la construcción en Gran Canaria era explicado por la de las pernoctaciones de turistas y el valor añadido bruto turístico retardado un año (Acosta González, 1998; 743). En otros términos, hay una correlación muy intensa entre las estadísticas de turismo receptivo y el valor añadido bruto de la construcción, como se puede observar en el gráfico 2. Para el conjunto del Archipiélago, esta correlación era de 0,96.

Gráfico 2
Evolución del VAB de la construcción y de la entrada de turistas en Canarias



FUENTE: MIT, ISTAC, Viceconsejería del Turismo del Gobierno de Canarias, Secretaría General de Turismo y CIES.

En algunos estudios se ha estimado la incidencia de la demanda turística a partir de la cuantificación de las edificaciones según su tipología y destino. De este modo, en el caso de Tenerife se llegaba a la conclusión de que en el periodo 1970-1980 el 52,5% de las edificaciones construidas en las cuatro zonas a las que se extendía este estudio eran de uso turístico, porcentaje que elevaban al 72% considerando las necesidades residenciales de la población y las relaciones que la actividad turística mantenía con otros sectores (Cabildo Insular De Tenerife, 1983; 73).

A pesar de su valor, este tipo de valoraciones son arriesgadas de realizar en cuanto que el análisis estadístico considera productos residenciales y no residenciales, diferentes en su naturaleza y en su dimensión. Si acaso, se puede comparar la oferta extrahotelera con el mercado residencial. En este sentido, el número de apartamentos y bungalows terminados en Gran Canaria entre 1995 y 1996 supone el 18,7% de las viviendas terminadas en este periodo, y en el caso de Maspalomas Costa Canaria, el 13,2%. Pero la valoración de estos porcentajes depende de la situación coyuntural del mercado turístico, del mercado de la vivienda y de la política de viviendas protegidas, por lo que tampoco sus resultados son concluyentes. Por tanto, la valoración no puede sobrepasar el plano cualitativo en muchos casos.

Posiblemente, el único indicador de interés es la cantidad de metros cuadrados construidos para fines turísticos en relación con el total de superficie edificada. En el periodo 1982-1996, supuso como promedio el 16,5% en la provincia de Las Palmas. Este dato pone de manifiesto la importancia de la demanda turística, que se hizo especialmente relevante entre 1984 y 1988. En contraposición, en la década de los noventa no tiene el peso que tuvo en el pasado, ya que estamos en un momento de crecimiento sostenido de la oferta turística en Maspalomas.

TABLA 2 - SUPERFICIE TURÍSTICA CONSTRUIDA EN LA PROVINCIA DE LAS PALMAS.

	M2 turísticos	M2 totales	%
1982	96.756	601.225	16,1
1983	123.162	759.625	16,2
1984	270.462	868.287	31,1
1985	380.119	1.196.748	31,8
1986	522.280	1.062.946	49,1
1987	344.628	656.681	52,5
1988	472.767	1.278.124	37,0
1989	169.417	1.093.273	15,5
1990	27.532	682.210	4,0
1991	27.600	598.175	4,6
1992	23.532	814.614	2,9
1993	21.337	916.636	2,3
1994	88.370	1.082.304	8,2
1995	138.362	1.772.367	7,8
1996	95.673	1.864.227	5,1
Promedio	2.457.369	14.590.761	16,8

FUENTE: AEC.

2.2. EL BINOMIO TURISMO-CONSTRUCCIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA.

2.2.1. LA EDIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y SUS REPERCUSIONES.

La oferta turística de Maspalomas Costa Canaria ha mantenido unos niveles de crecimiento elevados hasta la crisis turística de principios de los noventa, por lo que las repercusiones en la construcción han sido muy significativas. Si observamos la evolución de las camas de alojamiento, se evidencia que el ritmo de construcción ha sido creciente en todo momento, existiendo dos periodos en que se intensificó especialmente. En primer lugar, los últimos años de la década de los sesenta y el primer lustro de los setenta, que coincide con la época de crecimiento masivo de la oferta. Entre 1965 y 1971 se construyeron 54.548 plazas de alojamiento, lo que implica un ritmo de crecimiento de la oferta de 9.091 plazas anuales como promedio. Por otra parte, el segundo lustro de los ochenta, momento en el que se generó un auténtico "boom" inmobiliario y turístico, como atestigua que en 1988 se

alcanzaran las 97.905 plazas oficiales y que entre este año y el anterior se pusieran en explotación 10.987 nuevas camas. De hecho, entre 1983 y 1988 se llevó a cabo la construcción acelerada de algunas de las nuevas zonas de expansión de Maspalomas Costa Canaria: Campo Internacional, Sonnenland y Campo de Golf.

TABLA 3 - EVOLUCIÓN DE LAS PLAZAS TURÍSTICAS EN MASPALOMAS COSTA CANARIA.

	Plazas turísticas	Crecimiento medio al año
1965	827	
1971	55.375	9.091
1987	86.918	1.971
1988	97.905	10.987
1997	102.027	458
2000	100.690	-1.337

FUENTE: Caja Insular de Ahorros de Gran Canaria (1974) y Dirección General de Infraestructura Turística del Gobierno de Canarias.

Durante el primer periodo, entre 1962 y 1973, el valor añadido bruto de la construcción en la provincia de Las Palmas se incrementó en un 1.444%, pasando de 3,52 hasta 50,87 millones de euros, mientras que la media de crecimiento nacional fue de 540. El número de ocupados ascendió desde 11.467 hasta 36.413, un 317% frente al 135% en el ámbito estatal. Buena parte de este crecimiento fue debido al elevado índice de crecimiento que presentaba la oferta de alojamiento en Maspalomas. La actividad constructora se sostuvo en este periodo gracias a los fondos invertidos "por capital financiero, fundamentalmente las Cajas de Ahorros, excedentes ahorrados de particulares y empresarios de otras actividades, las remesas de emigrantes en Venezuela, y, de gran importancia, por la inversión extranjera con fines turísticos, destacando en ésta última la procedente de Alemania Federal, impulsada por la Ley Strauss de 1968" (Payno y Sampetro, 1980; 25).

TABLA 4 - VOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN BRUTA Y EL EMPLEO EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN. PROVINCIA DE LAS PALMAS.

	VAB	Crecimiento	Empleo	Crecimiento
1962	586	100	11.467	100
1967	2.031	346	19.775	172
1969	3.334	568	22.907	199
1971	5.061	863	27.313	238
1973	8.464	1.444	36.413	317
1975	8.303	1.416	22.936	200
1977	11.568	1.974	21.662	189

FUENTE: Banco Bilbao "La renta española y su distribución provincial", Serie 1955-75.

Con la crisis del petróleo de 1973, la construcción de la oferta turística no experimentó sino una desaceleración en su ritmo, a diferencia de lo que ocurrió con el resto de los subsectores de la construcción, que experimentaron un enfriamiento más importante en su actividad.

Este comportamiento se debió a la evolución coyuntural que registró el turismo durante la década de los setenta que no evidenció claros síntomas de crisis respecto a la llegada de turistas. Entre 1973 y 1978, sólo se produjo un ligero receso en la tasa de crecimiento interanual de llegada de turistas al Sur de Gran Canaria respecto a las que se habían registrado en los años anteriores. En Maspalomas Costa Canaria se multiplicó por cuatro el número de visitantes entre 1971 y 1976, mientras que en el conjunto de Canarias se pasó de 1.355.544 visitantes en 1973 a los 2.592.579 en 1977 (Tabla 5).

TABLA 5 - ESTADÍSTICAS DE TURISMO RECEPTIVO.

	Canarias	Las Palmas	Gran Canaria	Maspalomas
1967	510.651	295.143	284.453	11.904
1968	543.047	346.856	335.246	14.284
1969	651.099	402.084	384.479	47.793
1970	792.548	500.550	466.632	51217
1971	1.037.793	640.081	595.832	107084
1972	1.191.933	760.586	707.432	175.007
1973	1.355.544	883.730	777.584	234.897
1974	1.459.547	981.457	898.407	367.211
1975	2.011.024	1.007.810	906.010	456299
1976	2.295.009	1.080.566	960.789	458319
1977	2.592.579	1.297.437	1.169.224	641.023*
1978	2.588.916	1.238.531	1.031.490	555.394*
1979	2.479.285	1.157.029	864.258	522.404*
1980	2.226.086	1.038.551	726.124	444.990*

* Incluye Mogán.

FUENTE: MIT, Libro Blanco, Secretaría General de Turismo. CIES (Cuadernos Economía canaria 1980,81.

No obstante, la atenuación en el crecimiento de la demanda provocó que una parte de la oferta turística no tuviera los niveles de contratación de los años anteriores, máxime porque se seguía incrementando la oferta. Conjuntamente, se produjo un reajuste en los precios de los paquetes de los *tour operadores* con el objetivo de hacer competitivo el destino. Como consecuencia, surgieron problemas financieros para algunas empresas, cierres e incluso subastas de algunos complejos, y eso a pesar de que a partir de 1975, las estadísticas de turismo receptivo en el sur de la Isla vuelven a experimentar incrementos muy elevados.

Por tanto, aunque la crisis de sobreoferta iniciada en 1973 junto con el receso de las inversiones extranjeras con el final de las ayudas de la Ley de Strauss tuvo una repercusión directa en la construcción de la oferta de alojamiento de Maspalomas Costa Canaria, las buenas estadísticas de turismo receptivo y la disponibilidad de suelo vacante colaboró a que la industria de la construcción no paralizara su actividad en la misma medida que en otros

subsectores. Por tanto, la significación del turismo como demanda tuvo un valor cualitativo estimable para la construcción en aquellos años.

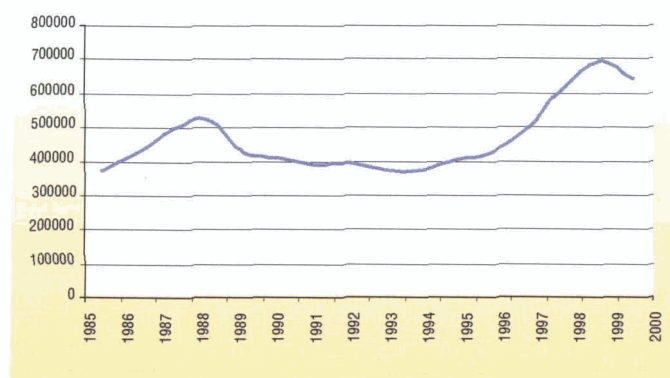
A partir de 1978, con la segunda crisis del petróleo, se produjo un retroceso en la llegada de turistas que culminó en 1980, un año difícil en el sector, en el que la entrada se redujo en un 29% respecto a la que se había registrado en 1978 en Gran Canaria. La crisis de rentabilidad fue aún más acusada en estos años debido a la especialización que estaba registrando Maspalomas en las demandas alemanas y británicas, que eran las que realizaban un menor gasto en destino. No obstante, el crecimiento de la oferta de alojamiento fue apreciable. Entre 1975 y 1982, la oferta de alojamiento en la provincia creció un 14,2%, si bien en Maspalomas no tuvo tanta significación, ya que en este periodo el aumento de la oferta se concentró en las Islas menores.

Este incremento de la construcción de la oferta continuó en el primer lustro de los ochenta auspiciado por la presencia de indicadores que señalaban la salida de la crisis turística. La importante recuperación de las estadísticas de turismo receptivo en 1981 y el inicio de unas perspectivas de crecimiento sostenido en el primer lustro de los ochenta, la llegada de capitales mallorquines y extranjeros a la oferta hotelera, un incremento de precios y rentabilidad a partir de 1983 y el inicio de un proceso de profesionalización turística, provocaron que el sector turístico generara suficientes expectativas como para que la construcción del tejido de alojamiento continuara con unos niveles de actividad estimables a lo largo de todo el periodo.

Esta actividad constructora se prolongó e intensificó durante el segundo lustro de los ochenta, como ya se apuntó. A partir de 1985 y hasta 1989, el valor añadido bruto a precio de factores se incrementó sustancialmente respecto al primer lustro de la década (Gráfico 2). De igual modo, aumentó significativamente el consumo de cemento debido al crecimiento de la construcción turística (Gráfico 3). En este periodo, la superficie turística construida se incrementó en términos absolutos y en términos relativos respecto a la superficie total construida, ya que llegó a suponer entre el 31 y el 52% de la misma en el ámbito provincial.

Hay que advertir que este comportamiento no se relaciona, en este caso, con un incremento sustancial de la llegada de turistas, si exceptuamos el bienio 1987-88. El factor que activa el proceso, desde el punto de vista de turístico, es la actitud de las corporaciones de apostar por un incremento de la planta de alojamiento ante las buenas expectativas que parecía presentar el turismo mundial, tal como lo ratificaban algunos informes de la Organización Mundial del Turismo.

Gráfico 3
Evolución del consumo de cemento en Gran Canaria (en TM).



FUENTE: ISTAC y AEC.

En síntesis, el impacto de Maspalomas Costa Canaria en el subsector de la construcción desde mediados de los sesenta hasta 1989 fue muy significativo, tanto por el volumen de actividad generado, como por la mayor independencia que tuvo la construcción de edificios turísticos respecto a la crisis económica que resintió al resto de las actividades económicas grancanarias.

Sin embargo, con la llegada de la pequeña crisis de turismo receptivo de 1989 y 1990 y, sobre todo, con la aparición de nuevos indicadores de escasa rentabilidad a lo largo de todo el primer lustro de los noventa debido a un

El "boom" turístico de la segunda mitad de los ochenta motivó que una buena parte de la oferta de Campo Internacional y Sonnenland se realizara en ese momento.



problema de sobreoferta, se produjo un retroceso en la construcción de oferta turística en Maspalomas Costa Canaria, y en menor medida en otros destinos. Este comportamiento se mantuvo incluso durante los años en que se registraron coyunturas alcistas en turismo receptivo (1991-94), por lo que puede ser interpretado como el inicio de una nueva relación entre turismo y construcción. La actividad turística de Maspalomas dejó de ser el principal motor de la actividad constructora grancanaria, a pesar de la puesta en marcha de algunos planes parciales (Meloneiras 2A, El Salobre, Monteión), para tener más importancia el mercado de la vivienda.

Como se señalaba en el Informe anual de 1994 del Consejo Económico Social de Canarias, el crecimiento turístico no se apoya tanto en un incremento de la oferta de alojamiento y "precisamente ésta es una de las características del nuevo ciclo de la economía canaria, al producirse un crecimiento productivo motivado por el aumento de la demanda turística que no implica efectos directos de arrastre sobre la construcción no residencial" (CES, 1995; 50).

La principal consecuencia en la construcción fue una disminución de la actividad que llegó a manifestarse en una pérdida en el valor añadido bruto en euros corrientes entre 1989 y 1992 (Gráfico 2). A partir de 1996, la construcción inicia una coyuntura alcista, como se evidencia en el valor de la producción en Canarias y en el consumo de cemento en la Isla, pero la demanda turística no juega ya en este caso, un papel relevante. Esta última coyuntura es, sobre todo, de carácter residencial, aunque en 1999, la superficie turística construida en la provincia alcanzó un valor estimable, en torno a los 324.032 m².

Una vez planteada la importancia que el turismo ha tenido en la construcción, hay que reseñar algunas deseconomías que la relación entre ambos sectores ha generado. En primer lugar, el proceso de edificación del tejido turístico de Maspalomas conllevó un incremento constante de los costes de la construcción y del precio del suelo en la zona como consecuencia de la activación de procesos especulativos. Como resultado, el precio del metro cuadrado de vivienda nueva alcanzaba los 1.682,23 euros en el año 2000, y el de la vivienda usada nada menos que los 1.866,74 euros, lo que convertía a Maspalomas, para ambos casos, en uno de los lugares de la Isla donde la edificación era más cara (TINSA, 2000).

Este crecimiento de los precios del suelo activó mecanismos similares a los que ya han sido descritos en el caso de otras zonas turísticas, por los que se "creó un techo continuado de expectativas -que no se correspondía con la auténtica realidad- destinadas a mantener el ritmo de construcción imprescindible para sostener los niveles de precios que generaba el mercado especulativo del suelo" (Cabildo de Tenerife, 1983). Hasta tal punto son importantes

estos procesos, que la construcción de infraestructura turística ha sido "más rentable en sí misma que la explotación turística posterior de los inmuebles construidos, de rentabilidad menor y aplazada en el tiempo" (C.O.A. Andalucía Oriental, 1976).

La dependencia de la actividad turística de la dinámica propia de la inmobiliaria-constructora ha acarreado serios perjuicios para aquella, ya que favoreció la sobreoferta en determinados momentos y encareció la puesta en marcha de las instalaciones turísticas, por lo que incidió en la competitividad de los precios (Rodríguez Martín, 1978). Este tipo de procesos parece cuestionar la relación entre turismo y construcción, en la que el primero es el motor del segundo, para dibujar un panorama en el que el turismo termina dependiendo de la propia dinámica de la actividad constructora.



La edificación de la oferta turística en la actualidad sigue generando una importante actividad en la construcción.

En segundo lugar, la construcción acelerada de la oferta turística en algunos momentos retrajo capitales y mano de obra para otros subsectores. Cuando el mercado de las edificaciones turísticas estaba en un momento expansivo, su mayor rentabilidad respecto al de la vivienda frenaba la construcción de estas y más aún en el caso de las de protección oficial, que suelen ofrecer una rentabilidad aún más reducida. Por tanto, no se puede olvidar que la acelerada construcción de la oferta turística, si bien generó unos importantes niveles de actividad, también tuvo claras repercusiones en el precio de las viviendas, dificultando el acceso de muchas familias en el conjunto de la Isla.

Por último el binomio turismo-construcción ha supuesto un consumo importante de suelo sin que, en ningún momento, se haya realizado una planificación previa del territorio. La falta de ordenación del modelo turístico así como la construcción ilegal de plazas extrahoteleras ha impactado en el medio ambiente y ha ocasionado la *desagrarización* del paisaje.

Por tanto, la relación turismo-construcción no sólo ha posibilitado una importante actividad económica, sino que ha conllevado perjuicios de carácter territorial que se hubieran evitado si se hubiese planificado adecuadamente.

2.2.2. OTRAS ACTIVIDADES CONSTRUCTORAS INDUCIDAS POR EL TURISMO.

La necesidad de la actividad turística de unas óptimas infraestructuras de comunicación ha repercutido igualmente sobre la actividad constructora de la Isla. Las infraestructuras aeroportuarias insulares han experimentado sucesivas mejoras con el fin de permitir la llegada de un creciente número de vuelos *chárter*s y de aeronaves de mayor tamaño. De hecho, con el inicio de la actividad turística en el sur de la Isla, se realizaron las primeras ampliaciones en las pistas del aeropuerto. En los años setenta, cuando la Isla recibió casi medio millón de turistas extranjeros, se construyó una nueva terminal de pasajeros. Posteriormente, en 1991, cuando el número de visitantes se aproximó a los dos millones, se procedió a una ampliación de esta terminal y al recrecido de la pista de vuelo comercial (Tabla 6). Indudablemente, estas mejoras y ampliaciones se justificaban por el volumen de vuelos *chárter*s que recibía el aeropuerto de Gran Canaria, que a partir de 1975 se debieron especialmente al desarrollo de los alojamientos en Maspalomas. Es más, el futuro proyecto de parque aeroportuario que ha planteado el Cabildo de Gran Canaria en el Plan Insular de Ordenación del Territorio de la Isla se justifica en gran medida por el volumen de viajeros y mercancías que ha generado la actividad turística.

TABLA 6 - AMPLIACIONES Y MEJORAS DEL AEROPUERTO DE GRAN CANARIA.

1959	Ampliaciones sucesivas de la pista de vuelo hasta 2.000 y 3.100 metros. Creación de zona de estacionamiento y calle de rodadura
1970-72	Nueva terminal de pasajeros
1980	Segunda pista de vuelo
1991-93	Ampliación de la terminal de pasajeros
1993-95	Recrecido de la primera pista de vuelo
2000-07	Plan Rector Aeroportuario con ampliación a una segunda pista (proyecto)

De igual modo, la aparición de las primeras urbanizaciones en Maspalomas, requería la mejora de las comunicaciones terrestres con el resto de la Isla y muy especialmente con el aeropuerto. La actividad constructora de mejora y ampliación de la red de carreteras se inició desde el primer lustro de los sesenta con el acondicionamiento de la C-812 entre el aeropuerto y Arguineguín. En la década de los setenta, ante la necesidad de mejorar las comunicaciones con el aeropuerto y canalizar de una manera más ágil los flujos de mercancías y de la población trabajadora hacia Maspalomas, se procedió a ensanchar esta vía, en primer lugar, y a crear una autopista de acceso hasta Tarajalillo, en segundo término, que ha sido prolongada más recientemente hasta Pasito Blanco y Arguineguín, en dos fases consecutivas (Tabla 7).

En el futuro, la licitación oficial destinada a la mejora de las comunicaciones de Maspalomas Costa Canaria con el resto de la Isla seguirá generando un importante nivel de actividad en la construcción. De hecho, el Convenio de Colaboración firmado entre el Ministerio de Fomento y el Gobierno de Canarias (1997) prevé que antes de finalizar el 2003 se amplíe la GC-1 con un tercer carril en cada sentido desde Carrizal hasta Maspalomas.

TABLA 7 - MEJORAS DE LAS CARRETERAS ENTRE EL AEROPUERTO Y MASPALOMAS.

1956-62	Acondicionamiento C-812 Gando-Arguineguín
1974	Ensanche C-812 Gando-Maspalomas
1976-81	Creación autopista GC-1 Gando-Tarajalillo
1988	Desdoblamiento C-812 Tarajalillo-Playa del Inglés
1990	Desdoblamiento C-812 Playa del Inglés-GC-510
1986-90	Creación autopista GC-1 Tarajalillo-Pasito Blanco
1993	Creación autopista GC-1 Pasito Blanco-Arguineguín
1995	Ampliación GC-1 (3 carriles) Las Palmas G.C.-Carrizal
En construcción	Construcción autopista GC-1 Arguineguín-Mogán

La actividad turística genera, también, un estimable valor añadido en la construcción a través de las licitaciones oficiales destinadas a la mejora ambiental, urbanística o paisajística de los destinos. A través del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES) para el periodo 1992-95 y su homónimo para el periodo 1996-99, se han iniciado acciones de mejora de los destinos con la aprobación de los Planes de Excelencia (P.E.T.) "Gran Canaria Sur, Maspalomas-Costa Mogán" que ha supuesto la movilización de partidas presupuestarias procedentes de diferentes organismos como Turespaña, la Consejería de Turismo y Transporte del Gobierno Autónomo, el Patronato Insular de Turismo y el Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana. El Plan de Excelencia ejecutado entre 1994 y 1996 supuso una inversión de 4.54 millones de euros en el municipio, destinado a financiar la creación de paseos marítimos, infraestructuras de ocio (carriles de bicicleta), jardines, creación de parques urbanos y obras de embellecimiento en general.

Hay que destacar que la Comunidad Autónoma Canaria no había iniciado inversiones en infraestructuras turísticas hasta 1990, y desde entonces, la reserva de gasto para este capítulo ha sido muy pequeña, sin que llegue a suponer ni el 1% del presupuesto regional. La política autonómica se ha destinado a la promoción y a la formación profesional (de ahí la creación de dos organismos autónomos, SATURNO y HECANSA) y no tanto la mejora de infraestructura en los destinos.

En líneas generales, las actuaciones que se vienen desarrollando en los últimos años y el conjunto de acciones previstas han sido recogidas en el Plan General de Ordenación Urbana del municipio (Tabla 8). El costo previsto de estas acciones asciende a más de 24,64 millones de euros sin considerar el Palacio de Congresos de Las Meloneras,

cifra que pone de manifiesto su relevancia. La mayor parte de los proyectos se destinan a mejora de playas, acondicionamiento del suelo urbano a través de la rehabilitación de calles y creación de parques, generación y rehabilitación de infraestructuras turísticas, mejora en las comunicaciones y creación y mejora de paseos marítimos.

TABLA 8 - ACTUACIONES PREVISTAS EN MASPALOMAS COSTA CANARIA POR EL PLAN GENERAL DE ORDENACIÓN URBANA (EN EUROS).

Actuación prevista	Presupuesto previsto	Organismo ejecutor
PASEO MARÍTIMO		
Paseo de Cornisa en Morro Besudo Costas, Gobierno Autónomo	93.757,89	Dirección Gral. de
Mejora Paseo marítimo Playa del Águila	125.010,52	Gobierno Autónomo
Mejora Paseo marítimo de San Agustín	49.042,59	Gobierno Autónomo
Proyecto paseo El Inglés	150.253,03	Gobierno Autónomo
Proyecto paseo peatonal c/ Virgen de Africa	187.515,78	Gobierno Autónomo
Paseo marítimo Oasis	25.002,10	Gobierno Autónomo
REHABILITACIÓN DE CALLES Y AVENIDAS		
Plan Especial Avenida Tirajana	72.121,45	Ayuntamiento
Plan Especial Avenida Italia	48.080,97	Ayuntamiento
Plan Especial Avenida Gran Canaria	72.121,45	Ayuntamiento
Acondicionamientos paseos de acceso Centrum y Cita	37.563,26	Ayuntamiento
Proyecto vía peatonal C-812-Hannover	62.505,26	Plan Especial C-812
Proyecto puente peatonal C/ Alféreces Provisionales	1.238.084,94	Gobierno Autónomo
Proyecto Ordenación entorno del Faro	108.182,18	Consejería de Turismo
PARQUES URBANOS Y AJARDINAMIENTOS		
Plan Especial de Ordenación Parque urbano "La Charca"	1.196.014,09	Gobierno de Canarias
Proyecto Parque urbano Tarajalillo	426.718,59	Ayuntamiento
Proyecto Parque San Agustín	112.389,26	Ayuntamiento
Proyecto Parque urbano Parcela W	123.207,48	Ayuntamiento
Proyecto Parque urbano Campo de Golf	312.526,29	Ayuntamiento-Concesión
Parque Urbano Ecomuseo		Cabildo
Acondicionamiento barranco Las Burras	1.214.044,45	Ayuntamiento-MOPU
Ajardinamientos San Agustín	37.503,16	Ayuntamiento
INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS		
Palacio de Congresos	619.042,47	Gobierno de Canarias
Reordenación C.C. Oasis y Balneario Municipal	60.101,21	Dirección Gral de Costas
Mirador Degollada de la Yegua	21.035,42	Cabildo
Mirador Fataga	275.263,54	Ayuntamiento
Ampliación del Parador		Ayuntamiento-Concesión
MEJORA DE PLAYAS		
Proyecto mejora playa San Agustín	1.839.097,04	Dirección Gral. de Costas
Proyecto mejora playa El Inglés	9.808.517,54	Dirección Gral. de Costas
MEJORA RED COMUNICACIONES		
Cruce Avda. Tirajana-Avda. Gran Canaria	730.830,72	Ayuntamiento
Desdoblamiento C-812	372.627,50	Gobierno Autónomo
Rotondas en Campo Internacional	186.313,75	Ayuntamiento-promotores
Nuevo vial Campo Internacional-Faro y Meloneras	300.506,05	Gobierno Autónomo
Aparcamiento Oasis	4.826.127,20	Ayuntamiento (Convenio)
OTROS		
Canalización barranco San Agustín	37.563,26	Ayuntamiento

FUENTE: Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, 1996.



El crecimiento turístico en el sur de la isla de Gran Canaria ha motivado la realización de importantes obras en las infraestructuras de transporte. En la fotografía, la GC-1.

Por último, el desarrollo turístico en el sur de la Isla ha permitido un incremento del trabajo en ocupaciones relacionadas directa o indirectamente con el sector. Como ejemplo, a partir de la década de los sesenta se ha ido incrementado el peso entre los activos grancanarios de aquellos que se dedican a las ramas de hostelería y restauración. Este hecho ha provocado que el crecimiento de la población registrada en el municipio de San Bartolomé de Tirajana y en aquellos cercanos a éste sea superior al de otras zonas de las Isla (Tabla 9). Este hecho tiene un impacto evidente en el mercado de la vivienda, que ha generado una importante actividad constructora en el ámbito local con el fin de satisfacer las demandas residenciales.

Esta relocalización del crecimiento poblacional en la isla de Gran Canaria ha aumentado la edificación de viviendas nuevas, especialmente a partir de mediados de los setenta, pero también ha activado procesos especulativos de gran importancia. La falta de suelo ha repercutido en los precios de las viviendas y, por ende, en el beneficio del sector inmobiliario y constructor. El resultado ha sido un incremento de los costes del metro cuadrado construido de vivienda nueva en la zona, que ha repercutido en el de la vivienda usada, muy por encima de lo que se ha producido en otros lugares. Los casos de San Fernando o de El Tablero son prototípicos. En este segundo núcleo, el metro cuadrado de la vivienda usada alcanzó los 930.36 euros como promedio en septiembre del año 2000, cuando en otras zonas, como Telde, era de 882,88 o en Vecindario, de 714,6 euros (TINSA, 2000).

La consecuencia lógica de este proceso ha sido un aumento de la construcción ilegal en el municipio de San Bartolomé de Tirajana. *"Debido precisamente a la carestía de zonas que tradicionalmente eran asentamientos de residentes, como San Fernando -el precio del terreno ronda ahora las 30.000 pesetas el metro cuadrado- (180,3 euros), estos fueron cada vez más lejos en su búsqueda de terrenos económicamente asequibles. Podemos encontrarlos hoy en El Tablero, en Montaña La Data o El Salobre, siendo estos dos últimos zonas muy importantes en construcciones ilegales, que aprovechando la desidia del ayuntamiento, construyeron sus casas en terreno rústico no urbanizable"* (Revista Construcción, nº4, 1988).

TABLA 9 - CRECIMIENTO INTERCENSAL DE LA POBLACIÓN.

	San Bartolomé de Tirajana	Crecimiento (%)	Santa Lucía de Tirajana	Crecimiento (%)	Gran Canaria	Crecimiento (%)
1950	880		7020		334986	
1960	13384	51.9	11081	57.9	404578	40.8
1970	19846	48.3	18589	67.8	489881	21.1
1981	52836	166.2	26498	42.5	630937	28.8
1991	60316	14.2	32732	23.5	666150	5.6

FUENTE: INE e ISTAC.

La actividad turística genera también una importante actividad en el subsector de la construcción debido a la necesidad del mantenimiento de su oferta de infraestructura en buen estado de conservación. Como consecuencia, una parte de las obras de rehabilitación iniciadas en Gran Canaria se realiza en inmuebles turísticos y, sobre todo, se desarrolla una actividad de mantenimiento que permite la existencia de un mercado de la microconstrucción en la mayoría de los casos, y que genera una buena parte del empleo existente.

La estructura empresarial de la construcción dentro del municipio, según los registros del Impuesto de Actividades Económicas de 1999, se caracteriza por un predominio de los dedicados a obras de albañilería y pequeños trabajos de construcción, que suponen el 29% de los registros de la rama. Le siguen en importancia el epígrafe de empresas de construcción completa, reparaciones y conservación, que contabilizan el 20%, el de instalaciones eléctricas en general (12,1%), el de pintura y revestimiento de edificios y locales (10%) y las empresas de instalaciones de fontanería (5,9%).

Una comparación de la estructura productiva de San Bartolomé con la de la totalidad de la Isla de Gran Canaria evidencia que, como es lógico, la del municipio está menos diversificada. Por ejemplo, no existen apenas empresas dedicadas a obras civiles. Además, se constata el mayor peso que tiene en el municipio las empresas catalogadas en el epígrafe de pintura y revestimiento de edificios y locales, un 10% en relación con la significación que representan en el conjunto insular, un 6,8%. De igual modo, las que se califican como empresas dedicadas a la albañilería y pequeños trabajos de construcción pierden peso en el conjunto insular respecto al municipal, un 25,3% frente a un 29,3%. Estas diferencias en las estructuras productivas se correlaciona con el hecho de que en Maspalomas Costa Canaria se haya generado un submercado de la construcción centrado en la rehabilitación, mantenimiento y conservación de la oferta. Como es lógico, en este momento en el que el crecimiento de la oferta de alojamiento no tiene el ritmo que ha tenido en el pasado, gran parte de la actividad constructiva, sobre todo la que afecta a pequeñas empresas, se está ciñendo a este campo.

Sin entrar en la relación coyuntural actual entre turismo y construcción, lo que queda claro es que la estructura interna de la construcción en San Bartolomé de

Tirajana está condicionada por las necesidades propias del sector turístico.

Una vez analizado el papel que desempeña el turismo como demanda de la actividad constructora en Canarias, es necesario realizar algunas matizaciones sobre el beneficio que para la construcción y la sociedad isleña reporta.

Es cierto que la demanda turística ha permitido mantener unos altos niveles en la actividad constructiva y que, consecuentemente, ha posibilitado la generación de empleo, absorbiendo además la mano de obra menos cualificada. Pero también es cierto que hasta la década de los ochenta especialmente, una buena parte de las obras, en especial aquellas de mayor tamaño, eran realizadas por grandes empresas constructoras nacionales, dado el carácter minifundista y el alto nivel de descapitalización que tenían las insulares. Empresas estatales como Agroman, Huarte y cía, Dragados y Hnos., Juan Amorós Montaner... solían atesorar gran parte del negocio generado por la actividad turística, relegando a las empresas insulares a subcontratos. La principal consecuencia que se deriva es que una buena parte de los beneficios generados salieron de los circuitos económicos del Archipiélago y que se dificultó la generación de una estructura productiva más capitalizada en el sector de la construcción de Canarias.

2.3. LA CIRCULACIÓN INTERSECTORIAL DE CAPITALS.

La relación entre turismo y construcción no se reduce al papel de demanda que la actividad turística desempeña, sino que se materializa también en el flujo de capitales que existe entre ambos sectores. El negocio turístico (y el inmobiliario asociado) ha generado plusvalías que se han invertido en muchos casos en la capitalización de empresas constructoras *"Otra de las variables que con mayor fuerza influye en la evolución del sector es la situación del turismo, no ya tanto por la demanda de este sector sobre la construcción, sino por el hecho que una parte importante de las plusvalías que genera el turismo se dedican a la construcción, principalmente de viviendas"* (Acosta González, 1998; 742).

Antes de la década de los ochenta, este flujo de capitales inversores era relativamente reducido. Gran parte de la oferta turística, especialmente la hotelera, estaba en manos foráneas que no tenían especial interés en el sector de la construcción en Canarias. El trasvase se realizó a escala de pequeños y medianos inversores canarios, que pudieron invertir parte de los beneficios que les reportaba la explotación turística de la oferta de alojamiento extrahotelera que poseían. Este tipo de flujos se materializaría sobre todo en aquellos momentos en que la construcción ofrecía mejores perspectivas.

En este periodo es representativo el caso del principal promotor urbanístico de Maspalomas, que movilizó una cantidad significativa de capitales hacia la construcción, generados a partir de la venta de suelo turístico y de la explotación de algunos establecimientos hoteleros y extrahoteleros. Como resultado, este creó varias constructoras (MASSAF, COMASA) que sustentaron parte de su actividad en la edificación de la oferta turística de Maspalomas.

A partir de la década de los ochenta, el incremento continuo de la inversión de capitales canarios en la actividad turística de Maspalomas Costa Canaria y, sobre todo, la llegada de grandes inversores ha supuesto que el flujo de dinero entre ambas actividades sea más significativo. Se han creado grupos empresariales que extienden su actividad a ambos sectores. Por ejemplo, el grupo DUNAS controla una cantidad creciente de plazas de alojamiento, a la par que tiene una sección constructora.

De igual modo, el flujo de inversiones puede plantearse en el sentido contrario. El turismo ha sido uno de los sectores a donde se han dirigido una buena parte de los beneficios generados en el sector de la construcción. *"Existe una especie de feed-back, de tal forma que gran parte de los excedentes empresariales generados por las empresas constructoras de propiedad canaria principalmente, sea invertida en el sector turístico"* (Acosta González, 1998; 743).

Esta circulación de capitales afecta tanto al pequeño y mediano empresario que pretende obtener estabilidad económica a través de la adquisición de plazas de alojamiento, como al gran inversor. Uno de los casos más representativo es LOPESAN, que forma parte del accionariado de varios establecimientos hoteleros una vez se ha consolidado como una de las mayores empresas canarias de la construcción.

3. EL MERCADO DE LA CONSTRUCCIÓN DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA EN EL EMPLEO INSULAR.

En el municipio de San Bartolomé de Tirajana existen 239 empresas de la construcción, a tenor de los registros que figuraban en el impuesto de actividades económicas de 1999. Esto supone, sin considerar las Agrupaciones y Uniones Temporales de Empresas, el 5,6% de las empresas de la Isla. Se constata, por tanto, una escasa importancia cuantitativa respecto al total insular. La mayor parte, un 46,5% de las empresas de la construcción se ubica en Las Palmas de Gran Canaria. San Bartolomé de Tirajana se sitúa en cuarto lugar después de Telde (12,7%) y Santa Lucía de Tirajana (7,3%). Obviamente, el número de empresas de la construcción está determinado por el mercado potencial que tiene el sector en cada municipio.

El escaso peso del municipio en este sector está condicionado por su importancia demográfica. Es lógico que los municipios mencionados tengan un mayor número de empresas por el sencillo hecho de que tienen una mayor población de derecho. Si relacionamos estas dos variables mediante el cálculo de una tasa, observamos que la proporción de empresas en San Bartolomé de Tirajana respecto a su población de derecho no es inferior a la existente en los otros municipios (Véase mapa).

Si atendemos a la población residente en el municipio ocupada en la construcción, vemos que San Bartolomé de Tirajana pierde la posición que tenía en relación con el número de empresas (Tabla 10). Por tanto, en este caso, la actividad constructora en el municipio está empleando a mano de obra que reside fuera del mismo. Es más, estos trabajadores son contratados por empresas de San Bartolomé de Tirajana.

En concreto, en 1991 se generaban 1.038 puestos de trabajo en el sector de la construcción considerando los ocupados que trabajaban en el municipio. Esto lo convertía en el tercer mercado municipal de la construcción, después de Las Palmas de Gran Canaria (9.314 ocupados) y Telde (2.155 ocupados). De esta cifra, 732 trabajadores residían fuera del municipio, un 230% respecto a la población local ocupada en dicho sector. Al municipio sureño se añadía Mogán y Las Palmas de Gran Canaria en cuanto a su potencial de atracción de mano de obra trabajadora desde el exterior.

TABLA 10 - POBLACIÓN OCUPADA EN LA CONSTRUCCIÓN Y MUNICIPIO DE RESIDENCIA.

	Población residente ocupada	Saldo Residente-No residente según lugar de trabajo
Agate	174	75
Agüimes	614	216
Artenara	24	11
Arucas	900	352
Firgas	170	109
Gáldar	848	336
Ingenio	762	338
Mogán	201	-158
Moya	371	255
Las Palmas de G.C.	6890	-2424
San Bartolomé de T.	306	-732
San Nicolás de T.	220	77
Santa Brígida	420	133
Santa Lucía de T.	1240	336
Guía	430	154
Tejeda	81	20
Telde	2786	631
Teror	310	163
Valleseco	166	124
Valsequillo	266	105
Vega de San Mateo	293	120

FUENTE: ISTAC, 1991.

Pero además, durante la década de los noventa, la construcción en San Bartolomé de Tirajana ha atraído también mano de obra del resto del territorio español e incluso a inmigrantes, especialmente africanos y sudamericanos. En este sentido, la Confederación Intersindical Galega estima que en este momento trabajan en Canarias unas 8.000 personas, una buena parte de ellos en la construcción y pesca. Este organismo ha apuntado su "especial interés en hacer un seguimiento a las medidas que se desarrollan en Canarias en la limitación de la construcción de instalaciones turísticas de alojamiento, porque tienen una influencia directa en la demanda de empleo entre la mano de obra de Galicia" (Canarias 7, 8.2.01). Todo ello manifiesta el valor que tiene la actividad constructiva en San Bartolomé de Tirajana.

4. CONCLUSIONES.

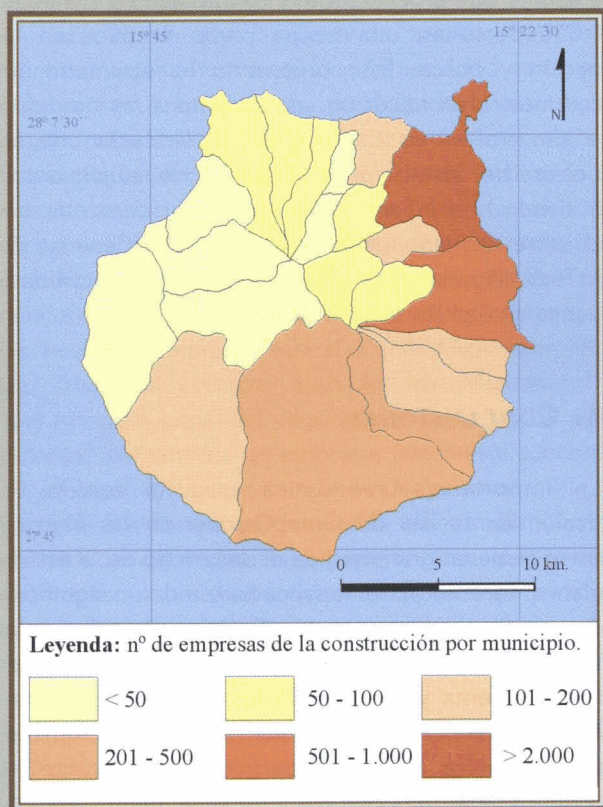
La importancia económica que ha tenido la construcción en la isla de Gran Canaria en las últimas décadas se debe en gran medida al desarrollo de la actividad turística. La edificación turística ha tenido un significativo peso en la producción total de valor añadido en la construcción, especialmente en algunos periodos, como el final de los sesenta y el segundo lustro de los ochenta. Además, la menor consecuencia que tuvo sobre el turismo la crisis económica de 1973, permitió que durante la década de los setenta la demanda turística mantuviera los índices de actividad de la construcción en la Isla. Como consecuencia, la construcción en San Bartolomé de Tirajana ha absorbido una buena parte de la mano de obra del subsector que reside fuera del municipio, en especial en el este de Gran Canaria.

La actividad constructora se ha visto también impulsada debido a las necesidades de infraestructura asociadas al turismo, sobre todo en lo que respecta a las comunicaciones. De igual modo, el valor alcanzado por el mercado de la rehabilitación y por las actividades de conservación no se puede explicar sin la presencia turística de Maspalomas, hasta el punto de condicionar la estructura productiva del municipio.

La relación entre ambos subsectores se debe también a la circulación de capitales que se está produciendo entre ambos. De esta manera, el binomio turismo-construcción ha sido un elemento de capitalización de la economía canaria de primer orden.

No obstante, el binomio reseñado ha generado algunas consecuencias negativas para la economía y sociedad gran Canaria. Entre estas, destacan el encarecimiento de la actividad turística debido a los procesos de especulación del suelo y su excesiva consideración como estrategia para garantizar rentabilidad.

DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA CONSTRUCCIÓN EN GRAN CANARIA



FUENTE: IAE 1999 e INE, 1999.

RELACIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN RESPECTO A LA POBLACIÓN MUNICIPAL.



FUENTE: IAE 1999 e INE, 1999.

De igual modo, el espectacular desarrollo de la construcción turística ha retraído recursos y mano de obra de otros subsectores como el de la vivienda, en especial la protegida, y ha colaborado a incrementar los precios de los productos residenciales. Por tanto, el binomio turismo-construcción tiene una incidencia significativa en el problema de la carestía de vivienda en momentos determinados.

Por último, tampoco hay que obviar que la construcción del tejido turístico ha generado un impacto territorial en la Isla de primer orden en la medida en que directa o indirectamente ha afectado a los recursos y espacios naturales y posibilitado la *desagrarización* de su territorio.

Por todos estos factores, no se puede apostar por un crecimiento continuo de la oferta turística para garantizar que la construcción mantenga unos niveles de actividad óptimos. La vulnerabilidad del territorio y su capacidad de carga deben limitar el desarrollo turístico y constructivo del mismo, tal como apunta el *Decreto 4/2001 de 12 de enero por el que se acuerda la formulación de las Directrices de Ordenación General y del Turismo de Canarias*. Igualmente, la planificación de las nuevas infraestructuras turísticas debe hacerse teniendo presente las necesidades estratégicas de este sector, y no, como ha ocurrido en el pasado, los intereses económicos de promotores y constructores.



© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2007



REPERCUSIONES SOCIOECONÓMICAS DEL TURISMO EN EL COMERCIO

MARÍA INMACULADA DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ

El conocimiento de la estructura comercial del municipio de San Bartolomé de Tirajana y de sus distintas urbanizaciones turísticas y entidades de población es fundamental para comprender la situación del subsector y de las diferentes formas comerciales a las que da lugar. De igual modo, resulta esclarecedor en la determinación de las repercusiones socioeconómicas que el turismo tiene sobre esta actividad. Dada la complejidad y diversidad de tipologías de establecimientos comerciales que posee el municipio de San Bartolomé de Tirajana gran parte de este estudio está dedicado al análisis de la estructura de su comercio interior, desde varias perspectivas:

- A) A través de un análisis comparativo entre las principales formas comerciales que dan lugar a las estructuras comerciales diferenciadas de Gran Canaria, del municipio que nos ocupa y de su zona turística.
- B) Mediante un análisis más exhaustivo de cada una de las formas comerciales con el fin de buscar unas pautas de comportamiento comercial que caractericen y diferencien la estructura de una zona comercial turística de otra que no lo sea.
- C) Desde un punto de vista territorial, estudiando cómo se distribuyen las distintas formas comerciales y cuáles de ellas son las que definen el peculiar modelo comercial de la zona turística, frente a otro modelo para el resto de las entidades de población del municipio.

Así mismo, otro apartado del capítulo se ocupa del estudio de la demanda de productos de la zona turística que se ve satisfecha principalmente a través de las

importaciones, esto nos informará de las repercusiones que el turismo tiene sobre el comercio exterior e interior de la Isla.

Antes de pasar a analizar las fuentes utilizadas, nos gustaría comentar que este apartado del proyecto es fruto de una investigación totalmente inédita, pues hasta ahora los estudios realizados en nuestra región, se han centrado en el análisis y localización de las grandes áreas comerciales, utilizando para ello la Teoría y Metodología de los Lugares Centrales. En cambio las investigaciones basadas en los estudios de la estructura comercial son prácticamente inexistentes, de hecho sólo hemos encontrado una monografía para las zonas turísticas de la Isla de Tenerife¹ y no nos consta que se haya realizado un trabajo de este tipo para ningún municipio de Gran Canaria. Por este motivo, se ha tenido que realizar una ardua labor de definición metodológica y consulta de diversas fuentes. Así mismo, ha resultado laboriosa la localización de las empresas en cada una de las urbanizaciones y entidades de población, máximo si tenemos en cuenta que este sector presenta una numerosa y complicada tipología de establecimientos. En todo caso, el presente trabajo no puede ser interpretado sino como una primera aproximación al tema y una reflexión preliminar que requeriría de un proyecto de investigación más amplio.

Para realizar el análisis de la estructura del comercio interior del municipio hemos utilizado como fuentes:

- El Censo de Empresas recogido en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) para el año 1999 facilitado por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Las Palmas de Gran Canaria,
- El Inventario de la oferta turística y recursos en general del municipio de San Bartolomé de Tirajana. Encargado por el Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana y
- El Censo de Establecimientos Comerciales de 1982 realizado por la Junta de Canarias y el IRESCO (Instituto para la Reforma de las Estructuras Comerciales) perteneciente al Ministerio de Comercio y Turismo.

Sobre dichas fuentes hemos de señalar que si bien todas presentan una serie de deficiencias, las dos primeras se nos hacen imprescindibles para llevar a cabo nuestro estudio, pues el Censo de Establecimientos Comerciales encargado por las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de ambas provincias canarias elaborado en 1998, aún no está a disposición del público, ya que está siendo revisado y ampliado en la actualidad. Del Censo de Establecimientos Comerciales realizado en su día por la

Junta de Canarias y el IRESCO hay que mencionar que, a pesar de haber quedado desfasado, nos ha permitido elaborar una interesante evolución de la estructura comercial tras la comparación de sus datos con los del Censo del IAE.

El Censo del IAE es una fuente de enorme valor, ya que los criterios de clasificación de sus diversos epígrafes permiten catalogar los establecimientos en función de su tipología, coincidiendo plenamente con la clasificación empleada por la propia Dirección General de Comercio Interior y por los estudios especializados sobre esta temática. Además, dada su periodicidad anual, permite analizar, actualizar y seguir la evolución de las actividades empresariales. Por último, nos aporta información sobre la localización geográfica de las empresas en el municipio. Es necesario resaltar que, aunque esta fuente recoge un número de inscripciones similar al de establecimientos y no presenta las graves deficiencias del antiguo modelo de licencias comerciales, tiene también algunas limitaciones. En este sentido, hay que señalar que no siempre quedan recogidos dentro de la categoría *comercio mixto de alimentación (autoservicios, superservicios, supermercados e hipermercados)* todos los establecimientos correspondientes a ella, sino que éstos pueden estar dentro del epígrafe *generalistas de alimentación y bebidas* o en el que corresponde a *comercio mixto en general*, lo cual complica el análisis. Otro hecho destacable es que se utilicen los subapartados *otros productos no especificados anteriormente* como una especie de cajón de sastre en el que cabe de todo y lo mismo podemos decir del *comercio mixto* en el que se incluyen empresas muy dispares que tendrían mejor acomodo en otros epígrafes.

Además, hay que reseñar que al tener esta fuente un carácter recaudador, adolece de otro tipo de datos interesantes para nuestro estudio, como serían el número de empleados para cada una de las empresas, la superficie de los locales, el nivel de asociación, el tipo de propiedad, los sistemas de explotación de los locales, los locales en régimen de franquicia, etc. No obstante, nos permite analizar toda una serie de datos muy interesantes, como por ejemplo, las ventas realizadas en máquinas automáticas, la venta ambulante, la venta por correo, etc.

El inventario de la oferta turística y recursos en general del municipio de San Bartolomé de Tirajana nos ha servido para comprobar y completar los datos de una serie de establecimientos especializados recogidos de forma más amplia que en el Censo del IAE.

Hemos utilizado además una serie de fuentes estadísticas elaboradas por el INE, ISTAC, La Caixa, Ministerio de Comercio y Turismo, Asociación Española de Centros Comerciales, etc., recogidas en los apartados Fuentes y Bibliografía, con el fin de completar la información de los distintos apartados de este estudio.

1 - Díaz Armas, R.J.(1998): "El comercio minorista en las zonas turísticas en crecimiento y madurez", en *El comercio minorista en Canarias*. Ed. Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias, FYDE (Fundación Formación y Desarrollo Empresarial de la Caja de Canarias) y IUDE (Instituto Universitario de la Empresa Universidad de La Laguna), Santa Cruz de Tenerife.

1.- EL SUBSECTOR COMERCIAL.

Un aspecto destacable del subsector comercial es el alto índice de empleo que origina en Gran Canaria. En la Tabla 1 se observa que el sector servicios es el de mayor número de empleados, con 165.086, correspondiéndole un porcentaje del 73,6%. El subsector comercio, con 37.331, es el primero en empleos con un 16,6% seguido del de la hostelería y restauración con un 11,7%.

El municipio capitalino presenta el mismo comportamiento, pues el subsector comercial es el que aporta el mayor número de trabajadores dentro del sector servicios con 20.566 empleados, lo que supone el 19,4%, seguido bastante de lejos por el sector transporte y comunicación al que corresponden 10.093 empleados (9,5%).

San Bartolomé de Tirajana, con 14.354 trabajadores, ocupa la cuarta posición en el ranking municipal referido al empleo total pero, curiosamente, dentro del sector servicios

y también en el sector comercial ocupa el tercer puesto. Es obvio que para un municipio turístico como éste, el primer lugar del empleo dentro del sector servicios lo ocupa la hostelería y restauración, con un 36,7%, pero al comercio le corresponde un segundo puesto con 2.356 empleados y un porcentaje del 16,4%.

Otra repercusión generada por el comercio en la zona turística es su incidencia sobre el nivel de renta del municipio. Para la Isla de Gran Canaria, como vemos en la tabla 2, el comercio sería el segundo generador de riqueza de la Isla, dentro del sector servicios, con una aportación de 1.042 millones de euros y un porcentaje del 25,2%. Para el municipio de San Bartolomé de Tirajana el comercio es el tercer generador de riqueza con 64 millones de euros que corresponde a un 13,1% del total. Así mismo, hay que tener en cuenta que las empresas comerciales generan importantes economías de escala, por lo que su aportación al VAB es más significativa que la recogida en la siguiente tabla.

TABLA 1 - COMPARATIVA DEL EMPLEO MUNICIPAL DE GRAN CANARIA EN EL SUBSECTOR COMERCIAL CON RESPECTO AL SECTOR SERVICIOS Y AL EMPLEO EN GENERAL.

MUNICIPIOS	TODOS LOS SECTORES		SECTOR SERVICIOS		SECTOR COMERCIAL		EMPLEO MINORIST. Y REPARAC.		% MINORIST. REPARAC.	
	Nº EMPLEOS	%	Nº EMPLEOS	%	EMPLEO MAYORISTA	%	EMPLEO MINORISTA			
AGAETE	1698		1028	60,5	204	12,0	16	0,94	188	11,07
AGÜIMES	6208		4032	65,1	704	11,3	68	1,10	636	10,24
ARTENARA	349		211	60,5	51	14,6	7	2,01	44	12,61
ARUCAS	8840		6236	70,4	1560	17,6	274	3,10	1286	14,55
FIRGAS	1901		1241	65,2	278	14,6	42	2,21	236	12,41
GÁLDAR	6461		3255	50,3	626	9,7	69	1,07	557	8,62
INGENIO	8376		5646	67,2	1025	12,2	98	1,17	927	11,07
MOGÁN	4229		3458	81,7	669	15,8	32	0,76	637	15,06
MOYA	2219		1255	56,4	300	13,5	34	1,53	266	11,99
LAS PALMAS DE G.C.	106229		86224	81,1	20566	19,4	4151	3,91	16415	15,45
SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA	14354		12222	85	2356	16,4	188	1,31	2168	15,10
SAN NICOLÁS DE TOLENTINO	3011		1086	36,1	263	8,7	4	0,13	259	8,60
SANTA BRÍGIDA	5752		4465	77,7	951	16,5	220	3,82	731	12,71
SANTA LUCÍA DE TIRAJANA	15119		10215	67,4	2198	14,5	112	0,74	2086	13,80
SANTA MARÍA DE GUÍA	3676		2243	61,2	476	12,9	50	1,36	426	11,59
TEJEDA	853		487	56,9	89	10,4	19	2,23	70	8,21
TELDE	25999		16180	62,2	3642	14,0	512	1,97	3130	12,04
TEROR	3240		2018	62,3	533	16,5	86	2,65	447	13,80
VALSEQUILLO	2562		1560	60,7	385	15,0	49	1,91	336	13,11
VALLESECO	1258		821	65,4	156	12,4	30	2,38	126	10,02
VEGA SAN MATEO	1987		1203	60,5	299	15,0	32	1,61	267	13,44
TOTALES GRAN CANARIA	224321		165086	74	37331	16,6	6093	2,72	31238	13,93

FUENTE: ISTAC: Encuesta de población. Canarias 1996. Actividad y empleo por municipios. Elaboración propia.

TABLA 2 - COMPARATIVA POR MUNICIPIOS PARA LA ISLA DE GRAN CANARIA DEL VAB AL COSTE DE LOS FACTORES EN MILES DE EUROS.

MUNICIPIOS	COMERCIO Y REPARAC.	HOSTELERÍA Y RESTAUR.	TRANSPORTE Y COMUNICAC.	CRÉDITO Y SEGUROS	SERVICIO DOMÉSTICO	OTROS SERVICIOS	TOTAL SERVICIOS	TOTAL VAB
AGAETE	2458	2620	859	463	60	6190	51482	18968
AGÜIMES	14130	6359	5061	871	186	21330	207847	78029
ARTENARA	337	216	307	60	18	1142	7714	3270
ARUCAS	20086	5030	6347	3901	998	33771	288668	103116
FIRGAS	2152	523	337	174	60	3203	25954	13901
GÁLDAR	18673	3119	5734	3203	733	27328	247887	97803
INGENIO	20789	6942	10367	2326	523	28344	315387	99461
MOGÁN	18121	60738	7573	2675	385	18535	645876	128490
MOYA	3810	986	1010	583	216	5680	51982	20915
LAS PALMAS DE G.C.	705083	173909	336993	217122	40965	1185587	11519012	3270504
SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA	64092	287170	36920	13673	2098	85037	2916791	557222
SAN NICOLÁS DE TOLENTINO	6882	3396	1593	757	228	9430	99550	45899
SANTA BRÍGIDA	7368	4784	2086	1394	1563	14791	135330	44283
SANTA LUCÍA DE TIRAJANA	36914	13180	9141	5181	445	40057	494743	163734
SANTA MARÍA DE GUÍA	8997	1202	2146	1394	505	17556	117408	48634
TEJEDA	523	1016	523	114	78	2921	18720	8150
TELDE	98091	26943	69429	14490	3384	144267	1632779	515500
TEROR	6479	2128	2332	1280	307	11017	98819	38080
VALSEQUILLO	2765	553	1286	409	138	5806	41913	20723
VALLESECO	1472	1545	643	349	18	3047	31275	12122
VEGA SAN MATEO	3131	1911	1316	817	186	5079	56690	22394
TOTALES GRAN CANARIA	1042347	502007	502007	271243	53075	1670122	18288878	5311204

FUENTE: ISTAC: *Estimación de la Renta Insular y Municipal. Canarias 1991.* Elaboración propia.

2.- ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DEL COMERCIO INTERIOR. CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS Y MINORISTAS.

Para facilitar la lectura y comprensión de gran parte de este capítulo, dedicado a la estructura del Comercio Interior, recogemos la clasificación de formas comerciales mayoristas y minoristas que hemos establecido siguiendo los criterios de los siguientes Censos: *Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias*, realizado por la Junta de Canarias y el IRESCO, y *Censo del Impuesto de Actividades Económicas* para el año 1999, ambos basados en el código de la Clasificación Nacional de

Actividades Económicas (CNAE). Así mismo, se han tenido en cuenta las clasificaciones aportadas por estudios especializados en el tema.

El criterio principal que siguen estas clasificaciones es el de la variedad de productos y surtido que se comercializan en los establecimientos, pero también se combinan otros criterios, como el de modalidad o técnicas de venta (sistemas de libre servicio, venta sin establecimiento, venta en máquinas expendedoras, venta por correo, etc.) e incluso el tamaño de las superficies comerciales (como ocurre con el sistema de venta en libre servicio de productos de alimentación que se subdivide en autoservicio, superservicio, supermercado e hipermercado).

TABLA 3 - CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE.

MATERIAS PRIMAS AGRARIAS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS BEBIDAS Y TABACOS
PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACOS
GEREALES, PLANTAS, ABONOS, ANIMALES
FRUTAS Y VERDURAS
CARNES, HUEVOS, AVES Y CAZA
LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS, MIEL, ACEITE
BEBIDAS Y TABACO
VINOS Y VINAGRES DEL PAÍS
PESCADOS
OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS NO ESPECIFICADOS
PRODUCTOS TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTICULOS DE PIEL
PRENDAS EXTERIORES DE VESTIR
PRODUCTOS TEXTILES, CONFECCIONES Y CALZADO
TEJIDOS POR METROS, ALFOMBRAS
CALZADO, PELETERÍA, MARROQUINERÍA
CAMISERÍA, LENCERÍA, MERCERÍA
ACCESORIOS VESTIDO NO ESPECIFICADOS
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA, DROGUERÍA Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MEDICAMENTOS
PRODUCTOS DE PERFUMERÍA, DROGUERÍA
PRODUCTOS DE MANTENIMIENTO DEL HOGAR
COMERCIO AL POR MAYOR DE PRODUCTOS ZOOSANITARIOS
ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO
VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS
MUEBLES
APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS
APARATOS Y MATERIAL ELECTRÓNICO
OBRAS DE ARTE, ANTIGÜEDADES
GALERÍAS DE ARTE
OTROS ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO NO ESPECIFICADOS
INTERINDUSTRIAL DE LA MINERÍA Y QUÍMICA
CARBÓN
HIERRO Y ACERO
MINERALES
METALES NO FÉRREOS
PETRÓLEO Y LUBRICANTES
PRODUCTOS QUÍMICOS INDUSTRIALES
PRODUCTOS INTERINDUSTRIALES Y QUÍMICOS NO ESPECIFICADOS.
INTERINDUSTRIAL EXCEPTO QUÍMICA
CUEROS Y PIELS EN BRUTO
MADERA Y CORCHO
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN
MAQUINARIA PARA MADERA Y METAL
MAQUINARIA AGRÍCOLA
MAQUINARIA TEXTIL
MÁQUINAS Y MATERIAL DE OFICINA
INTERINDUSTRIAL EXCEPTO QUÍMICA NO ESPECIFICADOS
EXPORTACIÓN TODA CLASE MERCANCIAS
EXPORTACIÓN TODA CLASE MERCANCIAS
MERCANCIAS EN ZONAS FRANCAS
MERCANCIAS EN ZONAS FRANCAS
OTROS PRODUCTOS
JUGUETES Y ARTÍCULOS DE DEPORTE
INSTRUMENTOS MÉDICOS, ORTOPÉDICOS, ÓPTICOS Y FOTOGRÁFICOS
METALES PRECIOSOS, JOYERÍA, BISUTERÍA Y RELOJERÍA.
PRODUCTOS DE PAPEL Y CARTÓN
ARTÍCULOS DE PAPELERÍA Y ESCRITORIO
LIBROS, PERIÓDICOS Y REVISTAS
INSTRUMENTOS DE PRECISIÓN Y MEDIDA
COMPRAVENTA DE GANADO
OTROS PRODUCTOS NO ESPECIFICADOS
PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN
CHATARRA Y METALES DE DESECHO
OTROS PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN
RECUPERACIÓN Y COMERCIO DE RESIDUOS SIN ESTABLECIMIENTO
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO

FUENTES: *Censo del IAE, 1999; Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias, 1982 y Trespacios Gutiérrez, J.A., 1995. Elaboración propia.*

TABLA 4 - CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MINORISTAS O DETALLISTAS EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE.

PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO EN ESTABLECIMIENTO ESPECIALIZADO
FRUTAS, VERDURAS
CARNES, HUEVOS, CAZA Y GRANJA
CARNICERÍAS-CHARCUTERÍAS
CARNICERÍAS-SALCHICHERÍAS
CARNICERÍAS
HUEVOS, AVES, GRANJA Y CAZA
CASQUERÍAS
PESCADOS
BACALAO Y SALAZONES
PAN, PASTELES, CONFITERÍA, LÁCTEOS
DESPACHOS PAN, PAN ESPECIAL, Y BOLLERÍA
PRODUCTOS DE PASTELERÍA, BOLLERÍA
HELADOS
BOMBONES Y CARAMELOS
MASAS FRITAS
VINOS Y BEBIDAS
PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO EN ESTABLECIMIENTO MIXTO
GENERALISTA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
AUTOSERVICIO (40-120 M2)
SUPERSEVICIOS (120-399 M2)
SUPERMERCADOS (400- 2500 M2)
TEXTILES, CONFECCIÓN Y CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL
PRODUCTOS TEXTILES PARA EL HOGAR
PRENDAS DE VESTIR Y TOCADO
LENCERÍA Y CORSETERÍA
MERCERÍA Y PAQUETERÍA
PRENDAS ESPECIALES
CALZADO Y COMPLEMENTOS DE PIEL
CONFECCIONES DE PELETERÍA
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DROGUERÍA, PERFUMERÍA
FARMACÉUTICOS
PRODUCTOS DE DROGUERÍA, PERFUMERÍA
PRODUCTOS DE PERFUMERÍA Y COSMÉTICA
PLANTAS Y HIERBAS, HERBOLARIOS
ARTÍCULOS PARA EL EQUIPAMIENTO DEL HOGAR
MUEBLES (EXCEPTO OFICINA)
APARATOS DE USO DOMÉSTICO
ARTÍCULOS DE MENAJE, FERRETERÍA, ADORNO
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN
PUERTAS, VENTANAS Y PERSIANAS
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE BRICOLAGE
ARTÍCULOS DE HOGAR NO ESPECIFICADOS
MAQUINARIA, VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS
VEHÍCULOS TERRESTRES
ACCESORIOS Y RECAMBIOS DE VEHÍCULOS
VEHÍCULOS FLUVIALES Y MARÍTIMOS
TODA CLASE DE MAQUINARIA
CUBIERTAS PARA VEHÍCULOS
OTRO COMERCIO ESPECIALIZADO
COMBUSTIBLES TODAS CLASES
GASES COMBUSTIBLES
CARBURANTES Y ACEITES DE VEHÍCULOS
BIENES USADOS DE USO DOMÉSTICO
INSTRUMENTOS MUSICALES, ACCESORIOS
SELLOS, MONEDAS, MEDALLAS, COLECCIONES
MUEBLES Y MÁQUINAS DE OFICINA
APARATOS MÉDICOS, ORTOPÉDICOS
LIBROS, PERIÓDICOS, REVISTAS.
ARTÍCULOS DE JOYERÍA, RELOJERÍA, BISUTERÍA
JUGUETES, ARTÍCULOS DE DEPORTE, ARMAS...
SEMILLAS, ABONOS, FLORES, PLANTAS
"SEX-SHOP"
OTROS PRODUCTOS NO ESPECIFICADOS
MIXTO
GRANDES ALMACENES
HIPERMERCADOS
ALMACENES POPULARES
ECONOMATOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO
TODA CLASE DE ARTÍCULOS EN OTROS LOCALES

FUENTES: *Censo del IAE, 1999; Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias, 1982 y Trespacios Gutiérrez, J.A., 1995. Elaboración propia.*

TABLA 5 - CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MINORISTAS O DETALLISTAS SIN ESTABLECIMIENTO Y REPARACIONES.

AMBULANTE
PRODUCTOS ALIMENTICIOS SIN ESTABLECIMIENTO
TEXTILES Y CONFECCIONES SIN ESTABLECIMIENTO
CALZADO SIN ESTABLECIMIENTO
DROGUERÍA SIN ESTABLECIMIENTO
OTRAS MERCANCIAS SIN ESTABLECIMIENTO
EN MÁQUINAS AUTOMÁTICAS
AUTOVENTA MUSICA GRABADA EN EXPOSITORES
TABACO EN MÁQUINAS AUTOMÁTICAS
PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS EN MÁQUINAS
ARTÍCULOS DIVERSOS EN MÁQUINAS

POR CORREO O CATÁLOGO
POR CORREO O CATÁLOGO

REPARACIONES
REPARACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS
REPARACIÓN DE AUTOMÓVILES Y BICICLETAS
REPARACIÓN DE OTROS BIENES DE CONSUMO NO ESPECIFICADOS
REPARACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL
OTRAS REPARACIONES NO ESPECIFICADAS.

FUENTES: *Censo del IAE, 1999; Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias, 1982 y Trespalacios Gutiérrez, J.A., 1995.*

Elaboración propia.

Con el fin de caracterizar las formas comerciales del municipio de San Bartolomé de Tirajana, y más especialmente de su zona turística, Maspalomas Costa Canaria, se ha realizado una comparación con las de la Isla de Gran Canaria, siguiendo el Censo del Impuesto de Actividades Económicas para el año 1999. Este análisis permite observar qué pautas de comportamiento se siguen en la composición de la estructura comercial de sendos ámbitos y las notables diferencias existentes entre la zona turística y el conjunto de la Isla.

Vamos a analizar por separado el Comercio mayorista y el minorista por dos razones, por un lado, porque sus pautas de comportamiento son diferentes y en segundo lugar, porque el mayor peso del comercio minorista así lo aconseja.

3.- ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA.

En primer lugar, hay que señalar que la localización del comercio mayorista suele estar concentrada en las zonas cercanas a los centros de negocios en ciudades con un tamaño considerable, y especialmente allí "donde tenga mayores facilidades para el transporte y comunicación o economías derivadas del centro de recepción de importaciones, donde pueda obtener las mayores economías de escala y una estructura de costes más favorable".² En Gran Canaria, esta localización se da en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, debido a que concentra funciones

2 - Gutiérrez Hernández, Pedro: "Relaciones entre turismo y comercio: un caso especial del impacto turístico". IV Jornadas Económicas de Canarias, Ed. Gobierno de Canarias, Santa Cruz de Tenerife, 1985; p. 273.

ligadas a la capitalidad y a la presencia de un puerto comercial de gran importancia. De hecho, en ella se concentra (según el Censo del IAE de 1999) el 69,6% de las empresas mayoristas de la Isla, seguida muy de lejos por el municipio de Telde con el 10,1% y por el municipio de San Bartolomé de Tirajana donde se ubica el 4,3%.

TABLA 6 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA DE GRAN CANARIA, SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA Y SU ZONA TURÍSTICA MASPALOMAS COSTA CANARIA EN EL AÑO 1999.

CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS	ZONA TURÍSTICA SAN BARTOLOMÉ			SAN BARTOLOMÉ		GRAN CANARIA	
	Nº	% SB	% ZT	Nº	%	Nº	%
MATERIAS PRIMAS AGRARIAS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACOS	15	21,7	22,4	69	36,3	1.789	40,5
PRODUCTOS TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO	11	47,8	16,4	23	12,1	211	4,8
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA, DROGUERÍA	8	61,5	11,9	13	6,8	322	7,3
ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO	10	52,6	14,9	19	10,0	620	14,1
INTERINDUSTRIAL DE LA MINERÍA Y QUÍMICA	0	0,0	0,0	1	0,5	127	2,9
INTERINDUSTRIAL EXCEPTO QUÍMICA	4	66,7	6,0	6	3,2	463	10,5
EXPORTACIÓN TODA CLASE DE MERCANCIAS	1	50,0	1,5	2	1,1	12	0,3
MERCANCIAS EN ZONAS FRANCAS	0	0,0	0,0	0	0,0	5	0,1
OTROS PRODUCTOS	5	33,3	7,5	15	7,9	487	11,0
PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN	0	0,0	0,0	2	1,1	51	1,2
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO	13	32,5	19,4	40	21,1	325	7,4
TOTALES	67	35,3	100,0	190	100,0	4.412	100,0

* (% SB) Porcentaje de cada forma comercial con respecto al total para el municipio de San Bartolomé de Tirajana. (% ZT) Porcentaje de cada forma comercial con respecto al conjunto de formas comerciales en la Zona Turística.

FUENTE: *Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas.* Elaboración propia.

A pesar de la diferencia en el número de empresas dedicadas al comercio mayorista entre el municipio capitalino y el resto de municipios de la Isla, resulta revelador que San Bartolomé de Tirajana ocupe el tercer lugar en el ranking insular, por delante de entidades con un mayor desarrollo industrial, como Agüimes o Arucas. La explicación a este hecho sólo podemos encontrarla en las necesidades y demandas propias del mercado turístico de Maspalomas Costa Canaria que, unido a la relativa lejanía del enclave turístico con respecto a Las Palmas de Gran Canaria, estimula la actividad comercial mayorista. Así mismo, como señala Gutiérrez Hernández, las actividades mayoristas están asociadas a nuevos productos que aparecen en el mercado y cuyos principales consumidores supuestamente van a ser los mercados turísticos.

En la tabla 6, los porcentajes de Maspalomas Costa Canaria están presentados tomando en cuenta dos criterios, según el número de establecimientos por tipología sólo para la Zona Turística (% ZT). Y según el porcentaje que representen para el total de San Bartolomé de Tirajana

(% SB). Tras el análisis de dichos datos observamos un comportamiento similar tanto en la zona turística como en el resto de San Bartolomé de Tirajana. Con respecto a los porcentajes (% ZT) éstos son mayores en Maspalomas Costa Canaria, que en el total del municipio, excepto en el caso de los *alimentos*. En cuanto a los porcentajes que la zona turística representa sobre el total municipal (% SB), destacan el *interindustrial excepto la química*, el 66,7%, y el de los *productos farmacéuticos, de perfumería, droguería y mantenimiento del hogar*, con el 61,5%.

El primer puesto en el número de licencias para las tres localizaciones lo ocupa *la alimentación*. Las demás formas comerciales siguen pautas diferenciadas para la Isla y el municipio. Las principales diferencias radican en una mayor importancia para el total insular en los siguientes productos: los *artículos de consumo duradero*, que representan el 14,1% en el caso de Gran Canaria y apenas el 10% para San Bartolomé de Tirajana; *el comercio de otros productos*, que para el total insular es el 11% y para San Bartolomé de Tirajana el 7,9 y *el interindustrial excepto la química* que en el caso de Gran Canaria supone el 10,5% y en el total municipal el 6%. Sin embargo, en el municipio de San Bartolomé destacan los *intermediarios de comercio* y los *textiles, confecciones, calzado y artículos de piel*, con porcentajes más importantes que los respectivos para el total insular.

La conclusión que podemos sacar de estas diferencias en la estructura comercial mayorista de la Isla con respecto a la del municipio y a la de la zona turística de San Bartolomé de Tirajana es que la demanda de las poblaciones cuya actividad económica esta basada en el turismo es totalmente diferente de la que tiene una economía más diversificada. Esto se verá reflejado en el grado de implantación y en la tipología y variedad de surtido de los productos comercializados por las empresas mayoristas, que a su vez tendrán repercusión directa sobre la estructura comercial minorista, ya que no debemos olvidar que la función de los mayoristas es la de servir de intermediarios comerciales a otros distribuidores, generalmente a los minoristas, aunque también pueden distribuir a comunidades y colectivos.

3.1.- EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA (1982-1999).

Para establecer la evolución de la Estructura Comercial Mayorista entre los años 1982 y 1999 hemos utilizado dos fuentes diferentes. Para el año 1982, se consultó el *Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias*, elaborado por la Junta de Canarias e IRESO, y para 1999 el *Censo del IAE*. La comparación entre ambas fuentes es complicada debido al hecho de que existen una serie de

datos que no fueron recogidos en el año 1982, y que probablemente están contabilizados en alguna de las categorías planteadas.

Tanto Gran Canaria como San Bartolomé de Tirajana experimentan un crecimiento espectacular en el número de mayoristas, aunque los comportamientos son diferentes según analicemos un caso u otro. Así, en San Bartolomé de Tirajana se quintuplica el número de inscripciones, pero los valores siguen siendo modestos, mientras que para el resto de la Isla el número se triplica, pero la cifra es bastante elevada.

En cuanto a la estructura del comercio mayorista de Gran Canaria, los cambios en sí no han sido muy espectaculares (véase tabla 7). Ha perdido peso la *alimentación*, lo mismo le ha ocurrido a los *textiles y al interindustrial de la minería y la química*. En cambio, han ganado importancia los *productos farmacéuticos, perfumería y droguería*, así como los *artículos de consumo duradero*.

TABLA 7 - COMPARATIVA DE LA EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA ENTRE GRAN CANARIA Y SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA (1999).

CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS	SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA		GRAN CANARIA					
	1982	1999	1982	1999				
	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
MATERIAS PRIMAS AGRARIAS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACOS	21	58,3	69	36,3	655	47,5	1789	40,5
PRODUCTOS TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL	4	11,1	23	12,1	88	6,4	211	4,8
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA, DROGUERÍA	0	0,0	13	6,8	53	3,8	322	7,3
ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO	1	2,8	19	10,0	132	9,6	620	14,1
INTERINDUSTRIAL DE LA MINERÍA Y QUÍMICA	2	5,6	1	0,5	58	4,2	127	2,9
INTERINDUSTRIAL EXCEPTO QUÍMICA	4	11,1	6	3,2	151	10,9	463	10,5
EXPORTACIÓN DE TODA CLASE DE MERCANCIAS	N.R.*	N.R.	2	1,1	N.R.	N.R.	12	0,3
MERCANCIAS EN ZONAS FRANCAS	N.R.	N.R.	0	0,0	N.R.	N.R.	5	0,1
OTROS PRODUCTOS	4	11,1	15	7,9	170	12,3	487	11,0
PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN	N.R.	N.R.	2	1,1	N.R.	N.R.	51	1,2
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO	N.R.	N.R.	40	21,1	N.R.	N.R.	325	7,4
NO CONTESTAN A QUE ACTIVIDAD SE DEDICAN	0	0,0	N.R.	N.R.	72	5,2	N.R.	N.R.
TOTALES	36	100,0	190	100,0	1379	100,0	4412	100,0

* (N.R.) Datos no recogidos.

FUENTE: *Censo del IAE, (1999); Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias (1982)*. Elaboración propia.

En 1982, la representación del comercio mayorista en el municipio de San Bartolomé era muy escasa destacando la *alimentación* sobre el resto de actividades, pero la espectacular evolución de los *intermediarios del comercio, productos farmacéuticos, perfumería y droguería* y los *artículos de consumo duradero* han supuesto una pérdida en la importancia de la *alimentación* por mor de una diversificación de su estructura.

4.- ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA.

Antes de comenzar a analizar la estructura comercial minorista nos gustaría señalar en primer lugar (Díaz Armas, 1998; 223-224) que "los destinos turísticos son zonas muy agraciadas desde un punto de vista comercial", ya que reúnen una serie de ventajas con respecto a otro tipo de emplazamientos comerciales.

El primer beneficio a señalar, siguiendo a este autor, sería que poseen una regulación específica en materia de horarios comerciales³ por la que en este tipo de enclaves se le permite al comerciante una libertad absoluta en la fijación de horarios y días de apertura, mientras que en el resto del territorio deben cerrar los domingos y festivos y sólo pueden tener abierto el negocio un máximo de 72 horas semanales.

En segundo lugar, cuentan con un planeamiento urbanístico y unos servicios generales que dan una clara ventaja competitiva a este tipo de entornos, con calles peatonales y paseos, centros comerciales planificados en zonas muy céntricas y fácilmente accesibles.

Y por último, el consumidor turístico presenta unas características propias ya que suele tener un nivel adquisitivo medio, superior a la población receptora y es un "ávido consumidor con una fuerte necesidad y ganas de adquirir bienes y servicios". A esto hay que añadir que en las localizaciones turísticas el número de clientes potenciales aumenta dado el alto número de visitantes.

La comparación de la estructura comercial minorista de la zona turística respecto a la del municipio de San Bartolomé de Tirajana y el conjunto insular, revela la existencia de grandes diferencias entre ellas, lo que viene a reflejar que la zona turística de Maspalomas Costa Canaria posee una estructura comercial bastante alejada de la pauta insular y a su vez con diferencias notables con el resto del municipio de San Bartolomé de Tirajana. En Gran Canaria, el mayor número de licencias corresponde al epígrafe de *productos alimenticios, bebidas y tabacos* con un 22,1%, mientras que en San Bartolomé pierde importancia, situándose en un 17%, el descenso más acusado se da en la zona turística, donde sólo representa el 12,8%.

El primer tipo de comercio minorista en Maspalomas Costa Canaria es el dedicado a la venta de *textiles, confecciones, calzado y artículos de piel*, con un 32,4%, porcentaje bastante superior al que tiene en la Isla, donde sólo representa el 15,8%.

TABLA 8 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA O DETALLISTA DE GRAN CANARIA, SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA Y SU ZONA TURÍSTICA MASPALOMAS COSTA CANARIA (1999).

CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MINORISTAS EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	ZONA TURÍSTICA SAN BARTOLOMÉ			SAN BARTOLOMÉ		GRAN CANARIA	
	Nº	% SB	% ZT	Nº	%	Nº	%
PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	139	50,4	12,8	276	17,0	2688	22,1
TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL	353	76,6	32,4	461	28,4	1932	15,8
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DROGUERÍA, PERFUMERÍA	70	70,0	6,4	100	6,2	738	6,1
ARTÍCULOS PARA EL EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	117	58,5	10,8	200	12,3	1932	15,8
VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS	13	24,1	1,2	54	3,3	1051	8,6
OTRO COMERCIO ESPECIALIZADO	187	64,3	17,2	291	17,9	2257	18,5
COMERCIO MIXTO	209	87,1	19,2	240	14,8	1592	13,1
TOTALES	1088	67,1	100,0	1622	100,0	12190	100,0

* (% SB) Porcentaje de cada forma comercial con respecto al total para el municipio de San Bartolomé de Tirajana. (% ZT) Porcentaje de cada forma comercial con respecto al conjunto de formas comerciales en la Zona Turística.

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

El segundo tipo de establecimientos más numeroso en la zona turística es el representado por *el comercio mixto*, con un porcentaje del 19,2%, mientras que en el municipio se reduce al 14,8 y en el conjunto insular al 13,8%. Este epígrafe está constituido por tiendas de diverso tipo que venden una amplia gama de productos y que despiertan un enorme interés en el consumidor turístico, como pueden ser: los bazares de artículos de playa (camisetas, cremas bronceadoras, toallas, sombreros, plásticos de playa, *souvenirs*, etc.), los bazares canarios regentados por comerciantes hindúes donde se venden artículos electrónicos variados (calculadoras, relojes, artículos de fotografía, cadenas musicales, pequeños electrodomésticos, etc.) además de textiles, material óptico, etc. y los propios *supermercados* y *autoservicios* donde no sólo tienen cabida los productos alimenticios, bebidas y tabacos, sino también gran parte de los comentados anteriormente.

La tercera forma comercial en número de locales en Maspalomas Costa Canaria se corresponde con *otro comercio especializado*. Esta denominación abarca diversos tipos de tiendas especializadas como las joyerías, estancos de prensa, revistas, libros, ópticas, floristerías, etc., representando un 17,2%, mientras que para el municipio supone el 17,9 y para Gran Canaria el porcentaje es aún mayor, 18,5.

Establecimientos comerciales típicos en urbanizaciones turísticas. "Bazares" en el Centro Comercial de San Agustín.



3 - regulada por el R.D. 24/1994 y O. 12 de mayo de 1994.

El último tipo de establecimiento minorista destacado que nos queda por analizar es el que se corresponde con los artículos para el *equipamiento del hogar*. Éste supone el tercer lugar en importancia para el total de la Isla con un 15,8%, mientras que para San Bartolomé de Tirajana es de un 12,3% y para su enclave turístico el porcentaje de 10,8 lo coloca en el quinto lugar.

4.1.- EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA O DETALLISTA ENTRE 1982 Y 1999.

La Estructura Comercial Minorista de la Isla durante este período a nivel general ha evolucionado hacia el alza en el número de establecimientos y hacia la modernización y mejora de sus formas comerciales. El incremento en el número de establecimientos ha sido mucho más espectacular en el municipio de San Bartolomé de Tirajana que en Gran Canaria ya que ha duplicado su estructura.

Si consideramos ahora cada una de las formas comerciales, llama la atención el fuerte descenso que para el conjunto de la Isla experimentan los establecimientos de *alimentos*, con la pérdida de 851 locales entre 1982 y 1999. La explicación de este hecho la encontramos en varias causas: en primer lugar, en el elevado número de tiendas tradicionales con métodos de gestión y venta que han quedado desfasados, la incorporación de la mujer al trabajo, con la consiguiente reducción del tiempo dedicado a la compra, los nuevos modelos y composición de las familias con demandas diferentes a la familia tradicional, el cambio en los hábitos de la compra (frecuencia, clase de compra, preferencia por determinadas formas comerciales, horario, etc.), la facilidad en los desplazamientos medios y largos debido a la normalización del uso del automóvil, y por último, la irrupción de nuevas formas comerciales y la modernización de tiendas especializadas, más eficaces en la gestión del negocio y más acordes con los gustos y necesidades del consumidor.

En cambio, no ha ocurrido lo mismo en San Bartolomé de Tirajana, donde incluso se duplica su número. Esto es debido a que en el municipio turístico las nuevas formas comerciales, sobre todo las basadas en el libre servicio, se establecieron mucho antes que en el resto de la Isla,⁴ a que la demanda turística y de población residente no sólo no ha disminuido sino que ha aumentado y por último, a la dispersión de los numerosos establecimientos en las

4 - "El turismo ha sido sin duda uno de los elementos que más han impulsado la implantación del libre servicio en España. Las dificultades de comunicación, unido al hecho de que esta técnica es con la que estaba familiarizada la mayor parte de los turistas, hacían del libre servicio la mejor forma de satisfacer la creciente demanda turística en sus distintas modalidades" Ministerio de Comercio y Turismo (1995): *Informe sobre el Comercio Interior y la Distribución en España*, Tomo I, p. 265.

urbanizaciones turísticas, favorecida por las especiales características del tejido urbano turístico y por el comportamiento consumidor diferenciado entre el turista y la población residente. A ésta última no le importa desplazarse para sus compras, mientras que el turista desea ver satisfechas sus necesidades de compra en entornos muy cercanos a su alojamiento.

Por lo que respecta al *comercio especializado en textiles, calzado y artículos de piel*, la tónica es el aumento en el número de establecimientos, tanto en la Isla, donde su número se ha multiplicado por 1,2, como en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, donde se ha duplicado.

Los comercios dedicados a *productos farmacéuticos, droguería y perfumería* duplican su número en las dos localizaciones, favorecidos por la nueva filosofía de "culto al cuerpo" y a la imagen personal saludable.

También aumentan las tiendas dedicadas al *equipamiento del hogar*, que casi doblan su número para el total de la Isla, y en el caso de San Bartolomé de Tirajana las multiplican por seis principalmente para los establecimientos dedicados a *menaje y adornos* relacionados con el tipo de consumo propio de las vacaciones, recuerdos de viaje, artículos personales, regalos para parientes y amigos, etc.

Un tipo de comercio minorista que ha crecido de forma espectacular es el dedicado a la *venta de maquinaria, vehículos y sus accesorios*, principalmente maquinarias y concesionarios, que en el caso del total de la Isla ha triplicado su número y en el del municipio turístico lo ha multiplicado por siete; la explicación a este hecho en la zona turística la tenemos en el negocio del alquiler de coches, motos y bicicletas.

TABLA 9 - COMPARATIVA DE LA EVOLUCIÓN ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DETALLISTA DE GRAN CANARIA Y SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA (1982-1999).

CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MINORISTAS EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA				GRAN CANARIA			
	1982		1999		1982		1999	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	159	20,4	276	17,0	3939	36,3	2688	22,1
TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL	233	29,9	461	28,4	1546	15,8	1932	15,8
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DROGUERÍA, PERFUMERÍA	51	6,5	100	6,2	374	3,8	738	6,1
ARTÍCULOS PARA EL EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	34	4,4	200	12,3	1030	10,6	1932	15,8
MAQUINARIA, VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS	8	1,0	54	3,3	341	3,5	1051	8,6
OTRO COMERCIO ESPECIALIZADO	201	25,8	291	17,9	1766	18,1	2257	18,5
COMERCIO MIXTO	93	11,9	240	14,8	1165	11,9	1592	13,1
TOTALES	779	100,0	1622	100,0	9761	100,0	12190	100,0

FUENTES: *Censo del IAE, (1999) y Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias (1982)*.
Elaboración propia.

Con respecto al apartado *otro comercio especializado*, su aumento ha sido considerable pero no llega a presentar la magnitud de otros grupos, e incluso pierde peso en la estructura comercial de San Bartolomé de Tirajana, comportamiento que no se registra en el total insular. También es cierto que en este apartado existe una gran variedad de locales con diferentes productos a la venta, por lo que el análisis ofrecido es válido para el conjunto de estas formas comerciales pero no se puede generalizar para cada una de las que lo componen, por lo que serán más ampliamente explicadas en el apartado 4.6. de este capítulo.

El comercio mixto al por menor, categoría en la que como ya explicamos anteriormente, también concurren diferentes clases de locales, presenta un crecimiento moderado en el caso de la Isla en su conjunto, multiplicando su cifra para el año 82 por 1,25. En cambio, para San Bartolomé de Tirajana el valor a multiplicar sería de 2,6. La explicación de este hecho es que la población turística y la población residente no demandan los mismos productos ni presentan las mismas preferencias por los establecimientos que los ponen a la venta. Así, en las poblaciones no dedicadas al turismo las tiendas especializadas serán las que tendrán un mayor auge. En cambio, en las zonas turísticas serán fundamentales los establecimientos en los que se ofrezca una gran variedad de productos relacionados con las necesidades básicas, más un amplio surtido de artículos de playa, ocio, cuidado personal y regalos a precios competitivos, especialmente relacionados con el consumo realizado por el turismo de masas.

Hasta ahora, hemos comparado los modelos generales de comportamiento en las tres zonas de análisis para las grandes agrupaciones de formas comerciales minoristas, así como su evolución desde la década de los ochenta a la actualidad. A partir de aquí, nos centraremos en un estudio más detallado del comercio minorista, pues dentro de estas grandes categorías existen tipologías diversas de establecimientos con sus propias pautas internas.

4.2.- COMERCIO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN.

En primer lugar, nos gustaría destacar que hemos desestimado los datos referentes a las distintas tipologías comerciales relacionadas con *el tabaco*, pues la mayor parte de sus ventas se realizan a través de máquinas automáticas o en la modalidad de venta con recargo o en expendidurías autorizadas dentro de otros comercios, como puedan ser estancos de prensa, revistas, golosinas, o también en supermercados y libre servicio, por lo que su inclusión desvirtuaría el análisis.

Con respecto al resto de formas comerciales, hemos de añadir que hacemos una diferenciación entre *tiendas especializadas de alimentación*, que incluirían los apartados que van desde el comercio al por menor de frutas y verduras hasta el de vinos y bebidas, y *comercio mixto de alimentación*, que incluye a los generalistas de alimentación y a todos los comercios en régimen de libre servicio cualquiera que sea su superficie.

Del análisis pormenorizado de las variadas formas comerciales en alimentación podemos extraer las siguientes conclusiones: para Gran Canaria está claro que las *tiendas de mayor representación son las generalistas*, es decir, las que venden una amplia gama de productos, también denominadas como *comercio mixto*, pero hemos de observar que dentro de esta clasificación se están incluyendo tanto las *tiendas de ultramarinos tradicionales* existentes en entidades pequeñas de población, con sistema de venta "detrás del mostrador", como *pequeñas tiendas que utilizan el sistema de venta del libre servicio* pero que no reúnen el criterio mínimo de superficie para entrar en dicha categoría, establecida en los 40 m².

El segundo tipo de establecimientos en importancia para Gran Canaria son los *autoservicios*, seguidos por las *panaderías y pastelerías*. El resto de comercios presentan *cuotas de participación en la estructura comercial de alimentación más modestas*, aunque no por ello poco importantes. Si considerásemos sus datos económicos de ventas, destacarían los hipermercados, supermercados y superservicios. No se aportan estos datos económicos porque la principal fuente para los mismos, *los universos Nielsen*, sólo recoge las pautas provinciales y de Comunidades Autónomas, pero no a nivel insular y menos aún municipal.

En la zona turística bajo examen, la forma comercial que destaca es el *autoservicio*. Esto se relaciona con el tamaño medio del establecimiento, el tipo de demanda de los consumidores turísticos y la cercanía de los establecimientos comerciales a los alojamientos, pero también guarda relación con la política del ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana de *no implantación dentro del ámbito municipal de grandes superficies comerciales alimentarias*, que quedan expresamente prohibidas en el Plan de Ordenación urbana del municipio.⁵ Está claro que esta forma comercial en la que se oferta un amplio surtido de productos quita protagonismo a toda una serie de formas comerciales especializadas que se están implantando en el resto del municipio, principalmente en San Fernando, y que ofrecen sus servicios tanto a las empresas turísticas como a la población residente.

5 - Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana (1996): *Memoria del Plan General de Ordenación Urbana de San Bartolomé de Tirajana*. p. 49.

TABLA 10 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS DE ALIMENTACIÓN DE MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

CLASIFICACIÓN DE FORMAS COMERCIALES MINORISTAS DE ALIMENTACIÓN EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	GRAN CANARIA			ZONA TURÍSTICA		
	Nº	% ALIMENT.	% MINOR.	Nº	% ALIMENT.	% MINOR.
FRUTAS, VERDURAS	196	7,3	1,61	2	1,4	0,2
CARNES, HUEVOS, CAZA Y GRANJA	71	2,6	0,58	5	3,6	0,5
CARNICERÍAS-CHARCUTERÍAS	79	2,9	0,65	0	0,0	0,0
CARNICERÍAS-SALCHICHERÍAS	32	1,2	0,26	0	0,0	0,0
CARNICERÍAS	70	2,6	0,57	0	0,0	0,0
HUEVOS, AVES, GRANJA Y CAZA	13	0,5	0,11	0	0,0	0,0
CASQUERÍAS	1	0,0	0,01	0	0,0	0,0
PESCADOS	122	4,5	1,00	0	0,0	0,0
BACALAO Y SALAZONES	6	0,2	0,05	0	0,0	0,0
PAN, PASTELES, CONFITERÍA, LÁCTEOS	285	10,6	2,34	0	0,0	0,0
DESPACHOS PAN, PAN ESPECIAL, Y BOLLERÍA	26	1,0	0,21	2	1,4	0,2
PRODUCTOS DE PASTELERÍA, BOLLERÍA	207	7,7	1,70	15	10,8	1,4
HELADOS	29	1,1	0,24	10	7,2	0,9
BOMBONES Y CAMELOS	7	0,3	0,06	2	1,4	0,2
MASAS FRITAS	28	1,0	0,23	0	0,0	0,0
VINOS Y BEBIDAS	26	1,0	0,21	3	2,2	0,3
GENERALISTAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS	800	29,8	6,56	10	7,2	0,9
AUTOSERVICIOS (40 -120 M2)	475	17,7	3,90	76	54,7	7,0
SUPERSERVICIOS (120 - 399 M2)	131	4,9	1,07	9	6,5	0,8
SUPERMERCADOS (400 - 2500 M2)	73	2,7	0,60	5	3,6	0,5
HIPERMERCADOS	11	0,4	0,09	0	0,0	0,0
TOTALES ALIMENTACIÓN	2.688	100,0	22,05	139	100,0	12,8
TOTALES MINORISTAS	12.190		100,00	1.088		100,0

FUENTE: *Censo del IAE (1999)*, COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

4.3.- COMERCIO MINORISTA DE TEXTIL.

Los establecimientos más destacados dentro de este grupo, tanto en Gran Canaria como en la zona turística sureña, (Tabla 11) son los dedicados a la venta de prendas de vestir, si bien para el conjunto de la Isla podremos encontrar formas variadas de comercializar estos productos (*grandes almacenes, boutiques* especializadas en moda para hombres, mujeres, o niños, o combinación de varias, *pequeños almacenes o bazares, almacenes con venta mayorista y al detalle, franquicias* con marcas exclusivas, *tiendas tradicionales*, etc.), en Maspalomas Costa Canaria las formas predominantes son el *bazar de textiles* y la *boutique*. La "boutique" puede ser franquiciada o no, y suele estar especializada en moda femenina o masculina o para ambos sexos, teniendo una menor presencia las especializadas en ropa infantil. Están dirigidas a consumidores de diverso tipo, pues las hay muy especializadas y con un surtido muy exclusivo, propia de demandas de alto poder adquisitivo, y las *tiendas vaqueras* o *especializadas en camisetas* para consumidores con poder adquisitivo

medio-bajo. El "bazar de textiles", por otro lado, oferta un amplio surtido de productos que en Maspalomas Costa Canaria se concreta en confecciones relacionadas con la playa, así como para la práctica deportiva y el disfrute del tiempo libre, que podríamos considerar destinada a una clase de demanda propia de un gasto medio-bajo. Junto a éstos destacan las *tiendas especializadas* en prendas de vestir de marcas y modelos exclusivos y las *confecciones de peletería* centradas en la captación de un comprador de alto poder adquisitivo.

El segundo lugar en número de establecimientos para los dos ámbitos corresponde a los que comercializan *calzado y complementos de piel*, lo que es bastante lógico puesto que junto con los productos nombrados en el apartado anterior constituyen un grupo de bienes que no son consumidos de forma regular ni duradera, pero que entran dentro de la categoría de compras periódicas. Esto determina que en las estructuras comerciales de todas las entidades de población medianas estos comercios estén bien representados.

TABLA 11 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS ESPECIALIZADOS EN TEXTILES DE MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

FORMAS COMERCIALES MINORISTAS DE TEXTIL EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	GRAN CANARIA			ZONA TURÍSTICA		
	Nº	% TEXT.	% MINOR.	Nº	% TEXT.	% MINOR.
PRODUCTOS TEXTILES PARA EL HOGAR	177	9,2	1,5	9	2,5	0,8
PRENDAS DE VESTIR Y TOCADO	1.254	64,9	10,3	287	81,3	26,4
LENCERÍA Y CORSETERÍA	46	2,4	0,4	3	0,8	0,3
MERCERÍA Y PAQUETERÍA	117	6,1	1,0	4	1,1	0,4
PRENDAS ESPECIALES	20	1,0	0,2	1	0,3	0,1
CALZADO Y COMPLEMENTOS PIEL	308	15,9	2,5	44	12,5	4,0
CONFECCIONES DE PELETERÍA	10	0,5	0,1	5	1,4	0,5
TOTALES TEXTIL	1932	100,0	15,8	353	100,0	32,4
TOTALES MINORISTAS	12.190		100,0	1.088		100,0

FUENTE: *Censo del IAE (1999)*, COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

En cuanto al resto de tiendas especializadas en textiles, exceptuando a los *textiles para el hogar*, su escaso número y relevancia en la estructura comercial puede ser debida, de una parte, a que son productos que también suelen venderse en los comercios dedicados a las *prendas de vestir en general*, por lo que su número queda camuflado, y de otra, a que dado su carácter de bienes de compra periódica, pero no necesaria, son renovados con menor frecuencia que los anteriores, necesitando por tanto, de un menor número de tiendas para satisfacer la demanda.

Queremos resaltar el hecho de que, de las diez tiendas de *confecciones de peletería* existentes en Gran Canaria, la mitad están localizadas en la zona turística de nuestro estudio, lo cual es lógico pues están pensadas para un tipo de consumidor de alto nivel adquisitivo que

encuentra su mercado en el *turismo de alto standing*. Pero también es común encontrar, dentro del amplio surtido de productos de las *boutiques* de Maspalomas Costa Canaria, confecciones de peletería. La razón que explica esta demanda no es otra que la baja fiscalidad de este tipo de productos en las Islas, que actúa como un incentivo para la compra al abaratar el coste de los mismos.

Con respecto al bajo número de establecimientos dedicados a *productos textiles para el hogar* en la zona turística, la explicación radica en que la población turística no necesita de productos ya ofertados por las instalaciones hoteleras y extrahoteleras, y las necesidades de este tipo que tengan las empresas turísticas son en su mayor parte satisfechas por empresas mayoristas, que no tienen por qué estar localizadas en el enclave turístico.

4.4.- COMERCIO MINORISTA DE EQUIPAMIENTO DEL HOGAR.

En este apartado Maspalomas Costa Canaria presenta un comportamiento claramente diferente del resto de la Isla, al estar centrada su estructura casi exclusivamente en un tipo de establecimiento, mientras que en Gran Canaria se reparten de forma más equilibrada. La razón principal es que el consumo turístico demanda una serie de productos específicos muy relacionados con las actividades de ocio y tiempo libre. Es más, el apartado comercial más numeroso (*artículos de menaje, ferretería, adorno...*) en la zona turística recoge principalmente establecimientos dedicados a los artículos de regalo (porcelanas, cerámica, souvenirs, adornos del hogar y de uso personal, etc.).

TABLA 12 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS ESPECIALIZADOS EN EQUIPAMIENTO DEL HOGAR DE MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

FORMAS COMERCIALES MINORISTAS DE EQUIPAMIENTO DEL HOGAR EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	GRAN CANARIA			ZONA TURÍSTICA		
	Nº	% HOGAR	% MINOR.	Nº	% HOGAR	% MINOR.
MUEBLES (EXCEPTO OFICINA)	323	16,7	2,6	0	0,0	0,0
APARATOS DE USO DOMÉSTICO	449	23,2	3,7	17	14,5	1,6
ARTÍCULOS DE MENAJE, FERRETERÍA, ADORNO	744	38,5	6,1	92	78,6	8,5
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	234	12,1	1,9	2	1,7	0,2
PUERTAS, VENTANAS Y PERSIANAS	42	2,2	0,3	1	0,9	0,1
ARTÍCULOS DE BRICOLAGE	14	0,7	0,1		0,0	0,0
ARTÍCULOS DE HOGAR NO ESPECIFICADOS	126	6,5	1,0	5	4,3	0,5
TOTALES EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	1.932	100,0	15,8	117	100,0	10,8
TOTALES MINORISTAS	12.190		100,0	1.088		100,0

FUENTE: *Censo del IAE (1999)*, COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

Se detecta una clara especialización en el comercio de *aparatos de uso doméstico* que en esta zona está referido a *aparatos eléctricos y no a electrodomésticos*. De cualquier modo, creemos que su importancia está infravalorada, pues puede estar recogido en otras categorías como la de *aparatos médicos, ortopédicos, ópticos y fotográficos* (que será analizada en *otras formas comerciales especializadas*, en el apartado 4.6.) e incluso en el *comercio mixto* (ya que en ocasiones se venden en establecimientos que tienen un surtido más amplio de productos).

4.5.- COMERCIO MINORISTA DE VEHÍCULOS Y MAQUINARIA.

En este grupo de establecimientos destacan los *concesionarios de vehículos terrestres*, que presentan un porcentaje del 40,3% en Gran Canaria y del 61,5% en Maspalomas Costa Canaria, (Tabla 13). Los destinatarios de este tipo de bienes son totalmente distintos en un caso u otro, pues en el ámbito insular los consumidores principalmente serán empresas dedicadas al transporte de mercancías o viajeros, empresas de alquiler de vehículos y particulares en general. En cambio, en la zona turística, la mayor parte de la demanda está compuesta por las empresas dedicadas al alquiler de vehículos, aunque se puedan dar las otras en menor medida. En segundo lugar, destacan las ventas de *toda clase de maquinaria* con porcentajes muy cercanos en ambos casos, aunque un poco más bajos en Gran Canaria con una representación del 21,9% frente a Maspalomas, con un 23,1%. Esta escasa diferenciación está estrechamente vinculada a que en las zonas turísticas el subsector de la hostelería y la restauración genera economías de escala, mientras que a nivel insular hay que considerar la demanda creada por el sector industrial. En relación con los *locales especializados en la venta de vehículos fluviales y marítimos*, debemos señalar el creciente desarrollo de los deportes náuticos en Maspalomas Costa Canaria, aunque por el momento sólo existe un local destinado a tal fin en dicha zona turística.

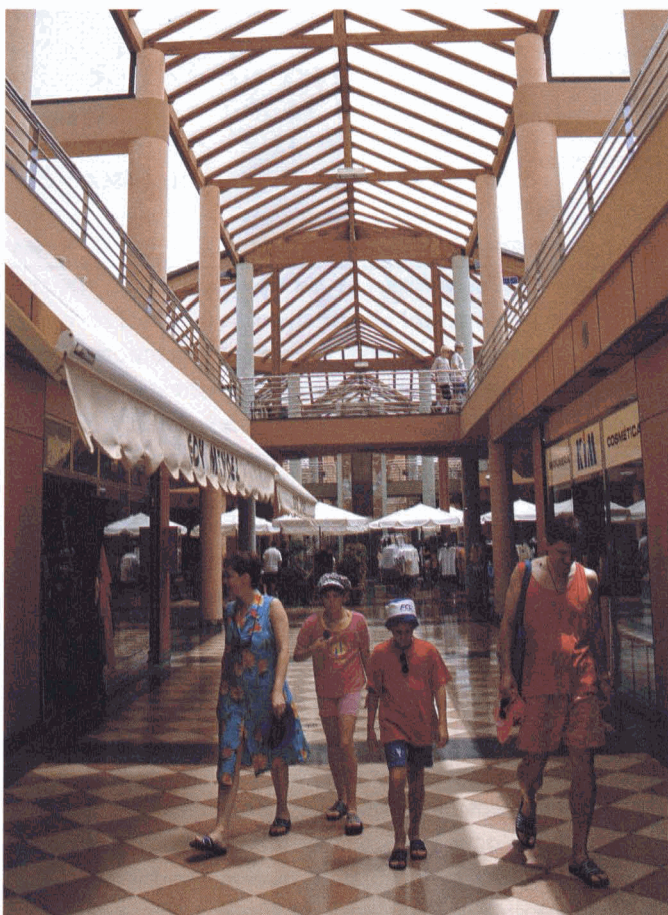
TABLA 13 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS ESPECIALIZADOS EN VEHÍCULOS Y MAQUINARIA E MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

FORMAS COMERCIALES MINORISTAS DE VEHÍCULOS Y MAQUINARIAS EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	GRAN CANARIA			ZONA TURÍSTICA		
	Nº	% VEHÍC.	% MINOR.	Nº	% VEHÍC.	% MINOR.
VEHÍCULOS TERRESTRES	424	40,3	3,5	8	61,5	0,7
ACCESORIOS Y RECAMBIOS DE VEHÍCULOS	303	28,8	2,5	1	7,7	0,1
VEHÍCULOS FLUVIALES Y MARÍTIMOS	37	3,5	0,3	1	7,7	0,1
TODA CLASE DE MAQUINARIA	230	21,9	1,9	3	23,1	0,3
COMERCIO MENOR CUBIERTAS PARA VEHÍCULOS	57	5,4	0,5	0	0,0	0,0
TOTALES MINORISTAS VEHÍCULOS Y MAQUINARIA	1.051	100,0	8,6	13	100,0	1,2
TOTALES MINORISTAS	12.190		100,0	1.088		100,0

FUENTE: *Censo del IAE (1999)*, COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

4.6.- COMERCIO MINORISTA ESPECIALIZADO EN OTROS PRODUCTOS.

En este apartado se presentan establecimientos muy diferentes que registran comportamientos diversos. Los más destacados en la zona turística son las joyerías, que suponen el 31,6%, frente a tan sólo el 13,9% en Gran Canaria. El motivo de esta extraordinaria presencia es, como ya ha sido comentado, el tipo de demanda que está presente en las zonas turísticas, dirigida sobre todo a la compra de artículos de regalo y de consumo esporádico, propias de personas con un poder adquisitivo medio o elevado. También está relacionada con la baja fiscalidad de estos productos en Canarias, por lo que pueden existir importantes diferencias de precios con respecto a sus países de origen.



Vista interior del Centro Comercial Varadero construido en 1998, presenta una oferta comercial de mayor calidad.

La estructura comercial especializada propia de este apartado en Maspalomas Costa Canaria se caracteriza por el predominio de los productos relacionados con el ocio y tiempo libre: prensa, revistas y libros, artículos deportivos, juguetes, armas, aparatos fotográficos, gafas y aparatos ópticos, etc.

TABLA 14 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS ESPECIALIZADOS EN OTROS PRODUCTOS DE MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

OTRAS FORMAS COMERCIALES MINORISTAS ESPECIALIZADAS EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	GRAN CANARIA			ZONA TURÍSTICA		
	Nº	% OTROS.	% MINOR.	Nº	% OTROS.	% MINOR.
COMBUSTIBLES TODAS CLASES	7	0,3	0,1	0	0,0	0,0
GASES COMBUSTIBLES	63	2,8	0,5	0	0,0	0,0
CARBURANTES Y ACEITES VEHICULOS	146	6,5	1,2	4	2,1	0,4
BIENES USADOS USO DOMÉSTICO	7	0,3	0,1	0	0,0	0,0
INSTRUMENTOS MUSICALES, ACCESORIOS	19	0,8	0,2	0	0,0	0,0
SELLOS, MONEDAS, MEDALLAS, COLECCIONES	16	0,7	0,1	2	1,1	0,2
MUEBLES Y MÁQUINAS DE OFICINA	307	13,6	2,5	8	4,3	0,7
APARATOS MÉDICOS, ORTOPÉDICOS	232	10,3	1,9	27	14,4	2,5
LIBROS, PERIÓDICOS, REVISTAS.	419	18,6	3,4	39	20,9	3,6
ARTÍCULOS DE JOYERÍA, RELOJERÍA, BISUTERÍA	314	13,9	2,6	59	31,6	5,4
JUGUETES, ARTÍCULOS DE DEPORTE, ARMAS	315	14,0	2,6	31	16,6	2,8
SEMILLAS, ABONOS, FLORES, PLANTAS	360	16,0	3,0	10	5,3	0,9
"SEX-SHOP"	11	0,5	0,1	4	2,1	0,4
OTROS PRODUCTOS NO ESPECIFICADOS	41	1,8	0,3	3	1,6	0,3
TOTALES OTRAS FORMAS ESPECIALIZADAS	2.257	100,0	18,5	187	100,0	17,2
TOTALES MINORISTAS	12.190		100,0	1.088		100,0

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

4.7.- COMERCIO MIXTO MINORISTA.

Se observa que en las zonas turísticas, el comercio mixto se desarrolla por encima de las posibilidades que tendría en un tejido residencial permanente. Entre las razones principales está la escasa movilidad del turista, que precisa de establecimientos cercanos en los que satisfacer el mayor número de necesidades de compra dado que no tiene coche, desconoce el territorio y no quiere perder el tiempo en grandes desplazamientos. De todas formas, el número puede estar un tanto sobredimensionado, pues, si bien es correcto encuadrar dentro de esta categoría a los establecimientos que aparecen en ella, en realidad sería más efectivo para nuestro análisis que estuviesen en sus respectivos apartados, como en el caso de los *supermercados* e *hipermercados* (que a pesar de su amplio surtido de productos, debería considerarse ante todo un mixto de alimentación) o en los aparatos electrónicos o los textiles en bazares regentados por hindúes, marroquíes, mauritanos, libaneses, etc.



Comercio mixto en bazares en la fachada del Shopping Center Tropical, centro comercial de tamaño pequeño abierto al público en el año 1998.

Una buena parte de los establecimientos que comparten este apartado son *bazares de productos de playa* que pueden combinar con un amplio surtido de productos como alimentación, souvenirs, prensa, etc. que se han convertido en una oferta comercial característica de las zonas turísticas.

TABLA 15 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS EN COMERCIO MIXTO DE MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

FORMAS COMERCIALES MINORISTAS DE COMERCIO MIXTO EN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE	GRAN CANARIA			ZONA TURÍSTICA		
	Nº	% MIXTO	% MINOR.	Nº	% MIXTO	% MINOR.
GRANDES ALMACENES	8	0,5	0,1	0	0,0	0,0
ALMACENES POPULARES	6	0,4	0,0	0	0,0	0,0
EN ECONOMATOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO	6	0,4	0,0	0	0,0	0,0
TODA CLASE DE ARTÍCULOS EN OTROS LOCALES	1.572	98,7	12,9	209	100,0	19,2
TOTALES COMERCIO MIXTO	1.592	100,0	13,1	209	100,0	19,2
TOTALES MINORISTAS	12.190		100,0	1.088		100,0

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

4.8.- COMERCIO MINORISTA SIN ESTABLECIMIENTO Y REPARACIONES.

El comercio minorista sin establecimiento presenta una serie de particularidades. En el caso del *comercio ambulante*, los comerciantes suelen estar registrados para el pago del impuesto normalmente en el municipio en el que residen, pero pueden ejercer su actividad tanto en el mercadillo que con periodicidad semanal se celebra en su municipio, como en los del resto de la Isla. Así mismo, pueden instalarse en entidades alejadas que carezcan de infraestructura comercial, por lo cual no se tiene la certeza de que los inscritos en este municipio sean todos los que realmente operan en él. Seguramente, también asistirán a los mercadillos, o se establecerán en puestos aislados, los vendedores ambulantes de municipios vecinos o alejados.

TABLA 16 - COMPARATIVA ENTRE LA ESTRUCTURA COMERCIAL DE DETALLISTAS SIN ESTABLECIMIENTO Y REPARACIONES DE MASPALOMAS COSTA CANARIA Y GRAN CANARIA (1999).

FORMAS COMERCIALES MINORISTAS SIN ESTABLECIMIENTO Y REPARACIONES	SAN BARTOLOMÉ		GRAN CANARIA	
	Nº	%	Nº	%
PRODUCTOS ALIMENTICIOS SIN ESTABLECIMIENTO	15	7,9	528	36,9
TEXTILES Y CONFECCIONES SIN ESTABLECIMIENTO	61	32,1	269	18,8
CALZADO SIN ESTABLECIMIENTO	29	15,3	67	4,7
DROGUERÍA SIN ESTABLECIMIENTO	9	4,7	41	2,9
OTRAS MERCANCIAS SIN ESTABLECIM.	76	40,0	526	36,8
TOTALES COMERCIO AMBULANTE	190	100,0	1.431	100,0
AUTOVENTA DE MÚSICA GRABADA EN EXPOSITORES	2	0,5	4	0,2
TABACO EN MÁQUINAS AUTOMÁTICAS	289	75,5	1.881	88,1
PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS EN MÁQUINAS	79	20,6	226	10,6
ARTÍCULOS DIVERSOS EN MÁQUINAS	13	3,4	23	1,1
TOTALES VENTA EN MÁQUINAS	383	100,0	2.134	100,0
POR CORREO O CATÁLOGO	2	100,0	20	100,0
REPARACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS	5	5,9	174	9,6
REPARACIÓN DE AUTOMÓVILES Y BICICLETAS	49	57,6	1.060	58,6
REPARACIÓN DE OTROS BIENES DE CONSUMO NO ESPECIFICADOS	6	7,1	166	9,2
REPARACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL	4	4,7	153	8,5
OTRAS REPARACIONES NO ESPECIFICADAS	21	24,7	257	14,2
TOTALES REPARACIONES	85	100,0	1.810	100,0

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

El *comercio ambulante* presenta un comportamiento parecido al del comercio minorista en establecimiento permanente, ya que para Gran Canaria vuelven a destacar los dedicados a *productos alimenticios*, mientras que para San Bartolomé priman los dedicados a *textiles y confección*, seguido por el *calzado*, aunque para ambos el apartado correspondiente a *otras mercancías* también ocupa un lugar predominante. Vemos, no obstante, que la importancia de este tipo de comercio en San Bartolomé de Tirajana es superior a la que se registra en el resto de Gran Canaria, ya que los mercadillos presentan un gran atractivo turístico con gran poder de convocatoria.

En el apartado de venta en *máquinas expendedoras*, el comportamiento es similar en los dos ámbitos geográficos. *El tabaco* ocupa el lugar predominante, pero hay que destacar el elevado porcentaje que tienen los *productos alimenticios* en San Bartolomé de Tirajana. Este hecho está en relación directa con los hábitos de consumo alimentario de los turistas, pero también con el "paquete turístico" que se les vende (media pensión con derecho a desayuno y/o cena o almuerzo), por lo que muchas veces sustituyen una de las comidas principales por un "tentempie". Esto es expresión del modelo turístico de masas de bajo poder adquisitivo que caracteriza a buena parte del destino turístico Maspalomas Costa Canaria.

De la *venta por correo y catálogo* sólo podemos comentar el escaso número de empresas representadas. En relación con la *venta por correo* se ha de considerar que las sedes se encuentran registradas en la Península. La *venta por catálogo* es propia de ámbitos urbanos con población estable, no de zonas turísticas con población transeúnte.

En cuanto a las *reparaciones*, el mayor número de empresas para ambas zonas, más de la mitad del total de las licencias, se dedican a la *reparación de automóviles y bicicletas*, seguida por *otras reparaciones*. Queda claro que este hecho, en la zona turística, está más relacionado con las economías de escala generadas por empresas turísticas que por el propio consumidor turístico, principalmente, de las dedicadas al alquiler de coches y bicicletas y hostelería en general, que generan una serie de controles y reparaciones de maquinaria industrial.

5.- ANÁLISIS TERRITORIAL. TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.

En el municipio de San Bartolomé de Tirajana, los establecimientos comerciales se pueden localizar: a lo largo de las calles, aprovechando los bajos de los edificios; en centros comerciales planificados; en el interior de los hoteles y en mercadillos o puestos ambulantes aislados.

El tipo de localización depende principalmente de si nos encontramos en la zona turística o en el resto del municipio, y también de la propia dedicación del establecimiento. Como es lógico, en las entidades de población más alejadas de la zona turística se suelen establecer en locales comerciales a pie de calle o en puestos ambulantes. En cambio, los cuatro tipos reseñados coexisten en la zona turística y en la urbanización residencial de San Fernando de Maspalomas. En Playa del Inglés se concentra la mayor densidad de comerciantes del municipio, que se ubican mayoritariamente en los centros comerciales planificados en cada uno de los planes parciales aprobados.

Por otro lado, el comportamiento es diferente si tratamos *formas comerciales mayoristas*, que tienden a localizarse a pie de calle y en zona no turística, que si hablamos de *formas comerciales minoristas*, ya que éstas últimas prefieren, por lo general, establecerse en centros comerciales en el tejido turístico y a pie de calle en el resto del municipio.

Con el objetivo de realizar observaciones más precisas, llevaremos a cabo un análisis territorial en función de dos variables, por un lado de las formas comerciales, mayoristas o minoristas, y por otro, del peculiar comportamiento de la zona turística.

5.1.- TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MAYORISTAS EN EL MUNICIPIO DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.

En la *tabla 17* se recogen las tipologías de localización en las entidades de población residente no turísticas, así como una serie de localizaciones desconocidas pero pertenecientes al municipio. Y en la *tabla 18* las referidas a Maspalomas Costa Canaria. Para establecer pautas generales de ubicación de empresas mayoristas en la zona turística o en el resto de entidades, observaremos la distribución del porcentaje referido a (S.B.) San Bartolomé de Tirajana en la *columna de totales* de ambas tablas y en la de *localizaciones desconocidas* de la *tabla 17*. Se comprueba así que el 60,5% de los establecimientos mayoristas prefiere ubicarse en las entidades no turísticas, frente al 35,3% que lo hace en Maspalomas Costa Canaria.

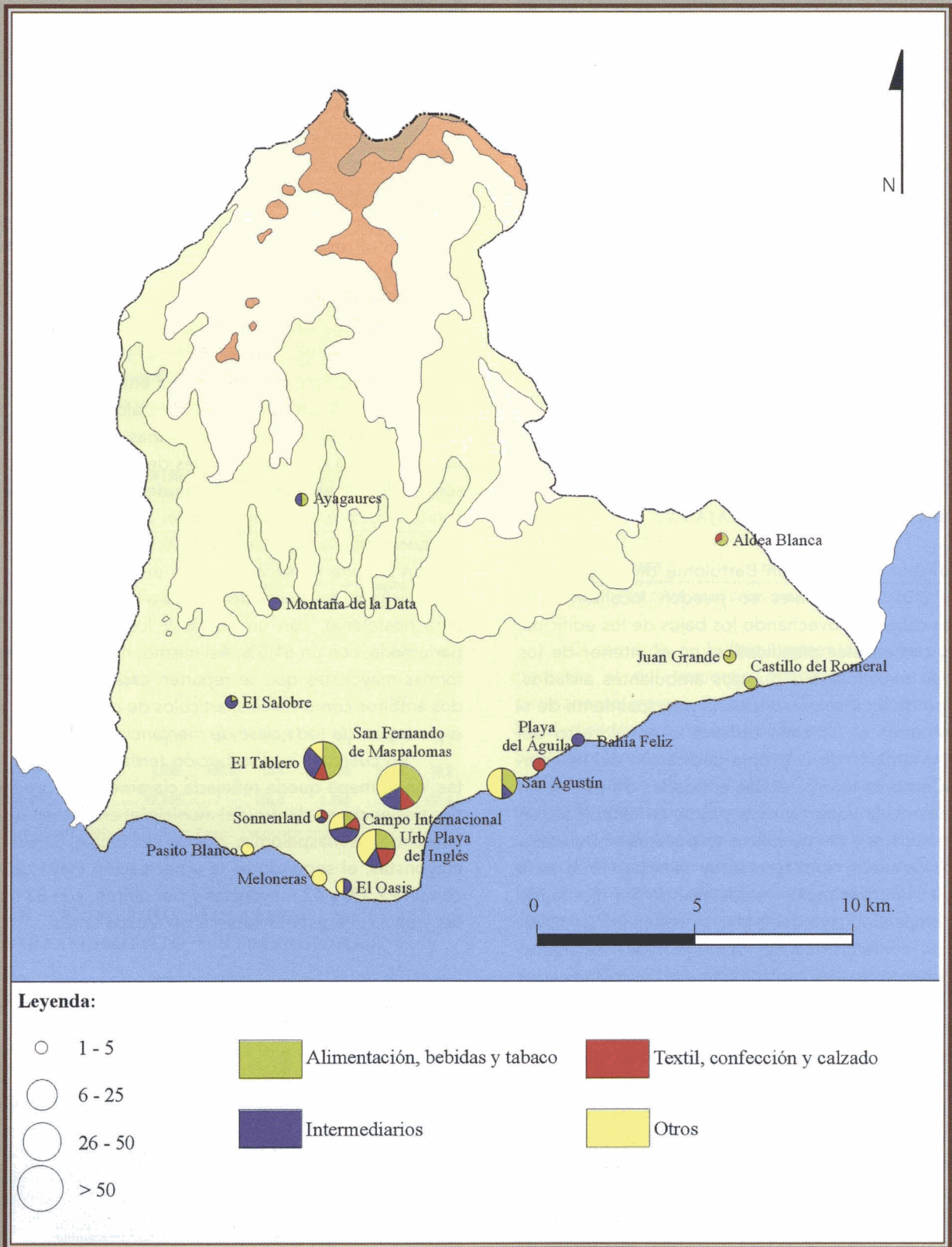
Si se analizan las distintas formas comerciales mayoristas, se observa que las entidades de población no turísticas son predominantes en mayoristas de *productos alimenticios* con un 73,9% e *intermediarios del comercio* con un 65%, y por encima de la media, con 53,3%, en *otra clase de productos*. En la zona turística destacan el *interindustrial excepto química* (principalmente dedicados a la venta de maquinaria para hostelería), con un 66,7% y los farmacéuticos y de perfumería, con un 61,5%. Así mismo, hay toda una serie de formas mayoristas que se reparten casi a medias entre los dos ámbitos como *textiles, artículos de consumo duradero y exportación de toda clase de mercancías*.

En cuanto a la *distribución territorial* de los mayoristas, en el *mapa* queda reflejada claramente la predilección por tres enclaves dentro del municipio; en primer lugar, San Fernando de Maspalomas, donde se ubica el 31,6% con 60 mayoristas, el segundo es la urbanización Playa del Inglés con un 22,1% y 42 mayoristas y por último, con 33 mayoristas y un 17,4% está El Tablero de Maspalomas.

Plaza central del C.C. Cita, claro ejemplo de los centros comerciales turísticos donde se combinan la oferta comercial con el ocio y la restauración.



ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.



FUENTE: IAE 1999.

En la zona no turística, como queda reflejada en la tabla 17, la mayor parte de los establecimientos comerciales se localiza a pie de calle, aunque en el caso de los artículos de consumo duradero, predomina la localización en Centros Comerciales.

En la zona turística, recogida en la tabla 18, se observa el mismo comportamiento, pero en este caso los productos farmacéuticos, perfumería y droguería se ubican en un 75% en los centros comerciales.

TABLA 17 - ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA DE LA ZONA NO TURÍSTICA DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA ATENDIENDO A LA TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN (1999).

FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS ATENDIENDO A TIPO DE LOCALIZACIÓN	EN ZONA NO TURÍSTICA										LOCALIZACIÓN DESCONOCIDA			TOTAL S.B.
	EN CALLE			EN CENTRO COMERCIAL			TOTALES				Nº	%	% S.B.	Nº
	Nº	%	% S.B.	Nº	%	% S.B.	Nº	% S.B.	% Calle	% C.C.				
MATERIAS PRIMAS AGRARIAS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACOS	42	45,2	60,9	9	40,9	13,0	51	73,9	82,4	17,6	3	37,5	4,3	69
PRODUCTOS TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO	8	8,6	34,8	4	18,2	17,4	12	52,2	66,7	33,3	0	0,0	0,0	23
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA, DROGUERÍA	5	5,4	38,5	0	0,0	0,0	5	38,5	100,0	0,0	0	0,0	0,0	13
ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO	4	4,3	21,1	5	22,7	26,3	9	47,4	44,4	55,6	0	0,0	0,0	19
INTERINDUSTRIAL DE LA MINERÍA Y QUÍMICA	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	1	12,5	100,0	1
INTERINDUSTRIAL EXCEPTO QUÍMICA	2	2,2	33,3	0	0,0	0,0	2	33,3	100,0	0,0	0	0,0	0,0	6
EXPORTACIÓN TODA CLASE MERCANCÍAS	1	1,1	50,0	0	0,0	0,0	1	50,0	100,0	0,0	0	0,0	0,0	2
OTROS PRODUCTOS	6	6,5	40,0	2	9,1	13,3	8	53,3	75,0	25,0	2	25,0	13,3	15
PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN	1	1,1	50,0	0	0,0	0,0	1	50,0	100,0	0,0	1	12,5	50,0	2
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO	24	25,8	60,0	2	9,1	5,0	26	65,0	92,3	7,7	1	12,5	2,5	40
TOTALES	93	100,0	48,9	22	100,0	11,6	115	60,5	80,9	19,1	8	100,0	4,2	190

- % (Nº de cada forma comercial x 100/resultado suma de todas las formas comerciales). Por ejemplo: la forma mayorista de alimentación representa el 45,2% de las formas comerciales que se localizan en calle, en la zona no turística.

- % S.B. (Nº de cada forma comercial x 100/Nº de esa misma forma comercial en San Bartolomé). Ej: los mayoristas de alimentación de las entidades no turísticas que localizan sus establecimientos en la calle representan el 60,9% de los mayoristas de alimentación de San Bartolomé de Tirajana.

- En la columna de totales los % calle (Nº total de cada forma comercial x 100/Nº en calle de cada forma comercial). Ej: De los 51 mayoristas de alimentación que se localizan en entidades no turísticas, en calle se establecen el 82,4%, mientras que el 17,6% se establecen en Centros Comerciales.

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

TABLA 18 - ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA DE MASPALOMAS COSTA CANARIA ATENDIENDO A LA TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN (1999).

FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS ATENDIENDO A TIPO DE LOCALIZACIÓN	EN ZONA TURÍSTICA										TOTAL S.B.
	EN CALLE			EN CENTRO COMERCIAL			TOTALES				Nº
	Nº	%	% S.B.	Nº	%	% S.B.	Nº	% S.B.	% Calle	% C.C.	
MATERIAS PRIMAS AGRARIAS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACOS	12	24,5	17,4	3	16,7	4,3	15	21,7	80,0	20,0	69
PRODUCTOS TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO	8	16,3	34,8	3	16,7	13,0	11	47,8	72,7	27,3	23
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, PERFUMERÍA, DROGUERÍA	2	4,1	15,4	6	33,3	46,2	8	61,5	25,0	75,0	13
ARTÍCULOS DE CONSUMO DURADERO	9	18,4	47,4	1	5,6	5,3	10	52,6	90,0	10,0	19
INTERINDUSTRIAL DE LA MINERÍA Y QUÍMICA	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	1
INTERINDUSTRIAL EXCEPTO QUÍMICA	3	6,1	50,0	1	5,6	16,7	4	66,7	75,0	25,0	6
EXPORTACIÓN TODA CLASE MERCANCÍAS	1	2,0	50,0	0	0,0	0,0	1	50,0	100,0	0,0	2
OTROS PRODUCTOS	4	8,2	26,7	1	5,6	6,7	5	33,3	80,0	20,0	15
PRODUCTOS DE RECUPERACIÓN	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	2
INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO	10	20,4	25,0	3	16,7	7,5	13	32,5	76,9	23,1	40
TOTALES	49	100,0	25,8	18	100,0	9,5	67	35,3	73,1	26,9	190

- % (Nº de cada forma comercial x 100/resultado suma de todas las formas comerciales). Por ejemplo: la forma mayorista de alimentación representa el 24,5% de las formas comerciales que se localizan en calle, en la zona turística.

- % S.B. (Nº de cada forma comercial x 100/Nº de esa misma forma comercial en San Bartolomé). Ej: los mayoristas de alimentación de la zona turística que localizan sus establecimientos en la calle representan el 17,4% de los mayoristas de alimentación de San Bartolomé de Tirajana

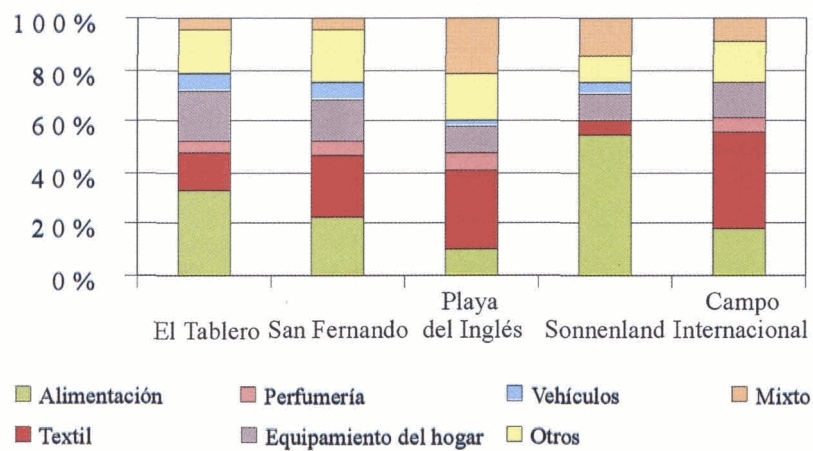
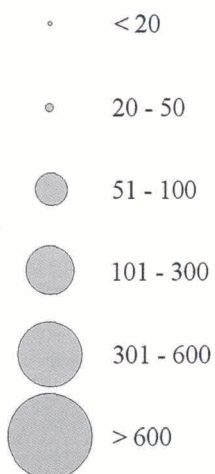
- En la columna de totales los % calle (Nº total de cada forma comercial x 100/Nº en calle de cada forma comercial). Ej: De los 15 mayoristas de alimentación que se localizan en la zona turística, en calle se establecen el 80%, mientras que el 20% se establecen en Centros Comerciales.

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.



Leyenda:



5.2.- TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DETALLISTAS EN EL MUNICIPIO DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.

En la zona turística se localiza territorialmente el 67,8% de la estructura comercial detallista. Dentro de ella destaca, sobre todo, la urbanización de Playa del Inglés, con el mayor número de establecimientos, 719; esta localización, por sí sola, se corresponde con el 43,8% del total, como queda reflejado de forma tan significativa en el mapa de minoristas. Le siguen con porcentajes más modestos las urbanizaciones de San Agustín, con 144 comercios detallistas (el 8,8%), Campo Internacional de Maspalomas, con 67 establecimientos (4,1%) y Faro de Maspalomas, con 60 detallistas (3,66%). El resto de urbanizaciones turísticas presenta una estructura detallista todavía más escasa, Meloneras con 36 establecimientos, Bahía Feliz con 25, Sonnenland con 20, Campo de Golf con 11 y, por último, Playa del Águila, con 6.

No obstante, si nos centramos en las distintas formas comerciales, existen dos excepciones a la regla de la preferente localización en zona turística. En primer lugar, los *especialistas de alimentación* que prefieren ubicarse en la zona no turística y representan el 69,4% del total, localizándose en las dos entidades con más población, San Fernando de Maspalomas con 51 establecimientos (38,1% del total de esta forma comercial) y El Tablero de Maspalomas con

17 establecimientos y un 12,7% del total. La segunda excepción se corresponde con los *concesionarios de vehículos y sus accesorios y establecimientos para la venta de maquinaria*, que tienden a localizarse también en las dos entidades no turísticas antes mencionadas, correspondiéndole el 48% a San Fernando y el 14% a El Tablero, el 2% restante se localiza en la entidad de Montaña de la Data.

El resto de formas comerciales mayoritariamente se encuentran situadas en Maspalomas Costa Canaria como puede apreciarse (observando la columna de totales) en la tabla 20 y al comparándola con la de la tabla 19.

La tipología de localización que prima en la zona no turística es en los bajos de edificios, a pie de calle, con porcentajes por encima del 70% (columna de totales), excepto en el caso de los *textiles, calzado y artículos de piel* que es algo inferior (61,9%).

En las urbanizaciones turísticas de Maspalomas Costa Canaria, los detallistas se concentran básicamente en los centros comerciales, excepto en dos tipos de actividad que prefieren la localización a pie de calle, como son los vehículos y sus accesorios (el 100%) y el mixto de alimentación (85,4%). La primera, debido a la facilidad de acceso necesaria en las maniobras de introducción y salida de los productos a la venta. Y la segunda, por la cercanía al consumidor y porque un centro comercial, dependiendo de su tamaño, no admite más que uno o dos locales de este tipo.

TABLA 19 - ESTRUCTURA COMERCIAL DETALLISTA DE LA ZONA NO TURÍSTICA DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA ATENDIENDO A LA TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN (1999).

FORMAS COMERCIALES MINORISTAS ATENDIENDO A TIPO DE LOCALIZACIÓN	EN ZONA NO TURÍSTICA										LOCALIZACIÓN DESCONOCIDA			TOTAL S.B.
	EN CALLE			EN CENTRO COMERCIAL			TOTALES							
	Nº	%	% S.B.	Nº	%	% S.B.	Nº	% S.B.	% Calle	% C.C.	Nº	%	% S.B.	Nº
ESPECIALIZADO EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	68	18,3	50,7	25	20,0	18,7	93	69,4	73,1	26,9	1	3,1	0,7	134
MIXTO EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	31	8,4	18,2	4	3,2	2,4	35	20,6	88,6	11,4	12	37,5	7,1	170
TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL	65	17,5	14,1	40	32,0	8,7	105	22,8	61,9	38,1	3	9,4	0,7	461
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DROGUERÍA, PERFUMERÍA	20	5,4	20,4	8	6,4	8,2	28	28,6	71,4	28,6	0	0,0	0,0	98
ARTÍCULOS PARA EL EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	63	17,0	31,7	19	15,2	9,5	82	41,2	76,8	23,2	0	0,0	0,0	199
VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS	31	8,4	62,0	1	0,8	2,0	32	64,0	96,9	3,1	5	15,6	10,0	50
OTRO COMERCIO ESPECIALIZADO	69	18,6	23,8	26	20,8	9,0	95	32,8	72,6	27,4	6	18,8	2,1	290
COMERCIO MIXTO	24	6,5	10,0	2	1,6	0,8	26	10,8	92,3	7,7	5	15,6	2,1	240
TOTALES	371	100,0	22,6	125	100,0	7,6	496	30,2	74,8	25,2	32	100,0	1,9	1642

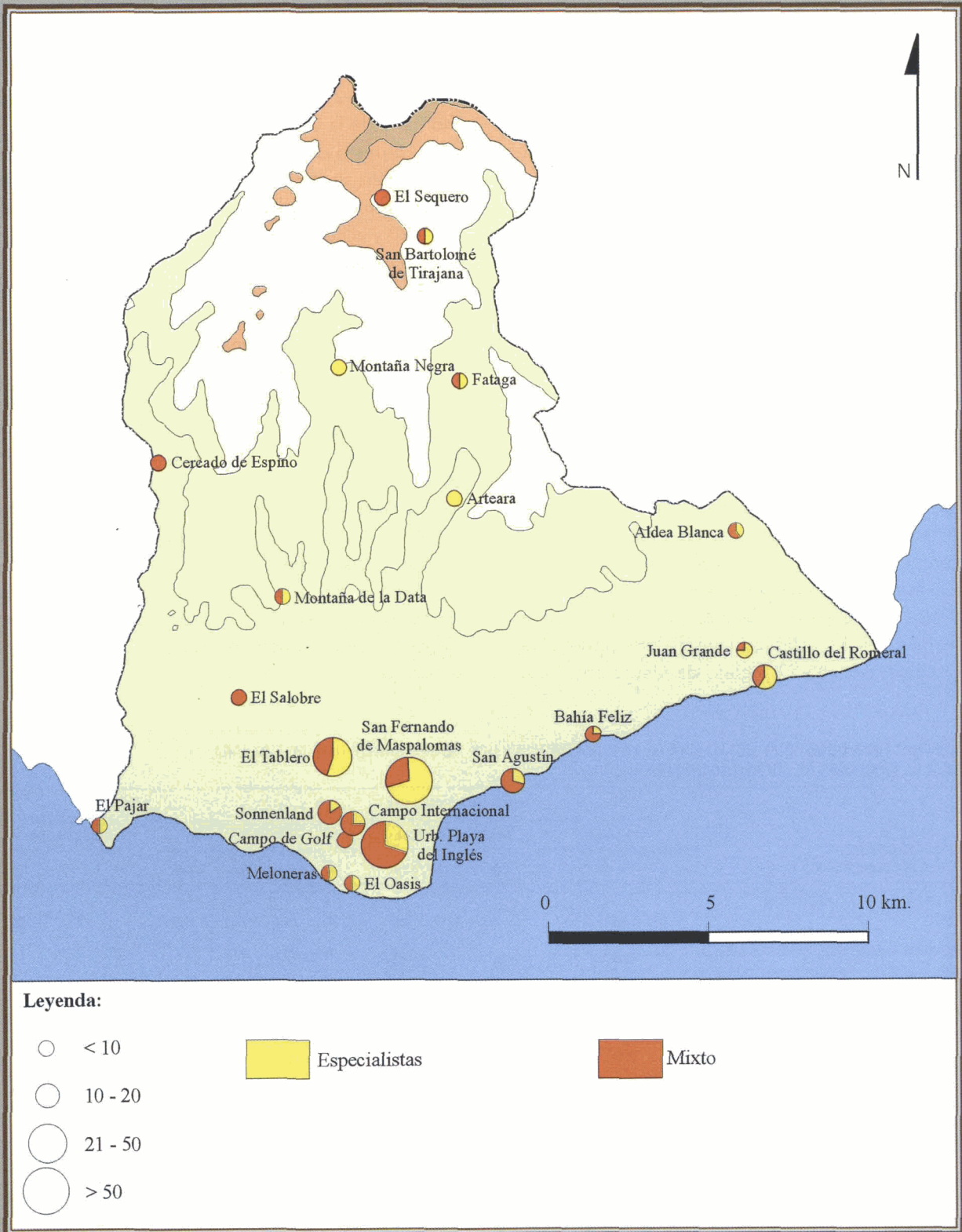
- % (Nº de cada forma comercial x 100/resultado suma de todas las formas comerciales). Por ejemplo: la forma minorista especializada de alimentación representa el 18,3% de las formas comerciales que se localizan en calle, en la zona no turística.

- % S.B. (Nº de cada forma comercial x 100/Nº de esa misma forma comercial en San Bartolomé). Ej: los minoristas especializados de alimentación de las entidades no turísticas que localizan sus establecimientos en la calle representan el 50,7% de los minoristas especializados de alimentación de San Bartolomé de Tirajana.

- En la columna de totales los % calle (Nº total de cada forma comercial x 100/Nº en calle de cada forma comercial). Ej: De los 93 minoristas especializados de alimentación que se localizan en entidades no turísticas, en calle se establecen el 73,1%, mientras que el 26,9% se establecen en Centros Comerciales.

FUENTE: *Censo del IAE (1999)*, COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA DE ALIMENTACIÓN DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.



FUENTE: IAE 1999.

TABLA 20 - ESTRUCTURA COMERCIAL DETALLISTA DE MASPALOMAS COSTA CANARIA ATENDIENDO A LA TIPOLOGÍA DE LOCALIZACIÓN (1999).

FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS ATENDIENDO A TIPO DE LOCALIZACIÓN	EN ZONA TURÍSTICA															TOTAL S.B. Nº
	EN CALLE			EN CENTRO COMERCIAL			EN HOTELES			TOTALES						
	Nº	%	% S.B.	Nº	%	% S.B.	Nº	%	% S.B.	Nº	% S.B.	% Calle	% C.C.	% HOT		
ESPECIALIZADO EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	15	3,8	11,2	24	3,7	17,9	1	1,5	0,7	40	29,9	37,5	60,0	2,5	134	
MIXTO EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	105	26,6	61,8	18	2,7	10,6	0	0,0	0,0	123	72,4	85,4	14,6	0,0	170	
TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL	60	15,2	13,0	264	40,3	57,3	29	44,6	6,3	353	76,6	17,0	74,8	8,2	461	
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DROGUERÍA, PERFUMERÍA	25	6,3	25,5	42	6,4	42,9	3	4,6	3,1	70	71,4	35,7	60,0	4,3	98	
ARTÍCULOS PARA EL EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	39	9,9	19,6	71	10,8	35,7	7	10,8	3,5	117	58,8	33,3	60,7	6,0	199	
VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS	13	3,3	26,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	13	26,0	100,0	0,0	0,0	50	
OTRO COMERCIO ESPECIALIZADO	69	17,5	23,8	106	16,2	36,6	14	21,5	4,8	189	65,2	36,5	56,1	7,4	290	
COMERCIO MIXTO	68	17,3	28,3	130	19,8	54,2	11	16,9	4,6	209	87,1	32,5	62,2	5,3	240	
TOTALES	394	100,0	24,0	655	100,0	39,9	65	100,0	4,0	1114	67,8	35,4	58,8	5,8	1642	

- % (Nº de cada forma comercial x 100/resultado suma de todas las formas comerciales). Por ejemplo: la forma minorista especializada de alimentación representa el 3,8% de las formas comerciales que se localizan en calle, en la zona turística.

- % S.B. (Nº de cada forma comercial x 100/Nº de esa misma forma comercial en San Bartolomé). Ej: los minoristas especializados de alimentación de la zona turística que localizan sus establecimientos en la calle representan el 11,2% de los minoristas especializados de alimentación de San Bartolomé de Tirajana

- En la columna de totales los % calle (Nº total de cada forma comercial x 100/Nº en calle de cada forma comercial). Ej: De los 40 minoristas especializados de alimentación que se localizan en la zona turística, en calle se establecen el 37,5%, mientras que el 60% se establecen en Centros Comerciales y el 2,5 en hoteles.

FUENTE: *Censo del IAE (1999)*, COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

6.- CENTROS COMERCIALES PLANIFICADOS EN MASPALOMAS COSTA CANARIA.

Dada la importancia de esta forma comercial en el municipio que ocupa nuestro análisis, hemos optado por tratarlos en este apartado de forma más profunda.

La Asociación Española de Centros Comerciales (A.E.C.C.) define a esta forma comercial como "el conjunto de establecimientos comerciales independientes, planificados y desarrollados por una o varias entidades, con criterio de unidad, cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionadas con su entorno, y que dispone permanentemente de una imagen y gestión unitaria".⁶ En el caso de los Centros Comerciales de la zona que nos ocupa hemos de señalar que, no en todos se da esta gestión unitaria, aunque sí el resto de las características de la definición.

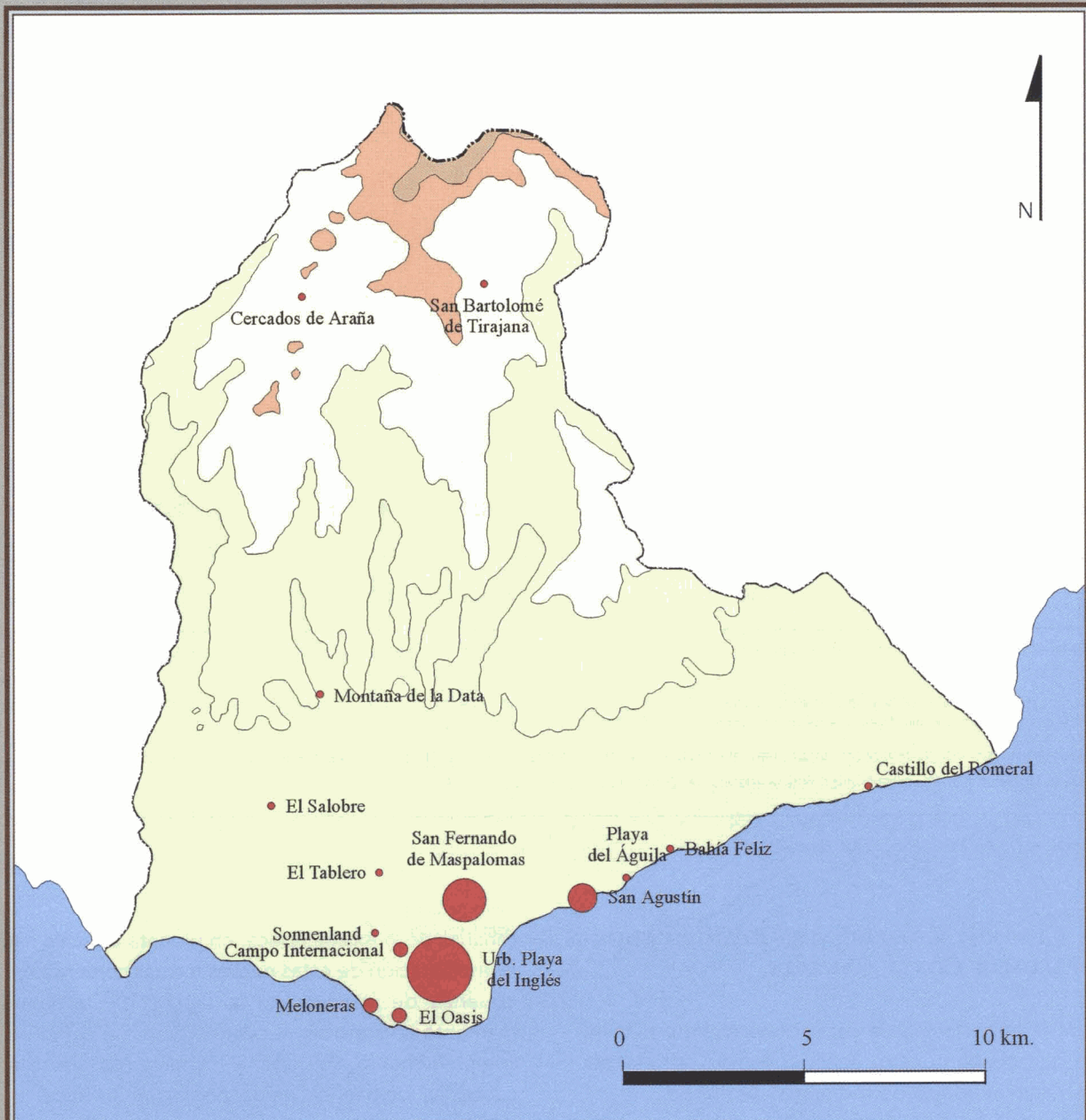
Como ya se ha señalado en otros apartados de este estudio, en la urbanización de Maspalomas Costa Canaria la dotación comercial fue planificada desde un principio para su implantación en Centros Comerciales, convirtiéndose así Gran Canaria, junto con otras urbanizaciones turísticas

canarias de la misma época, en pionera a escala nacional en la implantación de estas nuevas formas comerciales. (Véanse los años de apertura en la tabla 21). Desde un primer momento se concibió el centro comercial como un espacio complementario de ocio y restauración, necesario para cubrir las demandas de la población turística, de ahí su relevante papel en la estructura comercial minorista de la zona y el elevado número actual de centros, principalmente de pequeño tamaño. La siguiente cita viene a corroborar lo dicho anteriormente "los centros comerciales tuvieron un mayor desarrollo inicial en Canarias que en el resto de España. Estas fórmulas comerciales, que comenzaron a implantarse en las Islas a principio de la década de los setenta, se localizaron inicialmente en las zonas turísticas, agrupando actividades comerciales y de servicios orientadas específicamente a la población no residente".⁷

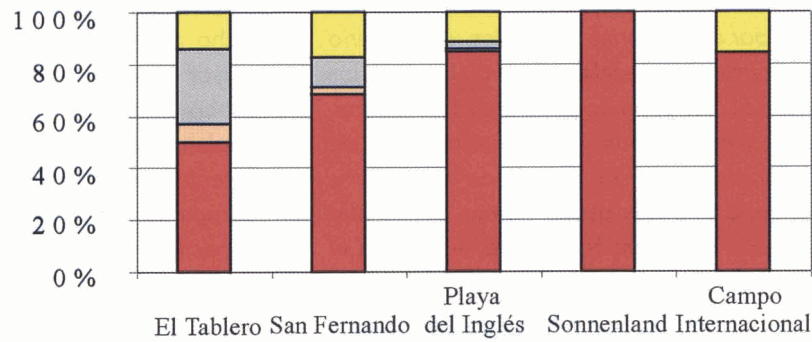
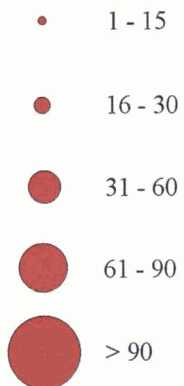
6 - A.E.C.C. (Asociación Española de Centros Comerciales) (1998): *Directorio 1998 de Centros Comerciales de España*, Ed. A.E.C.C., Madrid, p. 49.

7 - Rodríguez Díaz, M. y García Falcón, J.M. (1998): "Los centros comerciales en Canarias", en *El Comercio minorista en Canarias*, Ed. Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias, FYDE (Fundación Formación y Desarrollo Empresarial de la Caja de Canarias) y IUDE (Instituto Universitario de la Empresa Universidad de La Laguna), Santa Cruz de Tenerife, p. 164.

ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA DE TEXTIL, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.



Leyenda:

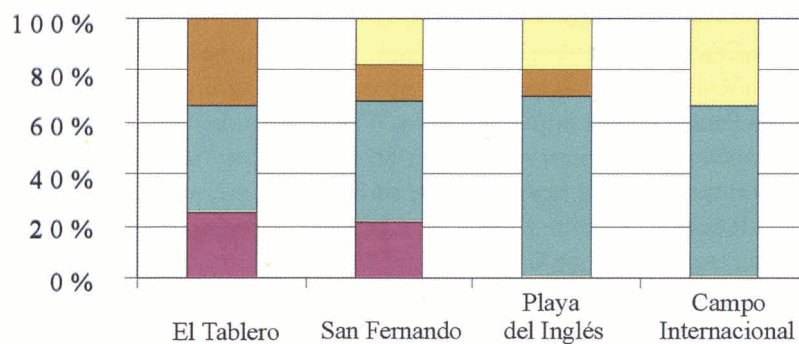


ESTRUCTURA COMERCIAL MINORISTA DE EQUIPAMIENTO DEL HOGAR DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA.



Leyenda:

- 1 - 10
- 11 - 20
- 21 - 30



FUENTE: IAE 1999.

TABLA 21 - CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS CENTROS COMERCIALES DEL MUNICIPIO DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA (2000).

CENTROS COMERCIALES	CAT.	TIPO	AÑO DE APERT.	SUP. CONS.	SBA	PLANTAS	Nº LOCAL.	LOC. COM.▼	LOC. OCIO	TRAB. GER.	TRAB. TIEN.	TRAB. SERV.	AFLUENCIA	PTO. CARGAS	PTO. PUBLIC.
SAN FERNANDO	GC	Urbano	1981	14800	3050	3	102	65	37	6	245	1	3600000★		
BELLAVISTA	PE	Semiurbano	1997	21140	10578	4	19	12	7	1	125	8			
SAN AGUSTÍN ►	GR	Urbano	AÑOS 70		27600	6		98							
MORRO BESUDO ►	GC	Urbano	AÑOS 75-80		450	2		1							
SHOPPING CENTER TROPICAL	PE	Urbano	1998	12000	7000	3	70	5	65	2	150	6	5000000★	12000000★	
EL VERIL ►	GC	Urbano	AÑOS 70		950	1		4							
ÁGUILA ROJA ►	GC	Urbano	1973		2400	2		10							
METRO ►	PE	Urbano	AÑOS 75-80		8642	3		45							
KASBAH	PE	Urbano	1969	8604	4264	3	80	47	33	1	250	14	3500000●	1000000★	
PLAZA MASPALOMAS	PE	Urbano	1988	10710	6370	4	72	53	19	2	234	13	5500000★	2000000★	
GRAN CHAPARRAL	PE	Urbano	1976	11356	9085	1	60	23	37	4	87	2	1825000★	18600000★	230000★
JARDÍN DEL SOL ►	GC	Urbano	AÑOS 75-80		400	1		4							
LA SANDÍA ►	GC	Urbano	1973		3000	3		8							
CITA	GR	Urbano	1974 AMPL1993	34700	24280	2	329	136	193	27	950		7500000★	138000000★	10000000★
YUMBO CENTRUM	GR	Urbano	1982	37330	20000	4	220	97	123	22	980				
FARO 2	PE	Urbano	1989	25790	6472	3	73	45	28	11	250	20	2500000●	111000000●	16000000●
OASIS ►	GC	Urbano	AÑOS 75-80		2000	2		15							
VARADERO	PE	Urbano	1998	12000	8000	3	92	28	64	2	110	7	92000000●	8000000●	

► Todos los datos de estas filas son recogidos del Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias de 1982

▼ Todos los datos de esta columna están recogidos del Censo del IAE (1999).

★ Los datos de Afluencia de Visitantes están estimados para el año 1997 y los Presupuestos de Cargas Comunes y Publicidad para el año 1998.

● Los datos de Afluencia de Visitantes están estimados para el año 1999 y los Presupuestos de Cargas Comunes y Publicidad para el año 2000.

(CAT.) Categoría del Centro Comercial.

(SUP. CONS.) Superficie construida.

(SBA) Superficie Bruta Alquilable.

(LOC. COM.) Locales dedicados a actividad comercial.

(LOC. OCIO) Locales dedicados a ocio y restauración.

(TRAB. GER.) Nº de Trabajadores en la gerencia del C.C.

(TRAB. TIEN.) Nº de Trabajadores en tiendas

(TRAB. SERV.) Nº de Trabajadores en servicios de mantenimiento y funcionamiento del C.C.

(AFLUENCIA) Afluencia de visitantes por año.

(PTO. CARGAS) Presupuesto de cargas comunes.

(PTO. PUBLIC.) Presupuesto para Publicidad por año.

FUENTES: AECC (2000): *Directorio 2000 de los Centros Comerciales de España*; Junta de Canarias e IRESCO (1982): *Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias*. y COCIN de Las Palmas (1999): *Censo del IAE*. Elaboración propia.

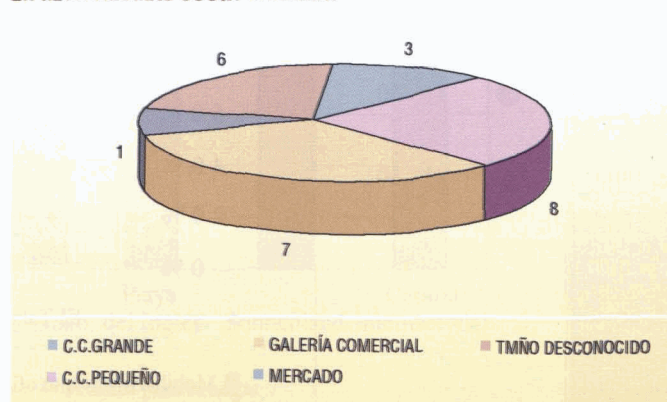
Pero no todos los centros comerciales poseen las mismas características, por lo que basándonos en la clasificación establecida por la A.E.C.C. podemos establecer las siguientes categorías y tipos de Centros Comerciales. En función del tamaño de sus superficies se distinguen las siguientes categorías:

- Centro Comercial Regional (RE), de más de 40.000 m² de Superficie Bruta Alquilable (SBA).
- Centro Comercial Grande (GR) entre 15.001 m² y 40.000 m² SBA.
- Centro Comercial Pequeño (PE) entre 4.001 m² y 15.000 m² de SBA.
- Galería Comercial Urbana (GC) de hasta 4.000 m² de SBA.
- Mercados (ME) Tendrán carácter y categoría propia cuando, reuniendo la condición de Centro Comercial, al menos la mayoría de sus unidades en explotación sean de alimentación y sin límite máximo de superficie.

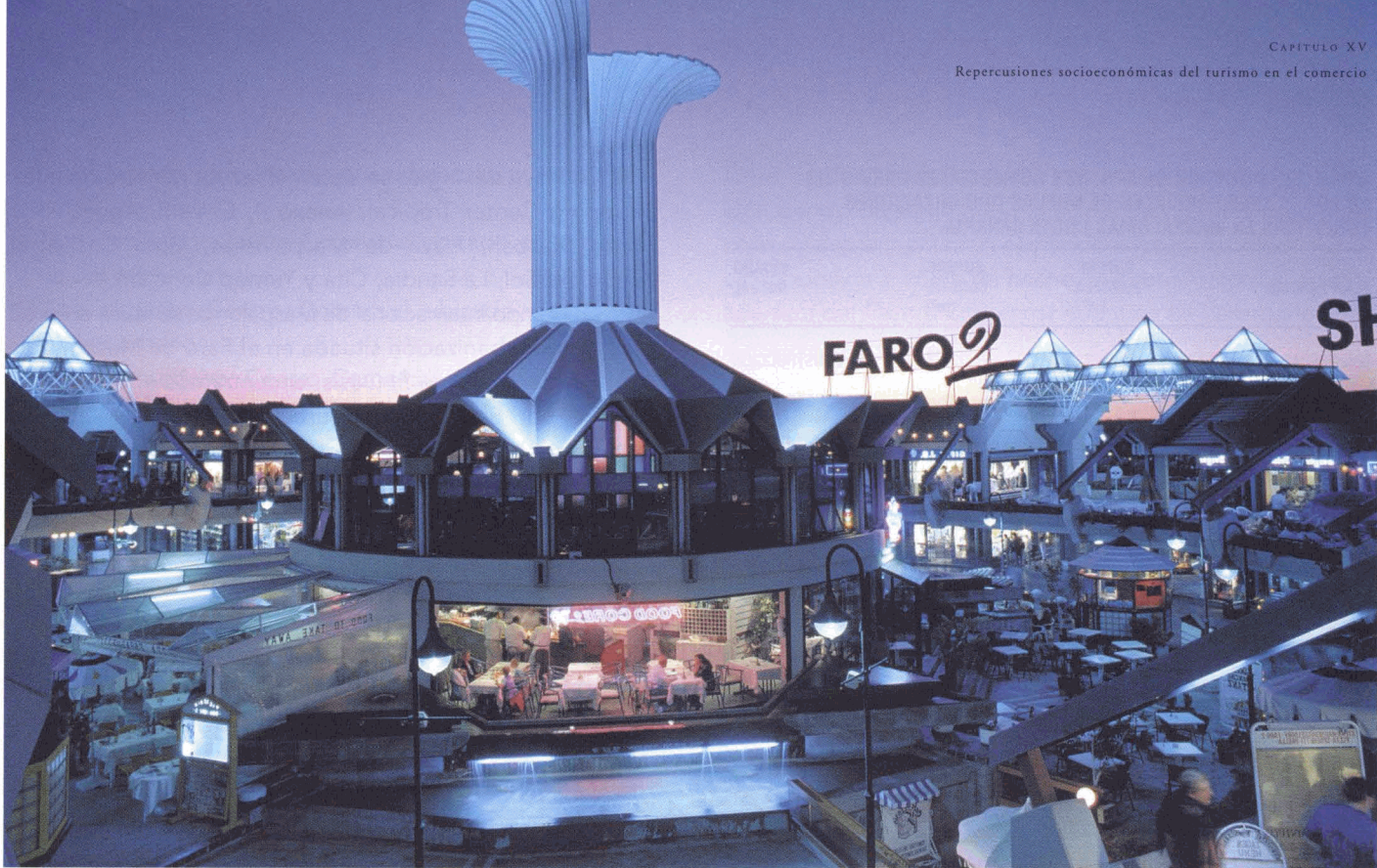
En Maspalomas Costa Canaria la distribución de estas categorías es la recogida en el gráfico 1. Se observa el predominio de los centros comerciales de tamaño medio y pequeño (C.C. pequeños y galerías comerciales) frente a

los de gran tamaño. Así mismo hemos recogido 6 centros de los cuales no tenemos datos de su superficie, pero que se encontrarían dentro de la primera categoría (C.C. pequeños y galerías comerciales).

Gráfico 1
CATEGORÍAS DE CENTROS COMERCIALES EN MASPALOMAS COSTA CANARIA.



FUENTE: AECC (2000): *Directorio 2000 de Centros Comerciales de España* y Junta de Canarias e IRESCO (1982): *Censo de Establecimientos Comerciales de Canarias*.



Panorámica del C.C. Faro 2 construido a finales de los años 80 con una peculiar estructura arquitectónica de planta circular.

En función de la localización urbana, se pueden clasificar en:

- Tipo Periférico: Centro Comercial ubicado en la periferia del núcleo urbano.
- Tipo Urbano: Centro Comercial ubicado dentro del núcleo urbano.
- Tipo Semiurbano: Centro Comercial próximo al núcleo urbano.

En Maspalomas Costa Canaria los centros comerciales están insertos en el tejido urbano, la única excepción puede ser el C.C. Bellavista, clasificado como semiurbano, al estar en fase de consolidación la urbanización sobre la que se asienta.

El modelo de centro comercial planificado para las urbanizaciones turísticas nada tiene que ver con el modelo de centro comercial que se comenzó a implantar en la década de los noventa en la Comunidad Autónoma Canaria (Rodríguez Díaz y García Falcón, 1998; 172-173). De hecho, los primeros "no generaron traumas significativos en la estructura empresarial del comercio existente" en el resto del territorio grancanario. En cambio, la instalación de centros comerciales regionales y grandes, tanto en zonas urbanas (Las Arenas, La Ballena e Hiperpor) como en la periferia de los mayores núcleos de población (Alcampo, Hiperdino, Atlántico), fundamentados en hipermercados proyectados y planificados con el fin de abastecer a la población residente, sí han colisionado directamente con los intereses de los pequeños y medianos comerciantes instalados en Canarias.

En Maspalomas Costa Canaria encontramos este tipo de forma comercial muy distribuida entre las diferentes urbanizaciones turísticas y también en la zona residencial de San Fernando. Ahora bien, el Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana ha asumido una política de no implantación dentro de su ámbito municipal de grandes superficies comerciales alimentarias, cediendo a los municipios vecinos esa posibilidad, como de hecho ha ocurrido con la reciente apertura del Centro Comercial Atlántico de Vecindario en el municipio de Santa Lucía de Tirajana. Esta política se debe a la alta rentabilidad del uso turístico de alojamiento. Por otro lado, convendría llamar la atención sobre la dimensión del nuevo Centro Comercial de Vecindario, puesto que ésta está justificada tanto por la potencial clientela de su propio municipio, como por los consumidores turísticos y residentes de Maspalomas Costa Canaria.

Lo que sí prevé la ordenación urbana de San Bartolomé de Tirajana es la futura dotación, dentro del área de San Fernando, de una zona (Urbanización Bellavista) en la que se propicie la instalación de Centros Comerciales de tamaño medio, con el fin de dar respuesta a las demandas de su creciente población residente, así como nuevas dotaciones de suelo para uso comercial en las nuevas urbanizaciones turísticas en construcción o en proyecto de construcción, pero siempre dentro del modelo de tamaño pequeño-medio.⁸

8 - Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana (1999): *Memoria del Plan General de Ordenación Urbana de San Bartolomé de Tirajana*. Ed. Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, San Bartolomé de Tirajana; pp. 50-51.

TABLA 22 - DOTACIÓN DE CENTROS COMERCIALES PREVISTOS EN LOS PLANES PARCIALES DE NUEVAS URBANIZACIONES TURÍSTICAS EN MASPALOMAS COSTA CANARIA.

PLAN PARCIAL	SUPERF. PARCELA (m ²)	SUPERF. CONSTR. (m ²)	ESTADO ACTUAL
MELONERAS 2A SECTOR I	29272	23416	EN CONSTRUCCIÓN
MELONERAS 2A SECTOR II	4000	3200	EN CONSTRUCCIÓN
MELONERAS 2A SECTOR II	3589	2871	EN CONSTRUCCIÓN
MELONERAS 2B	17790	14397	APROBADO
MELONERAS GOLF	28467	24197	APROBADO
EL HORNILLO 3C1	1000	2000	APROBADO
EL HORNILLO 3A	3571	3571	APROBADO

FUENTE: Planes parciales, Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana. Elaboración propia.

Los datos recogidos en la tabla 23 sobre localización y composición comercial, para cada una de las urbanizaciones de Maspalomas Costa Canaria están referidos a los siguientes centros comerciales:

En San Fernando de Maspalomas están los siguientes: San Fernando, Bellavista, Nilo, Eurocenter, Botánico y Mercado Municipal de San Fernando.

En la urbanización Bahía Feliz se encuentra un solo centro comercial que toma su nombre de la propia urbanización.

En San Agustín hay dos centros comerciales San Agustín y Morro Besudo.

En Playa del Inglés se sitúan el mayor número de ellos: Shopping Center Tropical, Anexo II, El Veril, Águila Roja, Metro, Kasbah, Plaza de Maspalomas, Gran Chaparral, Jardín del Sol, La Sandía, Cita y Yumbo Centrum.

En Campo Internacional de Maspalomas se ubica el Faro2.

En la urbanización situada en el Faro de Maspalomas también denominada El Oasis, encontramos el Oasis.

Y por último, en la urbanización Las Meloneras tenemos el Varadero y Las Rotondas, éstas son "pequeñas zonas comerciales que a modo de hitos dotan las zonas verdes públicas de elementos de servicio"⁹.

6.1.- LOCALIZACIÓN Y COMPOSICIÓN COMERCIAL MAYORISTA Y MINORISTA, EN LOS CENTROS COMERCIALES DE MASPALOMAS COSTA CANARIA.

El número de establecimientos localizados en Centros Comerciales está recogido en la tabla 23 para cada una de las formas comerciales que podemos encontrar en cada urbanización y los respectivos porcentajes tienen dos lecturas: si tomamos en cuenta el conjunto de formas en cada urbanización o lo que representa cada forma comercial en el conjunto de Maspalomas Costa Canaria.

9 - Ayuntamiento de San Bartolomé De Tirajana (1987): Plan parcial de Meloneras 2A.

TABLA 23 - ESTRUCTURA COMERCIAL MAYORISTA Y MINORISTA LOCALIZADA EN CENTROS COMERCIALES DEL MUNICIPIO DE SAN BARTOLOMÉ DE TIRAJANA (1999).

FORMAS COMERCIALES MAYORISTAS Y MINORISTAS LOCALIZADAS EN CENTROS COMERCIALES	NO TURÍSTICA						URBANIZACIONES ZONA TURÍSTICA												TOTAL MASP. COSTA CANARIA			
	SAN FERNANDO			BAHÍA FELIZ			SAN AGUSTÍN			PLAYA DEL INGLÉS			CAMPO INTERNAC.			FARO DE MASPAL.				MELONERAS		
	Nº	%	MCC.	Nº	%	MCC.	Nº	%	MCC.	Nº	%	MCC.	Nº	%	MCC.	Nº	%	MCC.		Nº	%	MCC.
MAYORISTAS	22	15,0	55,0	0	0,0	0,0	2	2,0	5,0	13	2,7	32,5	2	4,4	5,0	0	0,0	0,0	1	3,2	2,5	40
ESPECIALIZADO EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	25	17,0	51,0	1	11,1	2,0	4	4,0	8,2	10	2,1	20,4	3	6,7	6,1	4	26,7	8,2	2	6,5	4,1	49
MIXTO EN PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO	4	2,7	18,2	0	0,0	0,0	3	3,0	13,6	11	2,3	50,0	1	2,2	4,5	2	13,3	9,1	1	3,2	4,5	22
TEXTILES, CONFECCIONES, CALZADO Y ARTÍCULOS DE PIEL	40	27,2	13,2	2	22,2	0,7	46	46,5	15,1	175	36,9	57,6	23	51,1	7,6	3	20,0	1,0	15	48,4	4,9	304
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DROGUERÍA, PERFUMERÍA	8	5,4	16,0	1	11,1	2,0	7	7,1	14,0	29	6,1	58,0	3	6,7	6,0	1	6,7	2,0	1	3,2	2,0	50
ARTÍCULOS PARA EL EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	19	12,9	21,1	4	44,4	4,4	10	10,1	11,1	48	10,1	53,3	5	11,1	5,6	2	13,3	2,2	2	6,5	2,2	90
VEHÍCULOS Y SUS ACCESORIOS	1	0,7	100,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	1
OTRO COMERCIO ESPECIALIZADO	26	17,7	19,7	1	11,1	0,8	13	13,1	9,8	80	16,9	60,6	6	13,3	4,5	1	6,7	0,8	5	16,1	3,8	132
COMERCIO MIXTO	2	1,4	1,5	0	0,0	0,0	14	14,1	10,6	108	22,8	81,8	2	4,4	1,5	2	13,3	1,5	4	12,9	3,0	132
TOTALES MAYORISTAS Y MINORISTAS	147	100,0	17,9	9	100,0	1,1	99	100,0	12,1	474	100,0	57,8	45	100,0	5,5	15	100,0	1,8	31	100,0	3,8	820
TOTALES MINORISTAS	125	16,0		9	1,2		97	12,4		461	59,1		43	5,5		15	1,9		30	3,8		780

- % (Nº de cada forma comercial x 100/resultado suma de todas las formas comerciales). Por ejemplo: la forma minorista especializada de alimentación representa el 17% de las formas comerciales que se localizan en San Fernando.

- % MCC. (Nº de cada forma comercial x 100/Nº de esa misma forma comercial en Maspalomas Costa Canaria). Ej: los minoristas especializados en alimentación que localizan sus establecimientos en Centros Comerciales en San Fernando representan el 51% de los minoristas especializados en alimentación de Maspalomas Costa Canaria.

FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

En función de la localización urbana, se pueden clasificar en:

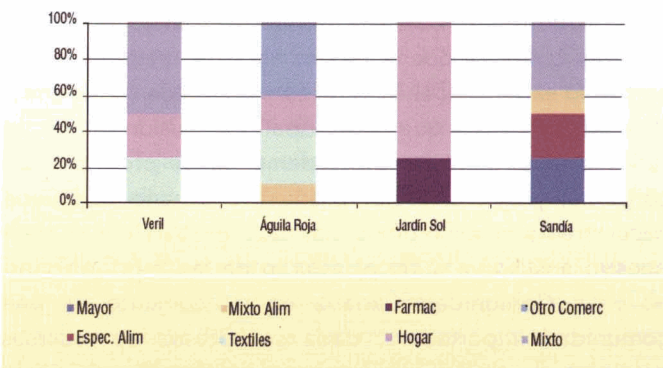
- Tipo Periférico: Centro Comercial ubicado en la periferia del núcleo urbano.
- Tipo Urbano: Centro Comercial ubicado dentro del núcleo urbano.
- Tipo Semiurbano: Centro Comercial próximo al núcleo urbano.

En Maspalomas Costa Canaria los centros comerciales están insertos en el tejido urbano, la única excepción puede ser el C.C. Bellavista, clasificado como semiurbano, al estar en fase de consolidación la urbanización sobre la que se asienta.

El modelo de centro comercial planificado para las urbanizaciones turísticas nada tiene que ver con el modelo de centro comercial que se comenzó a implantar en la década de los noventa en la Comunidad Autónoma Canaria (Rodríguez Díaz y García Falcón, 1998; 172-173). De hecho, los primeros "no generaron traumas significativos en la estructura empresarial del comercio existente" en el resto del territorio grancanario. En cambio, la instalación de centros comerciales regionales y grandes, tanto en zonas urbanas (Las Arenas, La Ballena e Hipercor) como en la periferia de los mayores núcleos de población (Alcampo, Hiperdino, Atlántico), fundamentados en hipermercados proyectados y planificados con el fin de abastecer a la población residente, sí han colisionado directamente con los intereses de los pequeños y medianos comerciantes instalados en Canarias.

En Maspalomas Costa Canaria encontramos este tipo de forma comercial muy distribuida entre las diferentes urbanizaciones turísticas y también en la zona residencial de San Fernando. Ahora bien, el Ayuntamiento de San Barto-

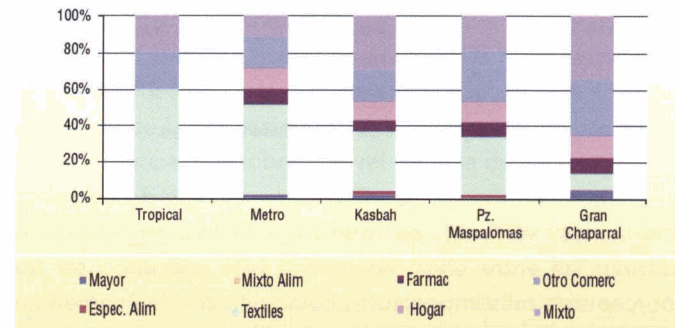
Gráfico 2
COMPOSICIÓN COMERCIAL DE LAS GALERÍAS COMERCIALES DE PLAYA DEL INGLÉS.



FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

lomé de Tirajana ha asumido una política de no implantación dentro de su ámbito municipal de grandes superficies comerciales alimentarias, cediendo a los municipios vecinos esa posibilidad, como de hecho ha ocurrido con la reciente apertura del Centro Comercial Atlántico de Vecindario en el

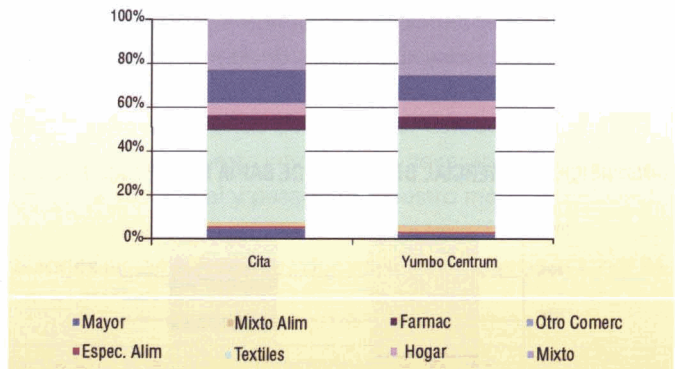
Gráfico 3
COMPOSICIÓN COMERCIAL DE LOS C.C. PEQUEÑOS DE PLAYA DEL INGLÉS.



FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

municipio de Santa Lucía de Tirajana. Esta política se debe a la alta rentabilidad del uso turístico de alojamiento. Por otro lado, convendría llamar la atención sobre la dimensión del nuevo Centro Comercial de Vecindario, puesto que ésta está justificada tanto por la potencial clientela de su propio municipio, como por los consumidores turísticos y residentes de Maspalomas Costa Canaria.

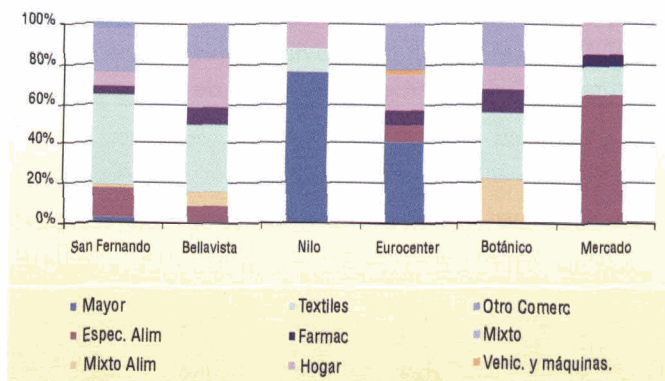
Gráfico 4
COMPOSICIÓN COMERCIAL DE LOS C.C. GRANDES DE PLAYA DEL INGLÉS.



FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

Lo que sí prevé la ordenación urbana de San Bartolomé de Tirajana es la futura dotación, dentro del área de San Fernando, de una zona (Urbanización Bellavista) en la que se propicie la instalación de Centros Comerciales de

Gráfico 5
COMPOSICIÓN COMERCIAL DE LOS C.C. DE SAN FERNANDO.

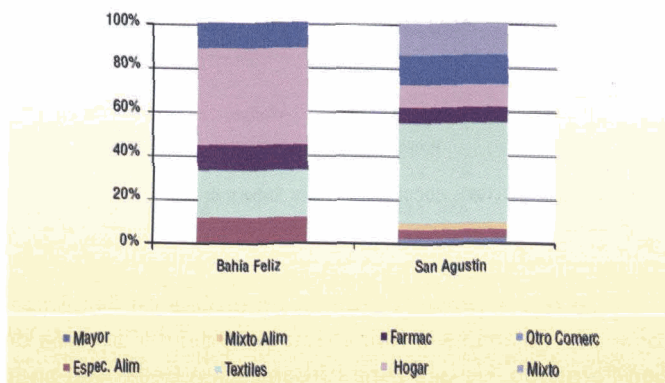


FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

Los centros de San Fernando son los de composición más variada, existiendo además significativas diferencias entre ellos. Así, en el Nilo y Eurocenter los porcentajes más importantes coinciden con los comercios mayoristas. Hay que destacar el hecho de que estos dos centros se localizan uno junto al otro en la vía principal de comunicación que separa San Fernando de Playa del Inglés, por lo que su ubicación es la óptima para suministrar, tanto al resto de los centros comerciales y establecimientos de venta, como a las empresas de Maspalomas Costa Canaria.

Los tres centros comerciales restantes, San Fernando, Bellavista y El Botánico, aunque presentan cuotas de participación diferentes, en su composición destacan los textiles, los especialistas o el comercio mixto de alimentación, el comercio especializado en otros productos, productos farmacéuticos de perfumería y droguería y el equipamiento del hogar. Por último, el Mercado Municipal presenta una estructura propia, como es lógico, basada en especialistas en productos alimenticios. Pero también presenta una serie de puestos dedicados a artículos de fuerte demanda turís-

Gráfico 6
COMPOSICIÓN COMERCIAL DE LOS C.C. DE BAHÍA FELIZ Y SAN AGUSTÍN

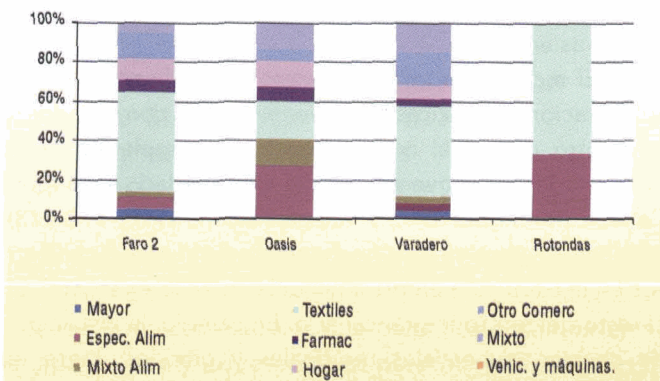


FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

tica, como son los de *perfumería, textiles, cerámicas y souvenirs*, debido principalmente a que al lado de sus instalaciones tiene lugar el mercadillo municipal, importante fuente de atracción turística.

El centro de Bahía Feliz presenta una composición muy parecida a las de los centros pequeños de Playa del Inglés, aunque con mayor porcentaje de los artículos de regalo que vienen a suplir al comercio mixto de la otra urbanización.

Gráfico 7
COMPOSICIÓN COMERCIAL DE LOS C.C. DE MASPALOMAS.



FUENTE: Censo del IAE (1999), COCIN de Las Palmas. Elaboración propia.

Los centros comerciales que se localizan en las distintas urbanizaciones de Maspalomas presentan composiciones comerciales basadas en el mismo tipo de tejido, aunque eso sí, sus porcentajes de representación varían bastante de un centro a otro. El C.C. Las Rotondas no responde a la tipología general de centro comercial, sino que en realidad se trata de varios establecimientos situados en hitos o nodos de circulación de los cuales ha tomado su denominación. Ésta última forma comercial está ubicada muy cerca del Centro Comercial Varadero, ofreciendo una oferta complementaria al mismo.

7.- REPERCUSIONES DEL TURISMO SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR DE GRAN CANARIA.

Dado que el objetivo de nuestro trabajo es reseñar las repercusiones que el sector turístico tiene sobre el comercio exterior, el análisis de éste no puede ser un análisis al uso, y puesto que la principal repercusión del sector turístico es el aumento de la demanda de productos de consumo, y que el sector productivo canario no puede hacer frente a esta demanda, la principal fuente para nuestro análisis va a ser el estudio de las importaciones.

La Comunidad Canaria en su conjunto es una comunidad importadora, dada su escasez de recursos naturales y energéticos y su escasa producción, especializada en unos pocos productos. Por esta razón, tradicional-

mente ha tenido una vocación de apertura al exterior, principalmente orientada a la importación para cubrir las necesidades y permitir el desarrollo de la región.

Antes de la integración de Canarias al Mercado Común Europeo, el régimen especial de Comercio Exterior del que gozaban las Islas basado en los Puertos Francos¹⁰ permitía la importación de bienes y productos procedentes de cualquier país extranjero a precios muy competitivos debido a la exoneración del pago de aranceles e impuestos a la importación y exportación vigentes para el resto del territorio nacional.

La posterior entrada en el Mercado Común regida en Canarias por el Protocolo N° 2 del Acta de Adhesión de España de 1986,¹¹ intentó mantener el principio de libertad comercial, pero en la práctica éste se vio mermado al acercarse al ordenamiento jurídico comunitario, pues, si bien se podían importar materias primas extranjeras a precios internacionales con el fin de transformarlos en las industrias canarias, no se consiguió mantener de forma indefinida la protección de sus bienes finales frente al resto de la Comunidad. Por otro lado, el resto de las importaciones procedentes de la Comunidad gozaron de restituciones a la exportación, mientras que las de terceros países no podían recibir un trato más favorable que las comunitarias, por lo cual, la Comunidad pasó a ser el principal proveedor de las importaciones canarias. Otro ejemplo de la merma de los principios de libertad comercial está en el hecho de que a partir de entonces muchas mercancías estaban sometidas a notificación previa al ser importadas y algunas necesitaban expresamente autorización administrativa.

Al observarse que el modelo de Adhesión no resultaba operativo para el conjunto de la sociedad y sectores económicos de Canarias, y que ya no había marcha atrás, se optó por la integración plena de Canarias en la Unión Europea, que se consiguió en 1991. Ya no quedaba ninguna duda, la aceptación del acervo comunitario al completo llevaba aparejada una merma del tradicional principio de libertad comercial y supuso también la reforma del Régimen Económico y Fiscal, eso sí, con una serie de compensaciones formuladas a través del nuevo marco legislativo concebido para las Islas. El nuevo modelo de integración está definido en dos disposiciones legislativas comunitarias: en el Reglamento CEE 1991/11 del Consejo¹² y en la Decisión del Consejo 91/314/CEE,¹³ por el que se establece el POSEICAN (Programa de Opciones Específicas por la lejanía e insularidad de las Islas Canarias). A través de ellas será de aplicación la Política Comercial Común (autónoma y convencional) para las importaciones procedentes de terceros países con dos únicas excepciones: los productos sometidos al Régimen Específico de Abastecimientos (REA) y a determinados "productos sensibles". Así mismo, se pasa a formar parte de la Unión Aduanera de la Comunidad, aunque la aplicación del

arancel aduanero común (AAC) se ha realizado por fases, empezando por el 30% desde julio de 1991 hasta el 100% el 31 de diciembre de 2000.

Los denominados "productos sensibles" son aquellos que poseen un interés estratégico para sectores cuya producción está destinada al consumo local o turístico y también algunos productos de consumo final como los textiles, la ropa, los aparatos de óptica o los medios de transporte. Para estos productos se han adoptado medidas específicas arancelarias o de no aplicación de la política comercial común tendentes a conseguir un grado de protección externa (que nunca podrá sobrepasar el existente antes del 1 de julio de 1991) que palíe los efectos negativos de la aplicación del AAC sobre los tradicionales flujos comerciales y sobre el nivel de vida de los habitantes de las Islas Canarias.

El REA es una de las medidas comunitarias específicas para las Regiones Ultraperiféricas, entre las que se encuentra Canarias, tendentes a compensar las desventajas económicas y geográficas propias de la lejanía y la insularidad de estos territorios con respecto al resto del territorio comunitario. El objetivo que persigue el REA es conseguir que determinados productos agrarios esenciales para el consumo humano y de la industria transformadora de Canarias, con pocas posibilidades de producción en las Islas, puedan seguir importándose a precios internacionales, como venía haciéndose tradicionalmente, evitando así que la aplicación de la PAC y el AAC afecte al consumidor canario y al turístico con una elevación de los precios en los productos básicos, para lo cual, se les exonera de los derechos de aduana y de la exacción reguladora cuando se importen de terceros países, y si provienen del resto de la Unión Europea, recibirán una ayuda que sustituya a los restituciones comunitarias en vigor durante el protocolo n° 2. La finalidad de este régimen es evitar que los mercados insulares queden desabastecidos de productos básicos de consumo y que los precios de los mismos no difieran sustancialmente de los del resto del Estado.

Después de esta introducción necesaria para comprender el estado actual y pasado de nuestro modelo de Comercio Exterior, pasaremos a estudiar la evolución de las importaciones en las dos últimas décadas, recogidas en la tabla 24.

10 - Ley 30 de 22 de julio de 1972 del Régimen Económico y Fiscal (REF) de Canarias.

11 - Tratado entre el Reino de... (Estados miembros de las Comunidades Europeas) y el Reino de España y la República Portuguesa, relativo a la adhesión de el Reino de España y la República Portuguesa a la Comunidad Económica Europea y a la Comunidad Europea de la Energía Atómica. BOE n° 1, 1 de enero de 1986.

12 - Reglamento CEE 1991/11 del Consejo, de 26 de junio de 1991, relativo a la aplicación de las disposiciones del Derecho Comunitario en las Islas Canarias. Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE), Serie L, 171.

13 - Decisión del Consejo 91/314/CEE, de 26 de junio de 1991, por el que se establece un Programa de Opciones Específicas por la lejanía e insularidad de las Islas Canarias (POSEICAN). DOCE, Serie L, 171.

TABLA 24 - EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES A GRAN CANARIA SEGÚN SECCIONES DEL ARANCEL (PESO EN KGS E IMPORTE EN MILES DE EUROS) (AÑOS 1981 A 1998).

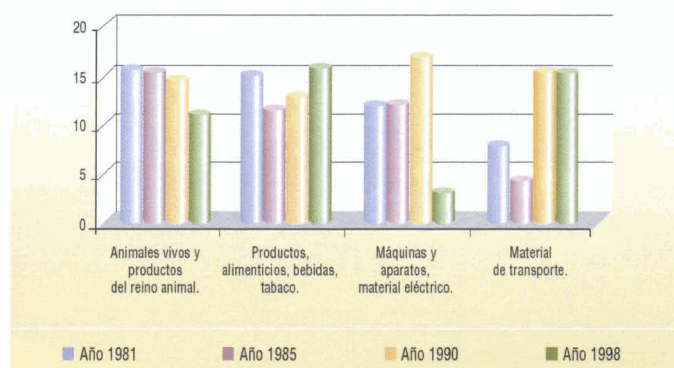
SECCIONES DEL ARANCEL	AÑO 1981				AÑO 1985				AÑO 1990				AÑO 1998			
	Totales Gran Canaria				Totales Gran Canaria				Totales Gran Canaria				Totales Gran Canaria			
	Kgs	%	Miles de euros	%	Kgs	%	Miles de euros	%	Kgs	%	Miles de euros	%	Kgs	%	Miles de euros	%
1 Animales vivos y productos del reino animal	62.552.470	10,3	59.136	15,4	92.503.783	7,6	112.167	15,1	107.570.290	7,3	129.996	13,5	179.920.369	5,2	353.533	11,2
2 Productos del reino vegetal	123.551.943	20,3	23.150	6,0	136.118.279	11,2	34.626	4,7	263.775.754	17,9	51.066	5,3	346.315.143	10,1	167.008	5,3
3 Grasas y aceites, prod. de su desdoble, otras	19.467.601	3,2	7.942	2,1	17.472.918	1,4	13.166	1,8	21.993.433	1,5	8.559	0,9	35.317.898	1,0	32.528	1,0
4 Productos alimenticios, bebidas, tabaco	49.767.939	8,2	54.319	14,2	68.906.863	5,7	87.568	11,8	134.136.131	9,1	129.550	13,5	376.635.384	11,0	499.952	15,8
5 Productos minerales	195.245.006	32,1	28.773	7,5	743.046.007	61,1	159.403	21,4	631.158.014	42,7	49.326	5,1	1.373.477.568	40,0	61.739	2,0
6 Productos de las industrias Químicas y derivados	47.695.678	7,8	15.095	3,9	27.089.885	2,2	23.009	3,1	31.678.692	2,1	28.067	2,9	190.934.351	5,6	409.171	12,9
7 Materias plásticas artif., caucho y sus manufacturas	3.947.719	0,6	5.516	1,4	7.319.372	0,6	13.619	1,8	19.330.239	1,3	23.124	2,4	69.862.974	2,0	131.058	4,1
8 Pieles, cueros y sus manufacturas	555.175	0,1	1.593	0,4	283.453	0,0	2.978	0,4	676.658	0,0	6.656	0,7	4.089.720	0,1	20.711	0,7
9 Madera, corcho y sus manufacturas	16.374.619	2,7	5.148	1,3	29.210.338	2,4	10.978	1,5	23.953.766	1,6	10.913	1,1	69.920.221	2,0	46.688	1,5
10 Papel, sus materias primas y manufacturas	52.299.467	8,6	14.494	3,8	52.499.652	4,3	21.520	2,9	71.712.177	4,9	34.097	3,5	176.733.196	5,1	192.850	6,1
11 Materias textiles y sus manufacturas	4.742.734	0,8	31.602	8,2	7.180.708	0,6	48.310	6,5	97.09.015	0,7	73.802	7,7	30.895.741	0,9	236.577	7,5
12 Calzado, sombrerería, paraguas, plumas artificiales	344.787	0,1	1.644	0,4	376.395	0,0	2.531	0,3	3.351.712	0,2	5.138	0,5	5.175.145	0,2	59.458	1,9
13 Manuf. de piedra, cemento, etc. cerámica, vidrio	7.348.903	1,2	5.844	1,5	6.330.186	0,5	7.719	1,0	8.282.758	0,6	10.685	1,1	166.637.082	4,8	9.784	0,3
14 Perlas finas, piedras y metales preciosos	33.357	0,0	1.130	0,3	28.011	0,0	1.272	0,2	9.442.051	0,6	6.413	0,7	1.466.216	0,0	15.565	0,5
15 Metales comunes y sus manufacturas	5.918.691	1,0	9.379	2,4	6.565.680	0,5	14.270	1,9	14.618.255	1,0	23.910	2,5	184.709.714	5,4	198.161	6,3
16 Máquinas y aparatos, material eléctrico	7.497.152	1,2	47.668	12,4	9.993.136	0,8	98.932	13,3	16.318.470	1,1	165.361	17,2	99.494.399	2,9	60.869	1,9
17 Material de transporte	8.694.720	1,4	33.332	8,7	7.601.661	0,6	40.010	5,4	102.737.810	7,0	141.568	14,7	67.968.190	2,0	470.717	14,9
18 Óptica, fotografía y cine, aparatos de precisión	1.098.556	0,2	28.736	7,5	934.458	0,1	39.752	5,3	856.565	0,1	39.333	4,1	6.570.951	0,2	9.914	0,3
19 Armas y municiones	85.435	0,0	292	0,1	20.394	0,0	101	0,0	5.801	0,0	73	0,0	180.432	0,0	785	0,0
20 Mercancías y productos diversos	1.698.948	0,3	8.850	2,3	2.595.856	0,2	12.112	1,6	6.018.436	0,4	23.168	2,4	48.603.615	1,4	181.418	5,7
21 Objetos de arte, para colecciones y antigüedades	296	0,0	40	0,0	0	0,0	17	0,0	220.001	0,0	1.057	0,1	2.685.400	0,1	6.296	0,2
Totales	608.921.196	100,0	383.681	100,0	1.216.077.035	100,0	744.060	100,0	1.477.546.028	100,0	961.860	100,0	3.437.593.709	100,0	3.164.781	100,0

FUENTE: (Para los años 1981-1990) COCIN (1982-1991): *Estadísticas del Comercio Exterior de la Provincia de Las Palmas de Gran Canaria, 1981-1990*, Ed. COCIN de Las Palmas, Las Palmas de Gran Canaria.

(Para el año 1998) Dirección General De Tributos De La Consejería De Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias (1999): *Estadísticas REF. Tributos a la Importación. Ámbito Insular*, Ed. Dirección General de Tributos de la Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias, Las Palmas de Gran Canaria.

En primer lugar, hay que señalar que hemos escogido para el análisis una progresión de años, acorde con el anterior discurso, es decir, años en los que regía el sistema puerto-franquista (1981-1985), una vez entramos a formar parte de la Comunidad a través del protocolo 2 (1990) y, por último, tras la integración plena (1998). Nos hubiese gustado aportar un análisis de los años intermedios entre 1990 y 1998, pero no ha sido posible el que nos facilitasen dichos datos desagregados para la Isla de Gran Canaria. Para llevar a cabo el análisis, relacionaremos la evolución del porcentaje de los montos para las importaciones en los años ya señalados con la recepción de turistas en los mismos períodos. Con el fin de facilitar la lectura, se han recogido las secciones del arancel que son más demandadas por el subsector turístico y se ha representado su evolución en dos gráficos.

Gráfico 8
Evolución del % del Importe en las Importaciones de Gran Canaria (Secciones del Arancel).

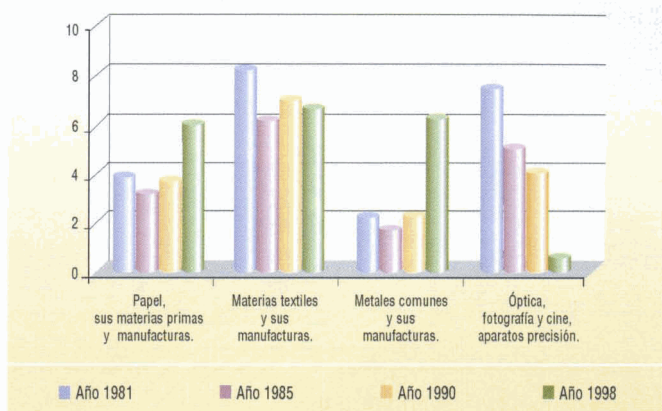


FUENTE: (Para los años 1981-1990) COCIN (1982-1991): *Estadísticas del Comercio Exterior de la Provincia de Las Palmas, 1981-1990*. (Para el año 1998) Dirección General de Tributos de La Consejería De Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias (1999): *Estadísticas REF. Tributos a la Importación. Ámbito Insular*. Elaboración propia.

Entre los años 1981 y 1985 se produce un estancamiento en la recepción de turistas para la Isla de Gran Canaria, lo cual incide directamente en la demanda de importaciones, como se puede observar en los gráficos 8 y 9, con descensos en todos los productos analizados, excepto en *máquinas, aparatos y material eléctrico*.

Entre los años 1985 y 1990 (coincidiendo con la etapa de funcionamiento del protocolo 2), la recepción de turistas mejora considerablemente, pero hemos de distinguir que entre 1986 y 1988 se dio un *boom* inmobiliario coincidiendo con la superación de la crisis turística, mientras que entre 1989 y 1990 tuvo lugar una crisis de rentabilidad. En estos años, la mayor parte de las importaciones analizadas tienden al alza, excepto en el caso de los *animales vivos y productos del reino animal*, así como los

Gráfico 9
Evolución en el % del Importe en las Importaciones de Gran Canaria (Secciones del Arancel).



FUENTE: (Para los años 1981-1990) COCIN (1982-1991): *Estadísticas del Comercio Exterior de la Provincia de Las Palmas, 1981-1990*. (Para el año 1998) Dirección General de Tributos de La Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias (1999): *Estadísticas REF. Tributos a la Importación. Ámbito Insular*. Elaboración propia.

productos de óptica, fotografía y cine y aparatos de precisión, éstos últimos perdieron el diferencial fiscal con respecto a la península al pasar ésta a formar parte de la Unión Aduanera, mientras que Canarias quedó fuera y además no estaba permitido seguir importando a precios internacionales desde terceros países. Esto supuso una fuerte crisis para los bazares dedicados a estos productos, regentados principalmente por hindúes, sobre todo de los establecidos en la ciudad de las Palmas de Gran Canaria, al amparo del turismo peninsular. Ante la nueva situación, tendieron a establecerse en la zona turística sureña, donde sus precios seguían siendo competitivos, o si decidieron quedarse en la capital, tendieron a complementar su oferta con textiles.

Entre 1990 y 1998 (etapa en la que entra en funcionamiento el nuevo régimen de adhesión a las Comunidades Europeas), se registraron varias tendencias en la recepción turística: entre 1990 y 1992 hubo un período de crisis, a partir de 1993 comenzó un despunte y entre 1996 y 1998 se entró en una época alcista. El reflejo de esta coyuntura turística tuvo un comportamiento diferenciado en la demanda importadora según el tipo de productos. Así, los productos favorecidos por el REA como los *alimentos, bebidas y tabacos*, o algunos de los considerados productos sensibles y ultrasensibles, como el *papel, sus materias primas y manufacturas, las materias textiles y sus manufacturas y el material de transporte* tendieron a aumentar o mantenerse estables. En cambio, otros productos sensibles, como las *máquinas, aparatos y material eléctrico*, así como los *aparatos de óptica, fotografía, cine y de precisión*, sufrieron una caída en picado, debida a la falta de competitividad fiscal que ya hemos comentado.



8 – CONCLUSIONES.

Vamos a centrar las conclusiones de este capítulo en las repercusiones socioeconómicas que el subsector turístico ejerce sobre el comercial.

La primera repercusión que vamos a comentar es que el subsector turístico genera una demanda propia de bienes de consumo y servicios comerciales en una doble vertiente, por una parte, la de las propias empresas turísticas y por otro lado, las del consumidor turístico.

En segundo lugar, esta demanda incide directamente en la tipología de estructura comercial que se asienta en las zonas turísticas, pero también de forma más general, en las estructuras comerciales de los municipios vecinos e incluso en las de la propia Isla. La estructura comercial de Maspalomas Costa Canaria se va a caracterizar por una tendencia a la implantación de los establecimientos en centros comerciales planificados, más que en locales a pie de calle aprovechando los bajos de los edificios. En el conjunto de las urbanizaciones de Maspalomas, la composición comercial se centra en la venta a través de locales especializados o mixtos.

De hecho, el comercio entró a formar parte de la propia oferta turística de un destino, como un elemento más del atractivo turístico que puede tener una zona. En Canarias, cobran especial importancia formas comerciales no muy frecuentes en sus países de origen, como puedan ser los *bazares regentados por hindúes*, donde se venden aparatos electrónicos, pero también textiles y souvenirs, así como tiendas de productos con unas condiciones fiscales más bajas que las europeas, como es el caso de las *joyerías, peleterías, perfumerías, artículos de viaje*, etc. Pero también el *comercio encaminado al turismo de masas* resulta atractivo para los turistas de rentas más modestas, pues está especializado en souvenirs, artículos de playa, confecciones textiles para el ocio, etc.

En general, puede decirse que las zonas turísticas cuentan con una estructura comercial más especializada y con mayor número de comercios que la dedicada a la población residente, pues como hemos comentado anteriormente, el consumidor turístico necesita de una oferta comercial cercana, que no implique grandes desplazamientos. De ahí la política de planificación de la dotación comercial a través de centros comerciales donde se ofrezcan los productos necesarios para la estancia a la vez que actividades de ocio y restauración. Este consumidor demanda unos productos muy específicos, aparte de los productos básicos, pues requiere de otros vinculados con las actividades de ocio y tiempo libre que va a desarrollar, pero también quiere otra gama de productos como los regalos, artículos de uso personal y aquellos que por sus precios competitivos, dada la baja fiscalidad de Canarias puedan resultar atractivos.

Otra repercusión significativa del turismo sobre el comercio es que la creación y apertura de empresas dedicadas a la actividad comercial genera economías de escala de enorme relevancia, ya que la empresa comercial conlleva la implicación de toda una serie de servicios como los financieros y de gestión, inmobiliarios, de decoración, de mantenimiento de sus instalaciones, de limpieza, de transporte de mercancías, de publicidad, etc. Estas economías de escala no sólo originan un reparto del empleo y de riqueza entre las empresas del municipio, sino que alcanzan a toda la Isla.

También es interesante destacar que las rentas generadas por la actividad comercial a menudo son reinvertidas por los empresarios del comercio en el propio subsector turístico, a través de la compra de bienes inmuebles como apartamentos o bungalows, o para la compra de otros locales comerciales con el fin de ampliar el negocio.

