SITUACIÓN DEL EMPLEO TURÍSTICO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA

Centro de Innovación y Conocimiento del Turismo de Fuerteventura (CIC-FTV)

CIC Fuerteventura

COORDINADORES	*Francisco Calero García (IP)* *Agustín Santana Talavera* *Eduardo Parra López* *Sergio Moreno Gil*
INVESTIGADORES	*David Domínguez González* *Mercedes Revilla Hernández* *Carmen Díaz Domínguez* *Shaula Poleo Velázquez* *Diana Marcela Vásquez Bravo* *Vanessa Guerra Lombardi* *Iván Medina Jiménez* *Lorena Hernández de la Rosa*

PROYECTO	**Desarrollo del Centro de Innovación y Conocimiento del Turismo de Fuerteventura (CIC-FTV 2018)**
CÓDIGO	18120260

El proyecto **DESARROLLO DEL CENTRO DE INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO DE FUERTEVENTURA (CIC.FTV 2018)** es un proyecto financiado por el Cabildo de Fuerteventura y desarrollado por la Fundación Canaria General de La Universidad de La Laguna.

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, 30 DE ÁBRIL 2019

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN 7

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA 11

2.1 DESARROLLO SECUENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN 12
2.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS 15

3. EL EMPLEO: CONTEXTO Y DINÁMICAS 18

3.1 LOS RECURSOS HUMANOS PARA LA COMPETITIVIDAD EN TURISMO 19
3.2 REFERENCIAS SOBRE LOS NUEVOS RETOS DEL EMPLEO 20
3.3. DIFERENCIARSE POR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS: ¿LA FORMACIÓN CONTINUA Y DUAL COMO HERRAMIENTA ADOPTADA? 21

4. CONTEXTUALIZACIÓN DEL EMPLEO EN FUERTEVENTURA 27

4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES 27
4.2 ZONIFICACIÓN EN BASE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE FUERTEVENTURA 29
4.3. LOS TURISTAS 31

5. OFERTA DE TRABAJO 37

5.1. DEFINICIONES 38
5.2. LA POBLACIÓN ACTIVA DE FUERTEVENTURA 41
5.3. POBLACIÓN OCUPADA 45
5.4. POBLACIÓN PARADA 51

6. RESULTADOS DE LA PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO Y EL EMPLEO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA 55

6.1. RESULTADOS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL EMPRESARIADO (BLOQUE 1) 57
6.2. RESULTADOS SEGÚN VARIABLES DE ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPLEADO 69

7. VALORACIÓN TÉCNICA E IMPLICACIONES 76

8. BIBLIOGRAFÍA 79

WEBGRAFÍA 81

9. ÍNDICE CONTENIDO GRÁFICO - ILUSTRACIONES 84

10. ÍNDICE CONTENIDO GRÁFICO – TABLAS 87

ANEXO 1. APROXIMACIÓN CUALITATIVA DE LA VIVIENDA VACACIONAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPLEO 88

RESUMEN EJECUTIVO

NOMBRE DEL PROYECTO	**DESARROLLO DEL CENTRO DE INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO DE FUERTEVENTURA (CIC.FTV 2018): SITUACIÓN DEL EMPLEO TURÍSTICO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA**
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	El desarrollo del Centro de Innovación y Conocimiento de Fuerteventura (CIC-FTV 2018) tiene como principal propósito definirse como un marco de actuación diferencial en el ámbito turístico en Canarias, así como disponer de un centro puntero en la identificación de tendencias turísticas que apueste definitivamente por la excelencia en el sector turístico. Este proyecto abarca la revisión y diagnóstico de las capacidades formativas y de empleabilidad que se poseen en la actualidad, con el fin de realizar un análisis integral que permita detectar sus factores críticos y potencialidades dentro de la isla de Fuerteventura. A su vez, se realiza un trabajo de campo directo con empresas turísticas y personas en situación activa de empleo en cada uno de los municipios de la isla, que ofrece una visión integral del escenario en el que se desarrolla la realidad turística. En relación con el papel que juega la vivienda vacacional en este sector, se establece una aproximación a su posible impacto en la oferta hotelera y extrahotelera que se desarrolla en la isla de Fuerteventura en la actualidad. Todo esto, con intención de crear hipótesis que puedan servir de referencia para un proyecto futuro orientado a conocer su impacto real en ámbitos como el empleo majorero. Para ello se utilizan, a lo largo de este informe, tres empresas explotadoras de viviendas vacacionales del municipio de La Oliva como ejemplo. En conclusión, y como consecuencia de la diagnosis realizada previamente, se presentan una serie de aportaciones destinadas a encaminar una futura planificación estratégica cuyo objetivo es generar nuevas oportunidades de empleo, formación e innovación, que coloquen a la isla de Fuerteventura como líder referente dentro de un entorno altamente competitivo.
SITUACIÓN ACTUAL	El período de crisis ha dejado tras de sí duros efectos en el sector económico. Sin embargo, aunque en los últimos años se vislumbra una creciente mejora y estabilidad en ámbitos tan relevantes como el empleo en Canarias, esto ha supuesto tener que adaptarse a entornos en constante cambio y al surgimiento de nuevos perfiles empresariales y de consumidor. La importancia adquirida por el sector turístico durante todo este período de inestabilidad ha permitido a muchas regiones aminorar los efectos negativos que ésta pudiera tener o, en su defecto, encontrar nuevas oportunidades de negocio. Estas han hecho proliferar nuevos productos diversificados y estrategias empresariales que tienen como resultado nuevas necesidades formativas y de empleo en el sector turístico. En este caso, dentro del marco insular canario, Fuerteventura fue, según Promotur durante el 2017, la segunda isla más rentable de Canarias en términos turísticos con un RevPar de 68.8€ frente al 66.66€ de media de Canarias y con un volumen e intensidad de empleo cada vez mayor, sobre todo en los núcleos de Esquinzo-Butihondo y Morro Jable (18.8 y 16.95 empleos por cada 100 plazas alojativas, respectivamente). Esta es una primera imagen que sitúa a la isla de Fuerteventura en el momento idóneo para construir nuevas estrategias dirigidas a afrontar las nuevas exigencias de mercado laboral isleño.

OBJETIVOS	Con estos objetivos se quiere definir un marco de actuación diferencial en el ámbito turístico en Canarias, así como disponer de un centro puntero en la identificación de tendencias turísticas que apueste definitivamente por la Excelencia en turismo. Se fijan como objetivos para la presente acción (Fase I): 1. Contextualización del empleo y sus dinámicas en Europa, España y Canarias 2. Análisis de la fuerza de trabajo empleada en el sector de hostelería y servicios 3. Detección de necesidades profesionales en el sector turístico para su adaptación desde perspectivas formativas 4. Herramientas para la formación y propuestas para su implementación La continuación de esta tarea (Fase 2) llevará a: 1. Fichas de propuestas concretas para la implementación de cursos adaptados a las necesidades a ejecutar a corto, medio y largo plazo. 2. Actualización de las calificaciones de los empleos (personalización de la formación, aprendizaje permanente y uso de tecnologías).
METODOLOGÍA	

SÍNTESIS DE LAS PROPUESTAS	➢ Elaboración de un plan de calidad vinculado a la satisfacción de la clientela ➢ Establecer estrategias para el reconocimiento de la cualificación, la experiencia y el esfuerzo ➢ Establecer un sistema de comunicación que facilite la detección en tiempo real de las demandas y demandantes de empleo: creación de una plataforma ➢ Sensibilización sobre la necesidad de contar con sistemas educativos y formativos flexibles para propiciar un aprendizaje permanente: la experiencia profesional mejora las habilidades, pero no los conocimientos y actitudes ➢ Formar formadores para los diferentes niveles laborales de la actividad ➢ Establecer programas de mentoría en los establecimientos hoteleros ➢ Propiciar programas de formación participados por los trabajadores ➢ Propuesta e implementación de estrategias para el desarrollo de nuevos perfiles de empleo asociados a la transformación digital ➢ Creación de un centro de datos de Fuerteventura, en sinergia con los desarrollos previstos en y para la Reserva de la Biosfera (con responsabilidades sobre la economía circular, la economía azul y la calidad de vida de los ciudadanos para la implementación de los objetivos y metas de desarrollo sostenible de Naciones Unidas). ➢ Establecer una estrategia de sensibilización empresarial sobre la importancia de la cualificación de la fuerza de trabajo, siguiendo el informe de la comisión europea en la "*skills agenda for Europe*" ➢ Plan de incentivación financiera para la mejora de la empleabilidad y de las competencias (resiliencia tecnológica) de las plantillas, fomentando la adaptación a nuevas tendencias en los modelos de negocio y procesos de transformación digital.

1. INTRODUCCIÓN

La competencia tanto por los nuevos mercados como por configurar las atracciones necesarias para motivar el viaje de la masa de potenciales turistas, sobre todo europeos, marca claramente el futuro del turismo para la isla de Fuerteventura. Sin embargo, mantener y desarrollar un destino ya consolidado dentro de los mercados internacionales no es tarea fácil. Evidentemente, el trabajo de promoción de la isla en su conjunto y de los diferentes polos de recepción turística, la realización de infraestructuras civiles, alojativas y de ocio, la mejora e implementación de nuevos productos, son claves para conseguir tales propósitos, pero todo ello valdrá de bien poco si no se dispone, a medio plazo, de plantillas especializadas capaces de dispensar servicios de alta calidad.

Bajo tal premisa, este estudio comenzó con la ilusión de poder cubrir todos y cada uno de los ámbitos que el turismo abarca: desde el alojamiento a las actividades, pasando por agencias de viaje, guías turísticos y centros de información, es decir, todos aquellos establecimientos agrupados en los servicios y productos consumidos por los turistas. El turismo es, sin lugar a duda, la más inclusiva de las industrias, centrando sus intereses en actividades desarrolladas para cumplir con la satisfacción de los deseos de bienes y servicios de una población caracterizada por ser ociosa y flotante, con una alta variabilidad numérica, alta frecuencia de rotación, múltiples procedencias socioeconómicas, expectativas variadas y, en ocasiones, enfrentadas, etc. En general, el turismo suele ser definido en términos de demanda, esto es, por el tipo de consumidor más que por el tipo de suministrador. Pero los turistas adquieren bienes que no están exclusivamente asociados con el turismo –desde libros y periódicos, a ropa y servicios de transporte, telecomunicaciones, sanitarios, etc.- y, a su vez, no todos los restaurantes, bares y cafeterías, lugares de alojamiento o transporte están exclusivamente orientados al turismo internacional. Además, las empresas vinculadas al turismo incluyen un amplio y complejo rango de actividades económicas, muchas de las cuales se solapan con otras como la agricultura, el transporte, el comercio, los servicios de salud, además de aquellas (escuelas, hospitales, servicios de seguridad, alimentación, ...) que, indirectamente relacionadas, deben cubrir las necesidades de los trabajadores locales y foráneos. Esta circunstancia, que envuelve a la actividad turística, complejiza en grado sumo el análisis y la toma de decisiones en cuanto a las acciones para cuantificar y determinar sus necesidades. Las empresas dedicadas a cubrir las demandas turísticas no son homogéneas ni en actividad, ni en número de empleados, ni en la formación de éstos.

Partiendo de este panorama, optamos por utilizar un concepto de turismo que pretende ser globalizador y, concibiéndolo como un sistema funcional complejo, lo entendemos como el movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos, además de los servicios creados para atender sus necesidades y las personas implicadas en los mismos. El carácter transversal de tal definición de la actividad turística conlleva y ofrece un especial desafío tanto para su análisis como para la acción pública e institucional, puesto que las medidas adoptadas, ya de promoción, ya de formación, afectarán a mucha más población que la que aparece como directamente vinculada al turismo. El reto está en poder dibujar un sistema que sea capaz de responder a la realidad y particular perspectiva del turismo.

Como ya se indicó en el informe correspondiente al Estudio sobre la realidad actual de la formación en el sector turístico en la Isla de Fuerteventura (mayo 2019), este destino posee características medioambientales, culturales y patrimoniales que pueden distinguirlo, pero otros destinos también las tienen. La puesta en valor de estos recursos, hoy demandados, a la par de la renovación de los productos tradicionalmente ofertados, debe ir acompañada por un plan de calidad vinculado a la satisfacción de la clientela, la cual dependerá en gran medida del estándar de servicio que pueda proveerse en comparación con otros destinos.

La situación internacional de la última década ha favorecido un importante crecimiento del número de turistas que han sido recibidos en la isla de Fuerteventura, lo cual ha traído consigo unos años de bonanza, más que la reconocida, tanto para la planta alojativa, la restauración y el comercio, como para la población en general, a través de un importante crecimiento del empleo directo e indirecto. Ésta es una realidad que se refleja en el aumento del nivel de vida y del consumo en general, a pesar de darse una precarización progresiva en las formas de contratación laboral y un importante ajuste tanto en los salarios como en el reconocimiento de la cualificación profesional de los y las empelados/as.

Sin embargo, las estadísticas referidas al sector durante esos años (ilustración 1) muestran un panorama, cuanto menos, paradójico. Parece que, siempre siguiendo tales datos, un aumento del 35% en el número de turistas extranjeros (no se están contabilizando los nacionales) entre el año 2008 y 2018, no es suficiente para dar a la empresa turística una satisfacción económica que se refleje en las condiciones laborales,

aunque es indudable que favorecen el aumento del nivel de vida al asegurar una parte importante del empleo turístico (10 puntos porcentuales menos en el paro insular), se refuerza un proceso de construcción de instalaciones e infraestructuras públicas y se realizan moderadas inversiones en actividades de ocio (campos de golf, embarcaciones turísticas y marinas, etc.). Bien es cierto que, con las mismas fuentes, decrece la estancia media hotelera (de 9 a 8,4 días) y prácticamente se mantiene el número de alojamientos (un moderado aumento del 17,91% en establecimientos hoteleros y extrahoteleros).

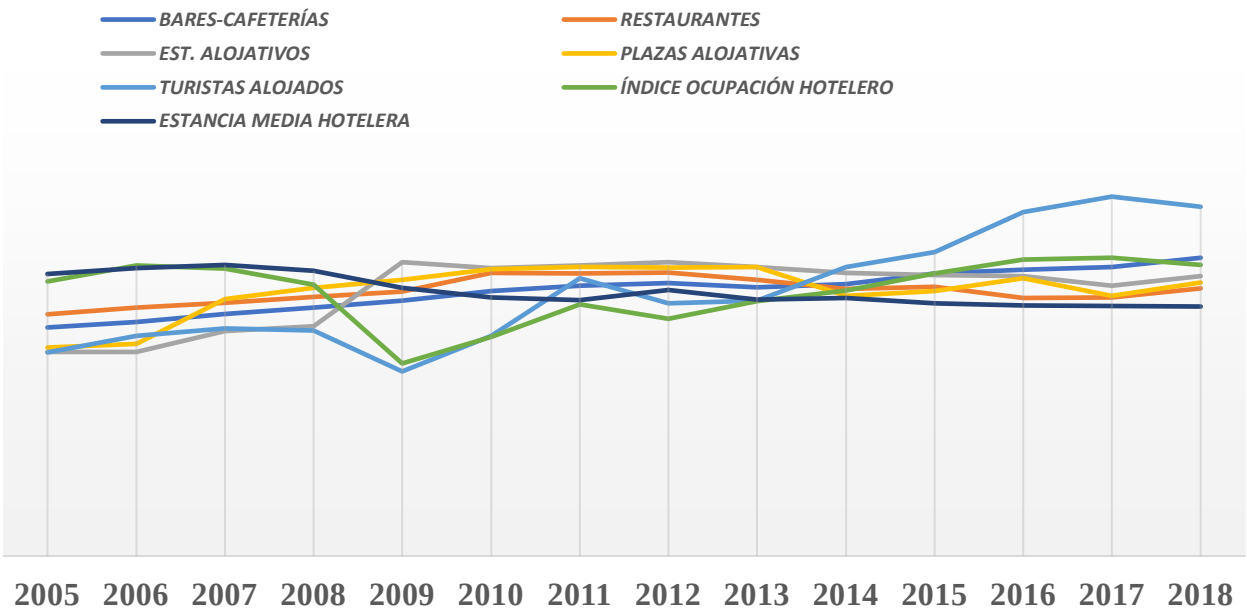


Ilustración 1. Comparativa de variables en torno al turismo en la isla de Fuerteventura. Fuente: ISTAC; TuriData. Elaboración propia

Establecimientos	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Bares- cafeterías	1297	1256	1245	1229	1182	1168	1187	1175	1153	1110
Restaurantes	526	508	507	529	525	543	557	555	556	520
Hoteles	165	158	163	163	163	167	167	165	164	167
Apartamentos	75	74	77	78	80	81	85	84	83	85
Indicadores										
Plazas hoteleras	32.460	31.651	34.381	33.492	32.229	37.895	37.757	37.205	36.729	34.741
Plazas extrahotel.	28.995	26.811	27.938	26.029	26.234	26.967	26945	27.712	27679	27.288
Turistas alojados	1.649.859	1.709.315	1.675.770	1558.081	1.516.507	1.407.580	1.304.921	1.383.725	1.240.285	1.067.508
Pernoctaciones (x1000)	13.113	13.636	13.574	12.482	12.494	11.722	11.282	11.876	10.425	9.382
Estancia media hotel	8.4	8.41	8.44	8.51	8.68	8.64	8.96	8.62	8.71	9.03
Ocupación hotelera	82.51	86.14	85.79	80.53	77.80	73.82	74.47	80.86	71.02	68.47
ADR	91,18	90,35	83,56	77,83	71,94	69,99	69,66	65,37	64,86	69,04
RevPAR	75,39	77,66	71,56	63,37	56,77	52,63	51,95	53,59	45,97	47,70
Ingresos totals (x1000)	549.043	574.871	530.733	452.866	427.396	387.381	373.099	386.129	332.524	342.829
Pob. Ocupada (1er. Trim) (x1000)	48,10	42,45	43,72	43,02	41,27	40,93	41,37	39,80	39,41	37,70
Desempleo (x1000)	10,63	13,94	12,20	18,32	19,00	20,93	18,73	16,95	17,12	15,16
Tasa de paro	18,10	24,72	22,10	30,75	31,71	33,60	32,00	30,08	31,23	28,54
Afiliaciones Seg.S.	166.026	157.741	148.994	134.265	126.537	120.429	120.084			

Tabla 1. Variables contextuales del turismo en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia a partir de ISTAC y Turidata (05/2019)

Con todo, Canarias, en general, y Fuerteventura, en particular, se ha conformado y consolidado como una sociedad dependiente de la hostelería y la restauración (en tanto que otras muchas actividades se encuentran directamente conectadas-derivadas de aquélla), y afronta un futuro enmarcado en tres variables fundamentales:

- *Aumento de la competitividad entre destinos.*
- *Nuevas formas y tendencias del consumo turístico.*
- *Aumento del descontento social con el turismo.*

Consideramos que el objetivo a medio plazo pasa por una reflexión profunda sobre las precariedades y potencialidades que ofrece la situación actual, lo cual permitiría establecer estrategias de renovación y búsqueda de elementos realmente distintivos de Fuerteventura como destino.

Es precisamente en este marco, y teniendo en mente la prestación de servicios de calidad al cliente como garantía, en el que situamos nuestra determinación de cuál es la situación de la fuerza de trabajo que actúa en el sector, así como cuáles son sus carencias y virtudes larvadas. Creemos que es necesario implicar a los trabajadores, y a través de ellos a la sociedad en general, en la importancia que los diferentes procesos turísticos tienen para todos y cada uno de los residentes. Para ello postulamos el uso de una herramienta conocida, la formación continua, con la cual, sin ánimo de mitificarla, se podría lograr la consolidación de una cultura del trabajo en la hostelería y el turismo, o lo que es lo mismo, un marchamo de calidad en los empleados y empleadores turísticos. Sin embargo, ello no parece ser más que una utopía sino se producen modificaciones en reconocimiento de la cualificación, la experiencia y el esfuerzo, así como una potenciación de la sensibilización y redistribución de los beneficios asociados al sector en el territorio insular.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

La competencia tanto por los nuevos mercados como por configurar las atracciones necesarias para motivar el viaje de la masa de potenciales turistas marca claramente el futuro del turismo para la isla de Fuerteventura. Sin embargo, mantener y desarrollar un destino ya consolidado dentro de los mercados internacionales no es tarea fácil. Evidentemente, el trabajo de promoción de la isla en su conjunto y de los diferentes polos de recepción turística, la realización de infraestructuras civiles, alojativas y de ocio, la mejora e implementación de nuevos productos, son claves para conseguir tales propósitos, pero todo ello valdrá de bien poco si no se dispone, a medio plazo, de recursos humanos especializados capaces de dispensar servicios de alta calidad.

Este estudio se marca un doble objetivo:

(1) establecer un diagnóstico sobre el nivel de formación de la población activa en el sector de hostelería y servicios turísticos de Fuerteventura, con una especial atención a la preparación en el ámbito de las tecnologías de la comunicación y gestión;

(2) recabar información y establecer las necesidades formativas demandadas por las empresas de hostelería y servicios turísticos de Fuerteventura.

El cumplimiento de estos objetivos llevará al establecimiento de nichos de empleabilidad a medio plazo, pero también a sentar las bases de un futuro sistema de comunicación interna que facilite la detección en tiempo real de demandas y demandantes de empleo.

Para la realización de este informe se ha desarrollado una estrategia de investigación basada en el *Mixed Method Research*, que combina en su diseño el análisis cuantitativo y cualitativo. Se parte de una recopilación de datos secundarios, producidos por entidades especializadas en diferentes ámbitos, tales como ISTAC, Promotur y OBECAN, entre otras, con el fin de enmarcar y establecer aspectos específicos relacionados con el perfil formativo y de empleabilidad de los residentes en la isla de Fuerteventura. Esta información se ve complementada por el trabajo de campo, en el que el equipo que conforma el CIC-FTV aplica cuestionarios y entrevistas sobre formación y empleabilidad en el sector turístico de Fuerteventura, diseñadas exprofeso, a establecimientos turísticos (alojamiento y actividades), otros vinculados indirectamente al turismo turísticos (restauración, comercio, etc.), y empleados.

Paralelamente, se ha desarrollado un análisis pormenorizado de la oferta formativa en Fuerteventura (además de la migración formativa), junto a un diagnóstico de necesidades en el empleo turístico y, adicionalmente, una aproximación inicial al estado del alquiler vacacional en la isla. Como resultado de estas tareas, se genera el presente informe y un avance de propuestas, que podrán verse complementadas y/o reformuladas durante su implementación (ilustración 2).

Ilustración 2. Secuencia del desarrollo de la investigación. Fuente: elaboración propia

2.1 Desarrollo secuencial de la investigación

En un plano operativo, en primera instancia, se han llevado a cabo una serie de visitas a los distintos actores participantes en el proyecto (personal de la administración pública, empresarios turísticos y sociedad civil) que, a través de conversaciones informales y entrevistas semiestructuradas, han permitido recabar datos relevantes de partida acerca de la situación actual sobre empleabilidad y formación de la isla de Fuerteventura. Esta técnica cualitativa ha dado a conocer las distintas perspectivas que cada uno de estos agentes posee con respecto a las necesidades y fortalezas en estas dimensiones, así como determinar hasta qué punto aspectos como empleo y formación, cuya interacción con la actividad turística es transversal, son susceptibles de un abordaje

integral que persiga el planteamiento de acciones concretas que conduzcan a mejoras estructurales.

Posteriormente, la revisión de fuentes secundarias representa uno de los puntos clave para esclarecer la información disponible en el ámbito de la formación y empleo en Fuerteventura. Dando lugar a una búsqueda de fuentes documentales tales como informes oficiales, planificaciones de diversa índole, prensa, mapas, fotografías, publicaciones específicas, etc.; que sirven para esclarecer el escenario turístico, territorial y empresarial en el que se encuentra la isla. Toda esta información se ve complementada por el análisis estadístico realizado a través de fuentes como el ISTAC, Promotur, Turidata, OBECAN, SIECAN, GOBCAN, AirDNA, además de distintas encuestas acerca de las cifras obtenidas en el sector turístico. Este abordaje mixto permite constituir una imagen estadísticamente significativa entre distintas variables, además de proporcionarnos un análisis integral de cara a la intervención.

Así mismo, para la localización y análisis de la totalidad de la oferta formativa disponible en los diferentes municipios de Fuerteventura, así como para el establecimiento de universos y muestras sobre la oferta turística complementaria susceptible de generar empleo y formaciones específicas, se han implementado técnicas de webscrapping, consistentes en la recopilación de información relevante para el estudio a través de internet, con el fin de conformar una visión completa de las opciones de formación.

Con lo anterior, durante los meses de febrero y marzo de 2019, se ha desarrollado una investigación de campo en la que se implementaron dos variedades de cuestionario (empleadores y empleados) que procuraban la obtención de datos primarios sobre formación y empleo en el sector turístico y aquellos otros directamente involucrados en su funcionamiento. Para el cuestionario dirigido a empleadores se estableció un desglose discrecional por categorías de empresas (simplificación de las categorías recogidas por la Clasificación Nacional de Actividades Económicas), diferenciando establecimientos hoteleros, establecimientos extrahoteleros, restaurantes, comercios, productos turísticos en el litoral y productos turísticos en el interior[1]. Del universo obtenido en cada categoría

[1] Los universos utilizados para la obtención de la muestra, fechados a diciembre de 2018, se pueden consultar en los enlaces a continuación:
Establecimientos hoteleros: ISTAC. http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/tabla.do?uripx=urn:uuid:81e038c5-6045-42bb-8253-bb2a7fba83a5&uripub=urn:uuid:ad002616-6e9f-4e4a-8e7a-7c393a69fce0
Establecimientos extrahoteleros: ISTAC. http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/tabla.do?uripx=urn:uuid:92e1e2fb-ce7d-4947-a5ef-13247c0c7fb4&uripub=urn:uuid:24e2f8c1-b002-45aa-989c-0010815c1875

establecida, se aplica un cálculo muestral con un nivel de confianza 90% y un margen de error 10%, estableciendo una muestra discriminada por categorías.

En cuanto a la clasificación de los empleados, la primera intención fue utilizar los listados de los correspondientes Convenios Colectivos de cada sector, sin embargo, la estrategia tuvo que ser modificada para adaptarse a las condiciones reales del trabajo de campo y de las empresas. Se procedió así a realizar una vinculación de categorías de empleo, ajustando según tipos de empresa (muchas de ellas pymes y micro-pymes).

A su vez, debido a las peculiaridades específicas de Fuerteventura, se zonifica la isla en tres grandes áreas: Norte (municipio de La Oliva), Centro (municipios de Puerto del Rosario, Antigua y Betancuria) y Sur (municipios de Tuineje y Pájara), según la distribución espacial tradicional (justificado en apartado 4.2.). De cara a lograr una muestra representativa, se decide aplicar criterios de homogeneización porcentual para determinar la muestra en cada una de las tres zonas. Así, Norte y Sur aglutinan el 35% respectivamente, mientras que Centro se completa con el 30%. Sin embargo, se constataba a partir de la experiencia de campo, que era necesario realizar un reparto discrecional por núcleos poblacionales en cada una de las zonas, atendiendo a intereses de investigación, pero también a la consideración de algunos de ellos como microdestinos o áreas de importancia por el tipo de desarrollo poblacional y turístico.

	HOTELEROS	EXTRA HOTELEROS	COMERCIOS	RESTAURANTES	ACT. LITORAL	ACT. INTERIOR
Universo	89	75	401	508	113	40
Muestra 90/10	39	36	58	60	43	26
Realizadas	39	22	49	62	39	31

Tabla 2. Universo de establecimientos según categorías seleccionadas en la isla de Fuerteventura (2018). Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del ISTAC

Fuerteventura	
Universo	16.713
Muestra 90/10	67
Realizadas	95

Tabla 3. Determinación de la muestra de empleados en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia

Comercios: Censo Comercial Fuerteventura. SIECAN. http://www.siecan.org/zona-fuerteventura/#1482928243688-822a651a-3d50
Restaurantes: Estadísticas Restauración. GOBCAN. http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/turismo/downloads/estadistica/restauracion/Totales_Canarias_2000-2017.xls
Actividades turísticas litoral e interior: Webscrapping GoogleMaps, Tripadvisor, Facebook, Instagram, Yumping.

	Zona Norte	Zona Centro	Zona Sur
Muestra 90/10	90	77	95
Realizadas	93	52	79

Tabla 4. Distribución síntesis recopilación de datos de empleo turístico y formación según zonificación. Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos a través de los cuestionarios han sido sistematizados y procesados con software específico, obteniendo información relevante que, con posterioridad, fue contrastada con la proveniente de entrevistas e información de terceros (documental y la obtenida por webscraping). Se realizaron análisis de contenido y triangulación de resultados.

Para el análisis preliminar sobre alquiler vacacional (incluido en el informe Situación actual del empleo turístico en la isla de Fuerteventura), se llevó a cabo una revisión de información secundaria delimitada al territorio del archipiélago canario. Se tuvieron en cuenta tanto informes elaborados por instituciones del territorio, como fuentes estadísticas con datos significativos. Seguidamente, se realizó una combinación de la información de cara a establecer una serie de comparaciones cuantitativas. Por último, se efectuó una aproximación cualitativa del posible impacto del alquiler vacacional a partir de la información primaria de empresas relacionadas con este nicho, obtenida de forma coyuntural durante el trabajo de campo.

2.2 Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos empleados guardan relación directa con los objetivos y la perspectiva teórica que se propone, y se fundamentan en la búsqueda de la relación directa y estrecha con los protagonistas de la realidad estudiada. Mediante enfoques básicamente cualitativos se da voz al actor social, enfatizando sus experiencias y su percepción de la realidad insular. Las principales técnicas de recogida de información que empleadas han sido:

Revisión de fuentes de información secundaria

Se establece un diagnóstico previo sobre, entre otras variables, composición de la población, estructura ocupacional, características del sector turístico y de servicios, otras

actividades empresariales, situación urbanística, partiendo de datos estructurados y semiestructurados procedentes de datos oficiales y otras investigaciones del equipo.

Observación y observación participante

La observación participante, exigió trabajar en contacto directo con la población residente y grupos de usuarios implicados en el empleo y formación turística, y en otras actividades que podrían relacionarse. Se ha pretendido que los grupos de usuarios no fueran meros objetos de estudio de los que se extraería los datos y la información que interesaba, sino que presenten un papel activo y creativo, participando del análisis de las problemáticas y demandas presentadas, hallando posibles respuestas y soluciones viables a las mismas.

Entrevistas conversacionales

Partiendo de un guion básico para encauzar el relato, se han realizado un número adecuado de entrevistas conversacionales a los miembros del tejido empresarial turístico, para que los entrevistados pudieran expresar todos los aspectos que considerasen relevantes sobre la problemática estudiada. Dando voz a los protagonistas consideramos que se aclaran significados, percepciones, actitudes, y se extrae lo más relevante de cada discurso particular. Esta técnica cualitativa ya empleada y contrastada en anteriores investigaciones, nos permite acceder al modo en que los propios empresarios y empleados de Fuerteventura entienden el sistema turístico isleño en general, y la situación formativa y de empleabilidad en particular. Además, esta metodología cualitativa nos brinda la posibilidad de acceder al conjunto de significados sociales que se asocian a un determinado fenómeno o actividad, teniendo además la posibilidad de comparar los diferentes tipos de discurso recogidos.

Fichas de productos

Como parte del desarrollo técnico del trabajo se ha procedido a la catalogación y análisis de un conjunto relevante de empresas que se vinculan directamente con el quehacer turístico. La información recabada ha sido sistematizada en registros de gran envergadura, que permitirán en fases posteriores evaluar sus condiciones para la combinación estratégica de recursos, productos y servicios.

En cuanto a las técnicas de análisis de datos, las principales que han sido aplicadas son:

Revisión de investigaciones

Representa uno de los puntos preliminares en cualquier investigación empírica y consiste en realizar una síntesis del conocimiento específico sobre el tema de investigación: el mejoramiento de las opciones formativas y la empleabilidad turística en particular. Para desarrollar esta síntesis se ha valorado la información disponible, tanto en bibliografía científica como en informes oficiales, y su adecuación a los propósitos de la investigación.

Análisis del discurso

Recogida la información, se lleva a cabo un análisis interpretativo del discurso de cara a sistematizar las cuestiones más relevantes obtenidas en las entrevistas que nos permitan establecer conexiones entre los discursos analizados y el espacio social en el que han surgido

Análisis estadístico

Con la información obtenida se ha procedido a un análisis estadístico con el fin de cuantificar, en la medida de lo posible, distintos aspectos de la realidad que rodea la problemática estudiada en Fuerteventura. Se trata de apoyar y complementar la investigación de carácter más cualitativo, aportado datos que ayuden a describir la realidad y estableciendo relaciones estadísticamente significativas entre distintas variables. Para ello se han utilizado tanto fuentes secundarias como datos primarios.

3. EL EMPLEO: CONTEXTO Y DINÁMICAS

El turismo, y su vertiente de masas, han sido entendidos como una autopista hacia el desarrollo de los territorios, que contribuye a la economía y que puede dar pasos hacia la modernización de la sociedad receptora y sus mercados (Rubio Gil 2003:273; Santana Talavera 1997:70; Sinclair 1991:17; Mathieson y Wall 1990). Sin embargo, existe otro punto de vista que difiere, destacando los aspectos negativos del turismo, entendiéndose como una forma de neocolonialismo (Turner y Ash, 1991; Gaviria, 1978).

Es tras la Segunda Guerra Mundial, en la Europa continental, en el contexto de una economía de mercado, donde aparecen las condiciones idóneas para el desarrollo del turismo de masas:

a) Tecnológica: se despliega el desarrollo de la aeronáutica.

b) Laboral: las relaciones laborales mutan, generalizándose las vacaciones pagadas.

c) Económica: se da un crecimiento económico y de las rentas.

d) Cultural: el canon de belleza cambia en lo que al color de la tez se refiere, y el concepto de la salud se asocia al consumo de sol y playa.

En España, y en Canarias, tiene lugar una condición añadida a finales de los años cincuenta, la apertura de la economía española al exterior con el "*Plan de Estabilización de 1959*" y, por tanto, el abandono de la vía autárquica iniciada después de la Guerra Civil española.

Santana-Talavera (1997), expone que existe un consenso alrededor de la idea de que el desarrollo turístico contribuye a la economía, a través de la creación de empleo y del crecimiento del PIB. En base a esto, el análisis de la generación de puestos de trabajo es, por norma general, la manera más común de ponderar el desarrollo turístico.

Esta idea ha abarcado el foco de numerosos estudios que han considerado estudiar el número de empleos directos, indirectos e inducidos que genera este sector, entre otros (Santana-Turégano, M.Á. 2005). Sin embargo, el enfoque meramente cuantitativo deja de lado los aspectos cualitativos derivados de esta realidad, como podría ser la calidad de los empleos. En este sentido, muchas críticas sobre el desarrollo turístico se fundamentan en la constatación de que los empleos que se crean son mal remunerados, inestables y poco

cualificados, y, a menudo, ocupados por personas extranjeras, no locales (Santana-Turégano, M.Á. 2005). Los trabajadores del sector turístico (hoteles, restaurantes, bares, etc.), presentan una actitud negativa hacia los puestos de trabajo por las jornadas tan extensas a cambio de modestos salarios (Teye, Sirakaya y Sönmez. 2002).

3.1 Los recursos humanos para la competitividad en turismo

El capital humano es clave en el desarrollo del destino turístico porque de éste depende su desarrollo (SUDETIR 2001, en Lage & Milone, 2000). Por ello, la debida formación del capital humano de un destino turístico se convierte en un aspecto de vital importancia, para su posterior uso como ventaja competitiva.

"*La capacidad de aprendizaje de cualquier empresa, más su capacidad para traducir lo que han aprendido en la práctica rápidamente es lo que, al fin y al cabo, define su ventaja competitiva"* (Kjell & Ridderstrale, 2000:169).

En el contexto económico actual, existen empresas turísticas a nivel nacional que basan su competitividad en su capacidad innovadora, teniendo en cuenta que la principal, e incluso única, fuente de innovación existente para las empresas es, sin duda, el capital humano.

Junto a la capacidad para crear empleo y la notable inversión en capital humano, existe preocupación por determinados empleos en el segmento secundario del mercado interno de trabajo. En este segmento suelen encontrarse condiciones de trabajo caracterizadas por los bajos salarios, escasa estabilidad en el empleo, relaciones laborales externalizadas, dobles turnos, horas extraordinarias habituales, etc. Por otro lado, hay una preocupación expresa acerca de la realidad de polarización y precarización de los empleos hoy en día creados.

El sector donde se crea el empleo turístico ha cambiado y seguirá cambiado a un ritmo frenético. El impacto de este cambio ha sido más moderado para trabajadores de determinadas ocupaciones, sin embargo, en turismo existe una amplia gama de factores influyentes y conductores del cambio en el lugar de trabajo. Los más citados en la literatura (Edgell, 2014) incluyen entre otros, los factores que se resumen en la ***Tabla 5***.

IMPULSORES DEL CAMBIO TURÍSTICO	INFLUENCIA EN CAMBIOS LABORALES
La naturaleza de la industria turística en sí, con los cambios en los patrones de viaje con respecto tanto a los mercados de origen como de destino.	Nuevas competencias y demandas de servicio, por ejemplo, marketing basado en los medios sociales y la necesidad de una cartera más amplia de habilidades lingüísticas y culturales.
La creciente madurez de los turistas como viajeros independientes, con menos dependencia de los programas pre-empaquetados y tours (Babu, 2014).	Servicios más personalizados.
La fluctuación de las condiciones económicas, que se traduce en esfuerzos para reducir los costos de los sectores clave del turismo, en particular el transporte aéreo (CAPA, 2013), la aparición de estrategias de reducción como la "staycation", un claro lujo e polarización presupuestaria.	Eliminación de áreas clave de trabajo, especialmente en los intermediarios turísticos como las agencias de viajes.
El impacto de las redes sociales en los clientes y su toma de decisiones (Xiang, Magnini, & Fesenmaier, 2015).	Presión en la fuerza laboral para que adopte nuevas estrategias de comunicación.
Cambiar los sistemas de distribución turística, principalmente a través de la evolución de las tecnologías (Mistilis, Buhalis, & Gretzel, 2014).	Alteración o eliminación de competencias existentes, creación de nuevas competencias y nuevos puestos de trabajo.
Mayor conciencia de las preocupaciones ambientales dentro del turismo.	Emergencia de una demanda de nueva gama de habilidades 'verdes' de los que trabajan en el sector.

Tabla 5. Impulsores e influencia de los cambios turísticos y laborales. Fuente: Elaboración propia basada en Baum, T., (2015).

3.2 Referencias sobre los nuevos retos del empleo

La crisis económica que ha experimentado España ha visibilizado que algunos mercados locales se adaptan mejor que otros a las tendencias e impactos externos. La capacidad de adaptación es un aspecto que se obtiene cuando se cuenta con una mano de obra cualificada de alta especialización, de tal manera que los individuos puedan ser trasladados entre sectores y dar respuesta a los mercados cambiantes. La reserva de mano de obra local es uno de los activos más importantes de una región en lo que respecta a las ideas, innovación, talento, cualificaciones, especialización, cultura, métodos y enfoques de trabajo (OCDE, 2005; Giguère, 2008).

Con la crisis económica se ha manifestado la vulnerabilidad de aquellos trabajadores poco cualificados, siendo estos los más propensos a perder el empleo. Incluso sin crisis económica, los trabajadores con baja cualificación se enfrentan a un riesgo más significativo de desempleo o de encontrar empleos de baja calidad y poca remuneración.

Por otro lado, en la actual "*economía basada en el conocimiento*", se están demandando cualificaciones genéricas que ayuden a las personas a resolver problemas e innovar en diferentes disciplinas. Para promover la productividad, es necesaria una mayor innovación en el trabajo (Florida, 2003), y esto no sólo deben hacerlo los trabajadores que ocupan puestos de responsabilidad, sino todos los integrantes de una empresa.

En el campo del empleo, será crucial contar con sistemas educativos y formativos flexibles para un aprendizaje permanente, ya que, en general, es menos probable que los adultos poco cualificados tengan la oportunidad de formarse, situación que empeora con el paso del tiempo en aquellas personas que no mantienen contacto con los mercados locales de trabajo debido al desempleo de larga duración, a veces multigeneracional (Froy, F y Giguère. S, 2011) (Tabla 6).

3.3. Diferenciarse por la calidad de los Servicios: ¿la formación continua y dual como herramienta adoptada?

Si bien se ha presentado un informe de formación en la isla de Fuerteventura, no es posible no mencionar aquí la necesidad de mirar las páginas siguientes de diagnóstico y propuesta con la imagen parcial y conducida hacia los requerimientos del nuevo contexto turístico al que habrá que enfrentarse en los próximos años. Atendiendo a ello, se parte de que cualquier empresa turística ha de ser contemplada como una entidad compleja que representa las múltiples facetas de esta complicada forma de negocio. Desde esta óptica es evidente que tanto la formación como la capacitación del personal, en sus diferentes niveles, se convierten en factores diferenciadores y esenciales.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	MEDIDA
ATRAER TALENTO	Invertir en calidad de vida local, arquitectura, desarrollo cultural y planificación urbana efectiva
	Promover el espíritu cosmopolita y la diversidad
	Desarrollar universidades e instituciones formativas. Animar a los graduados universitarios a que permanezcan en la zona (asesoramiento profesional, etc) y diseñar cursos de postgrados
	Promocionar las ciudades, regiones, sectores locales y clusters para atraer nueva mano de obra
	Proporcionar incentivos a los emigrantes retornados, p. ej. Reconocimiento de las cualificaciones obtenidas en el exterior, subvenciones para establecer nuevos negocios
INTEGRAR A GRUPOS DESFAVORECIDOS	Establecer centros formativos de divulgación o quioscos de TI, promocionar las oportunidades educativas y de formación de quienes son más difíciles de colocar, mejorar la educación temprana.
	Establecer formas de aprendizaje alternativas
	Establecer mecanismos de apoyo para mejorar la retención durante los cursos de formación, los periodos de aprendizaje y empleo
	Proporcionar asesoramiento laboral a adultos y desarrollar mejores vínculos entre los cursos de cualificaciones básicas y la formación especializada
	Proporcionar apoyo específico a inmigrantes, minorías étnicas y poblaciones aborígenes
	Proporcionar formación en cualificaciones básicas para adultos
ACTUALIZAR LAS CUALIFICACIONES DE LOS EMPLEOS	Personalizar la formación para los empleadores locales
	Desarrollar familias y trayectorias profesionales
	Establecer centro de formación gestionados por empresas, animar a las industrias más importantes a que impartan formación en sus instalaciones a la que puedan asistir otras empresas, incluidas las PYMES
	Establecer centros de excelencia para sectores concretos
	Animar a las empresas a que ofrezcan un servicio de planificación de la trayectoria profesional y formación supervisada a los nuevos trabajadores
	Establecer alianzas para compartir innovaciones y promover la transferencia de tecnología, así como impartir la formación sobre la gestión de diferentes aspectos de la organización del trabajo

Tabla 6 . La creación de empleos duraderos. Fuente: Elaboración propia basado en Froy, F y Giguère. S (2011) "La creación de empleos duraderos. Guía para regenerar el empleo duradero a nivel local. Publicación de la OCDE, París".

El Acuerdo Nacional de Formación Continua (con origen en el año 1992 y modificado sucesivamente hasta el IV Acuerdo de Formación para el Empleo (prórroga BOE Núm 28 de 2 de febrero de 2011), afirmaba que la formación "constituye un valor estratégico prioritario ante los procesos de cambio económico, tecnológico y social en que estamos inmersos", lo cual es especialmente cierto cuando se refiere al ámbito de las empresas y establecimientos aglutinados en el sector turístico. Sin ánimo de menospreciar otras potencialidades, la educación y nivel cultural básico, acompañada por una

cualificación profesional específica, constituyen los recursos productivos fundamentales a los que se vincula el futuro del sistema turístico.

Pero es necesario entender que la formación continua debe afectar tanto a empleadores (empresarios) como empleados de todos y cada uno de los escalafones laborales (ilustración 3), rompiendo la tendencia a la polarización de la fuerza de trabajo entre personal muy especializado y otros en precario, sin cualificación alguna y ocupados en tareas de baja consideración social. A través de la formación continua es posible contribuir eficazmente tanto al desarrollo personal y laboral de los individuos implicados (valorización individual de la profesión) como a la maximización del esfuerzo empresarial y de los beneficios obtenidos, potenciando la competitividad de las pequeñas y medianas empresas y contribuyendo a fomentar la satisfacción y orgullo por las tareas desempeñadas (dignificación social del puesto de trabajo).

Ilustración 3. La paradoja entre las exigencias de cualificación- actualización y la realidad cotidiana según estratos laborales.

En este sentido, la inversión realizada en una formación – recualificación planificada debe, en paralelo a una campaña de información turística dirigida a la ciudadanía, revertir en una mejora de las actitudes hacia los visitantes, traducible en un aumento de los niveles de satisfacción, mejora de la promoción cara a cara, repetibilidad del viaje y, con todo, reforzar la imagen de Fuerteventura como destino.

Es importante considerar que la prestación de servicio implica a múltiples variables y actores (políticas institucionales, infraestructuras, clientes, trabajadores, actividades, etc.) pero que, entre todos, es el trabajador en servicios -desde recepcionistas a barman, desde encargados de limpieza a relaciones públicas, por citar algunos- el que no sólo construye y vende un producto, sino que forma parte de él. Su presencia, el saber estar, la respuesta a situaciones de conflicto, en suma, la forma de relacionarse con, y ante, el cliente-turista es la que, en último término, determina la imagen que aquél construya, se lleve y transmita del destino visitado.

A nivel internacional la formación continua y dual para empleos turísticos (desde alojamiento y restauración hasta actividades de todo tipo) está viviendo importantes cambios. Si bien hasta hace unas décadas primaban currícula de carácter generalista, desde finales de siglo predominan programas cada vez más especializados. A la formación básica en la especialización requerida, le han sido añadidos complementos de idiomas, marketing y relaciones interpersonales, potenciando las competencias de cada segmento laboral.

Es posible adelantar como resultado de este análisis, que el empresariado da más importancia a la experiencia que a la formación y cualificación de sus empleados y empleadas, no existiendo, por tanto, una relación directa entre la titulación y el empleo desempeñado, lo cual, a su vez, desincentiva a la fuerza de trabajo para seguir cursos de formación continuada. La tendencia generalizada es realizar contrataciones atendiendo más a la experiencia y personalidad (en ocasiones a la apariencia) del buscador de empleo, que a su cualificación; además de que suele pesar la necesidad perentoria de cubrir un puesto de trabajo. Esta práctica tiene como resultado inmediato que los requisitos laborales exigidos para el buen desempeño de los servicios inherentes a cada cargo son superiores a las cualificaciones que ostentan quienes los desempeñan.

Frente al trabajo rutinario y desmotivado, el perfil de cualquier empleado turístico debe ser una combinación de conocimientos, habilidades y actitudes frente al trabajo concreto. La experiencia profesional mejora las habilidades, pero no los conocimientos y actitudes. Estos sólo mejoran con formación continua. El turismo requiere de plantillas capaces de comunicarse bien, tomar decisiones, trabajar en grupo, ordenar los problemas y priorizar las tareas de una forma lógica, esto es, capaces de potenciar habilidades y mejorar actitudes.

Ilustración 4. Experiencia y formación como herramientas complementarias para el perfil del empleado en turismo.

Se considera que existe un conjunto básico de habilidades a desarrollar a través de la formación, tales como la capacidad para aprender y desarrollar actividades, asimilar todos los elementos de un proceso complejo y habilidades para la comunicación, incluyendo la negociación en casos de conflicto. Además, en cualquier nivel de la empresa, se debe profundizar en el conocimiento de los materiales y procesos de producción, así como disponer de conocimientos sobre seguridad y salud laboral. En cualquier caso, el conocimiento de idiomas y la sensibilidad intercultural son habilidades clave para el personal que mantiene un contacto directo con los consumidores-clientes. Para los niveles de gestión, además de las anteriores, deben conocer y desempeñar tareas relacionadas con la administración de recursos humanos (formación) y su implementación, que conllevan beneficios para la empresa, pero sin dejar de considerar las cuestiones más sociales que promuevan un ambiente laboral favorable.

Dada la dificultad que conlleva la implementación extensiva de una formación como la propuesta, sería deseable formar formadores para los diferentes escalafones laborales de la actividad, los cuales pudieran:

- Recolectar, analizar y organizar ideas e información.
- Comunicar ideas e información.
- Planificar y organizar actividades.
- Trabajar con otros y en grupo.
- Resolver problemas.
- Usar y ser proactivos en las tecnologías actuales y venideras

Con ello, los empleados podrían transferir conocimientos y habilidades a diferentes contextos y situaciones, reforzar las habilidades existentes y desarrollar otras nuevas en las personas que se incorporen al sector. Éste debe contar no sólo con trabajadores experimentados, sino además con aquellos dispuestos a formarse en las nuevas tareas que el mercado vaya demandando; con el apoyo suficiente del empresariado, se lograría estabilizar la fuerza de trabajo especializada, incrementando así la productividad y calidad de los servicios prestados. En este ámbito sería posible incrementar la responsabilidad del trabajador, creando grupos de trabajo multitarea (multifuncionalidad).

Consideramos que los principales obstáculos con los que se encuentra el proceso de formación continua de la fuerza de trabajo en el sistema turístico pueden ser resumidos como se muestra en la Tabla 7.

PROBLEMAS EXTERNOS	PROBLEMAS INTERNOS
Cambios rápidos en el sector. Se exige a los trabajadores más de lo que su cualificación permite. Entorno socioeconómico en el que impera el valor consumo (vivir día a día). Instituciones sin un mensaje claro y firme, en torno al turismo, a toda la ciudadanía. Flexibilidad en los despidos y pérdida de la estabilidad laboral. Precarización en las relaciones entre jefes y subordinados.	Deterioro de la imagen de los directivos y cargos intermedios. Falta de fidelización para con la empresa. Falta de trabajo en equipo y valor de grupo. Rutina y resistencia a los cambios. Falta de conciencia sobre la importancia de las actitudes. Falta de programas de formación participados por los trabajadores. Desmotivación para la formación

Tabla 7. Obstáculos internos y externos para la formación continua de la fuerza de trabajo.

4. CONTEXTUALIZACIÓN DEL EMPLEO EN FUERTEVENTURA

4.1 Características generales

La isla de Fuerteventura es la cuarta más poblada del archipiélago canario con 113.275 habitantes, repartidos en 1.659,74 km², con una densidad de población de 68,25 h/Km², frente a 294 h/Km² de Canarias con una población de 2.127.685 habitantes. La cifra de Hombres en Fuerteventura es de 58.469 y la de Mujeres 54.806, lo cual sitúa a la categoría "Mujeres" en 3,23 puntos porcentuales por debajo que la categoría "Hombres", destacando la diferencia en los grupos de edad 30-34 a 50-54 años (ilustración 5) que, a su vez, posiciona al grueso de la población activa.

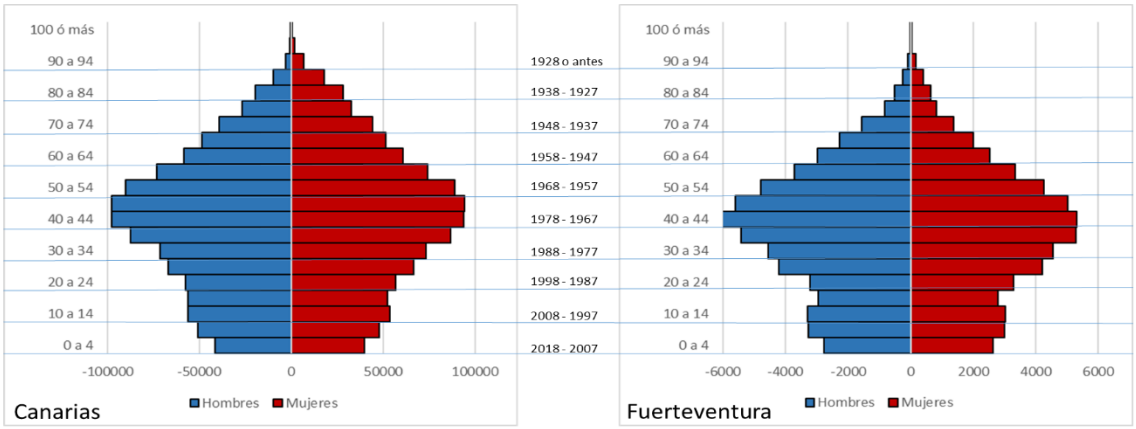


Ilustración 5. Pirámides de edad de Canarias y Fuerteventura 2018. Fuente. Elaboración propia a partir de datos de ISTAC Explotación Estadística del Padrón Municipal 2018.

Es importante tomar en consideración el crecimiento poblacional de la isla (ilustración ***6***), con una significativa subida entre 1996 y 2007, principalmente vinculado al auge del sector de la construcción (un aporte poblacional muy vinculado a la categoría "*Hombres*"), con un asentamiento destacado en los municipios de Puerto del Rosario, La Oliva y Pájara.

Este crecimiento poblacional, ligado al desarrollo del sector de la construcción, primero, y posteriormente al macro-sector turístico, impulsa una estructura poblacional con un índice de juventud de 15,92 en 2018, frente al 13,63 de media para Canarias (Índice de Juventud por Islas, ISTAC, 2018). La excepción se encuentra en Betancuria, con un índice de 11,63, y un crecimiento poblacional estancado por décadas, y en menor medida Antigua (13,05) con crecimiento muy moderado respecto al resto de municipios.

Es de destacar que Puerto del Rosario aglutina gran parte de los servicios educativos, sanitarios y la administración insular, que se han desarrollado al albor del crecimiento poblacional.

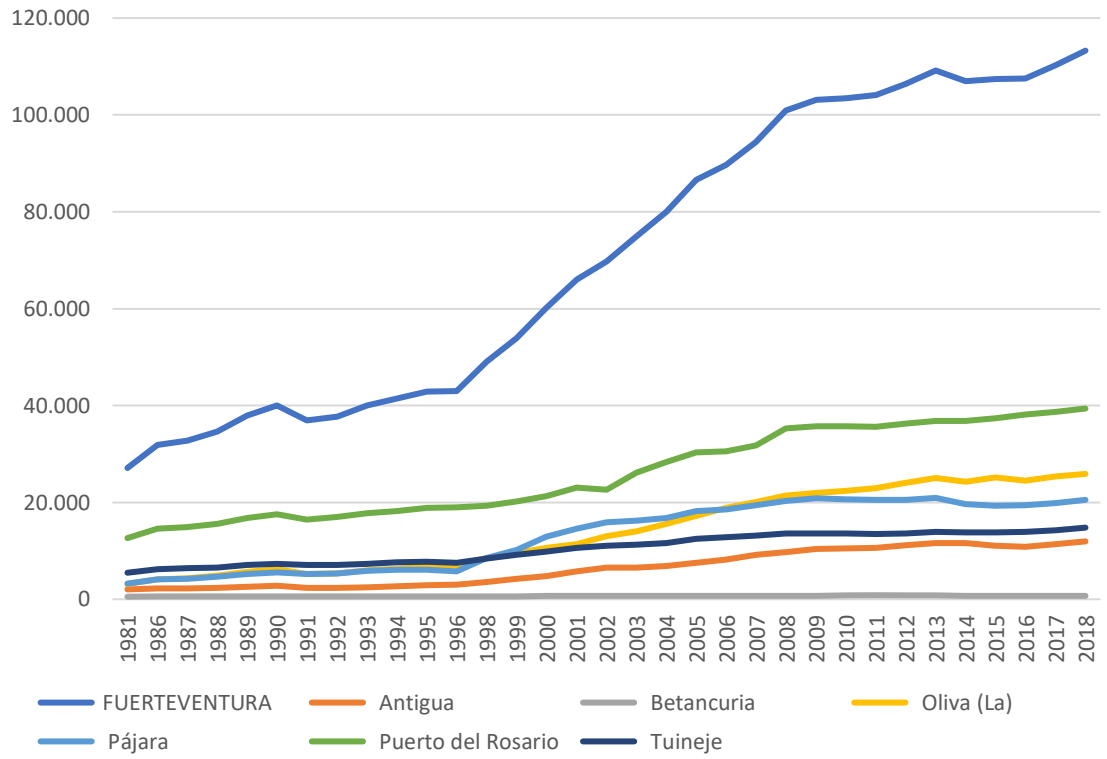


Ilustración 6. Evolución de la población empadronada en Fuerteventura 1981-2018. Fuente: Elaboración propia a partir de ISTAC, municipios por islas y años.

Este contexto poblacional se enmarca en una isla con valores y recursos que, además de identitariamente, le han impulsado en los mercados turísticos. En un paisaje desértico, se han desarrollado núcleos urbanos sobre sí mismos, dejando grandes áreas libres de construcciones (muchas, antiguamente cultivadas). Esta conservación, en parte por abandono, ha hecho contar a la isla con un rico patrimonio natural (trece espacios naturales protegidos que se corresponden con el 28,7% del territorio insular según la Ley 12/1994 de Espacios Naturales de Canarias) y cultural (66 Bienes de Interés Cultural declarados)

El 27 de mayo de 2009 Fuerteventura es, en su totalidad, declarada Reserva de la Biosfera de la Unesco, destacando sus endemismos naturales y su paisaje agrícola. Esto contribuyó, a que en 2012 recibiera la medalla de oro del *Quality Coast Gold Award*, que premia el turismo sostenible. Es esta actividad la que se ha convertido en motor principal de la economía tanto isleña, como de Canarias en general, dejando atrás la que había sido la mayor fuente de ingresos en el siglo pasado, la agricultura y la ganadería.

4.2 Zonificación en base al desarrollo turístico de Fuerteventura

A la hora de zonificar turísticamente es importante hacer explícitos los criterios empleados (fijados por los objetivos), en tanto que el territorio será interpretado de manera subjetiva por el mero hecho de agrupar áreas por volumen o tipo de oferta, establecer su accesibilidad, definir servicios o compatibilizar con espacios naturales protegidos. En este caso, tomando como eje central el volumen de empleo, y considerando que la mayor parte de este se vincula al alojamiento, se ha optado por partir de dos criterios: el primero, la identificación local de las grandes divisiones de la isla ("esta isla son tres islas" con efectos idiosincráticos (culturales-identitarios) y socio-organizativos; y, segundo, la oferta de los diferentes tipos de alojamiento (hoteleros, extrahoteleros, alojamientos rurales y vivienda vacacional reglada-no reglada) y, en menor medida proliferación comercial. A su vez, cada una de las grandes zonas, vendrán subdivididas por municipios y núcleos turísticos. Una imagen inicial de la división de áreas turísticas de Fuerteventura se muestra en las tablas 3 y 4.

Comarca	Municipio	Zonas Turísticas	Plazas hoteleras 2019	Plazas extraho. 2019	Viajeros alojados 2018
Norte	La Oliva	Lajares Corralejo El Cotillo	9.918	5.330	493.558
Centro	Puerto del Rosario	Puerto del Rosario	222	0	19.186
	Antigua	Castillo Caleta de Fuste Nuevo Horizonte	6.671	4.029	381.941
	Betancuria	Betancuria	0	0	-
Sur	Tuineje	Las Playitas Taralalejo Gran Tarajal Ginginamar	1.294	0	Sin datos
	Pájara	Costa Calma Solana del Matorral Esquinzo-Butihondo Morro Jable	29.581	6.770	1.113.585

Tabla 8. Zonificación de Fuerteventura por áreas y subáreas turísticas. Fuente. Elaboración propia a partir de datos secundarios de ISTAC, Promotur y Cabildo de Fuerteventura.

Comarca	Municipio	Vivienda Vacacional completa	Núcleo poblacional destacado VV	Casas Rurales
Norte	La Oliva	2548	Lajares	20
			Corralejo	
			El Cotillo	
Centro	Puerto del Rosario	308	Puerto del Rosario	16
	Antigua	839	Castillo-Caleta de Fuste	15
			Nuevo horizonte	
	Betancuria	21	Betancuria	0
Sur	Tuineje	233	Las Playitas	10
			Tarajalejo	
			Gran tarajal	
			Giniginamar	
	Pájara	808	Cota Calma	2
			Esquinzo-Butihondo	
			Morrojable	

Tabla 9. Casas completas en régimen de Vivienda Vacacional ofertadas en las plataformas Airbnb y HomeAway, y casas rurales por comarca y municipios. Fuente: AirDNA, DataHippo y Cabildo de Fuerteventura.

Esta imagen nos da una isla en tres grandes bloques Norte (municipio de La Oliva), Centro (municipios de Puerto del Rosario, Antigua y Betancuria) y Sur (municipios de Tuineje y Pájara), con una concentración importante de plazas hoteleras en Pájara, que oferta más que el resto del territorio insular en su conjunto, y una distribución más equitativa en las extrahoteleras entre La Oliva y Pájara. El tipo de alojamiento, en cierta medida, condiciona los flujos y perfiles turísticos, y, en ellos, las formas de consumo, afectando así a la oferta de otros negocios como comercios, restaurantes y cafeterías, venta de excursiones, alquiler de vehículos sin conductor, etc. El empleo demandado y las formas de relación empleador-empleado-cliente variarán pues según el área y alojamiento seleccionado, como también la concentración de la población residente (ilustración 7) en las áreas cercanas a esos núcleos o, para el caso, polos de atracción turística (véase por ejemplo el crecimiento poblacional continuado de la comarca Sur y el sostenimiento por debajo de la media de su tasa de paro en el periodo 2015-2019 (ilustración 8).

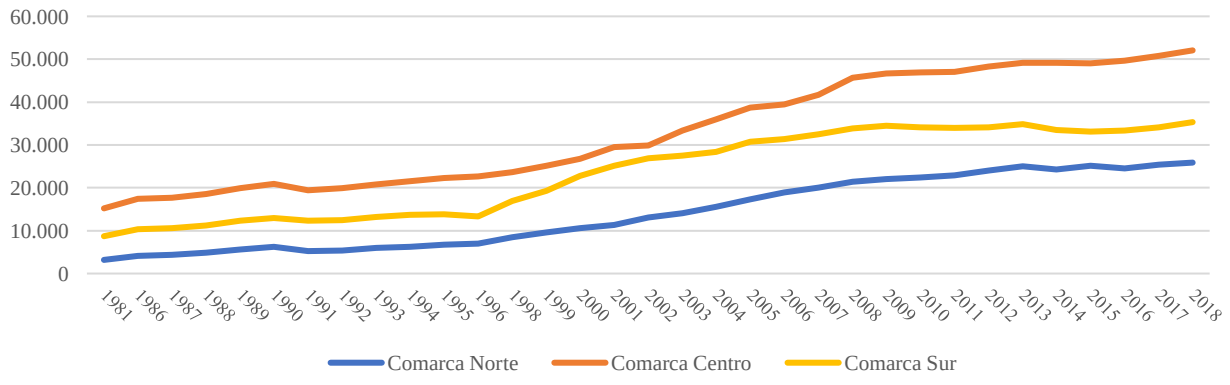


Ilustración 7. Evolución poblacional por comarcas de la isla de Fuerteventura 1981-2018. Fuente Elaboración propia sobre ISTAC.

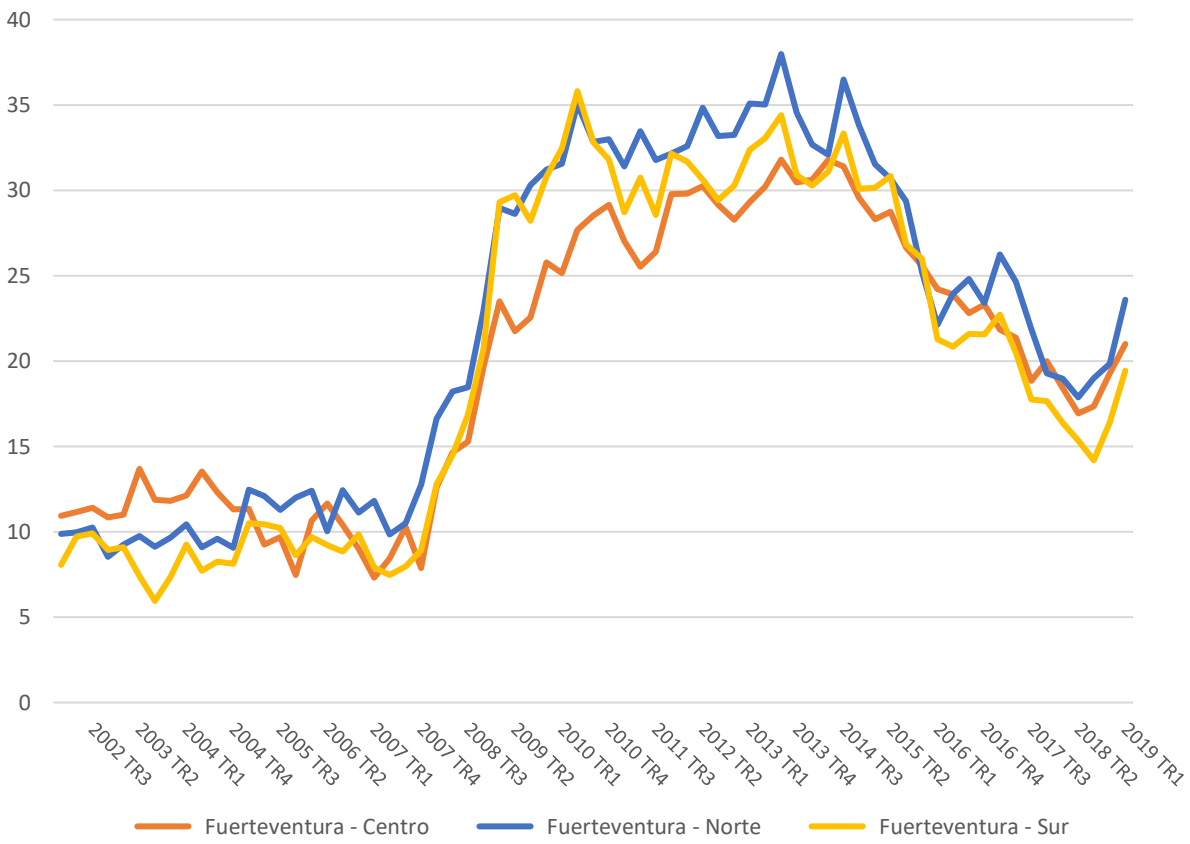


Ilustración 8. Progresión de la tasa de paro por comarcas de Fuerteventura 2002-2019. Fuernte: Elaboración propia a partir de EPA - ISTAC (http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/tabla.do)

Pero también es importante considerar que es en la comarca Sur en la que porcentualmente se concentran el mayor número de hoteles con una oferta basada en el Todo Incluido, con serias implicaciones sobre la redistribución de beneficios en el territorio, más allá de los salarios.

4.3. Los turistas

Durante la primera década del siglo XXI el sector turístico majorero pudo competir favorablemente entre los destinos internacionales, básicamente, apoyado en una serie de productos privados y promociones institucionales que, aunque renovados, estaban ya consolidados. La crisis económica-financiera de finales de esa década, agónica para algunos, resultó ser un bache en el sistema turística del archipiélago, aprovechado para reiniciarlo con planteamientos más severos en cuanto a la eficiencia y dotación de las plantillas y su correlación en las retribuciones por el empleo. Las circunstancias internacionales, especialmente de inseguridad en destinos competidores, favorecieron una recuperación exprés que sólo ahora, nueve años después, parece que puede volver a verse

frenada. El horizonte, de nuevo, se presenta con tasas más altas de competitividad, turistas más exigentes y un marco económico-monetario europeo que no va, precisamente, a impulsar la arribada de turistas extranjeros.

Ante tal situación siempre es posible realizar mayores esfuerzos en la introducción de nuevos y atrayentes productos- reclamo o invertir en grandes campañas publicitarias, pero ¿puede el destino satisfacer las nuevas demandas de tour-operadores y visitantes?

En un breve repaso al pasado, los países de la Unión Europea se convirtieron en emisores y receptores de turistas de masas desde finales de los años 60. Una serie de circunstancias paralelas al hecho turístico, tales como la evolución y abaratamiento de los medios de transporte o el aumento del tiempo libre en los países industrializados, potenciaron el movimiento de una ingente masa humana. Durante las décadas siguientes (70 y 80), con el desarrollo intensivo de la planta alojativa y de ocio en la isla, el incremento del número de visitantes fue notorio y, para atenderles, lo fue también la demanda de fuerza de trabajo, atraídos en gran parte de sectores y actividades ajenos a la hostelería y restauración y sin cualificación para atender las nuevas tareas. Los clientes, de Alemania, Reino Unido y España, entendían la práctica del turismo como una respuesta al estrés y la uniformidad de la vida urbana, significando el periodo vacacional un cambio temporal en su estilo de vida. Eran trabajadores mayoritariamente urbanos que buscaban satisfacer unas necesidades y demandas basadas en la ocupación sencilla del tiempo de ocio, fundamentalmente playa, sol y diversión nocturna.

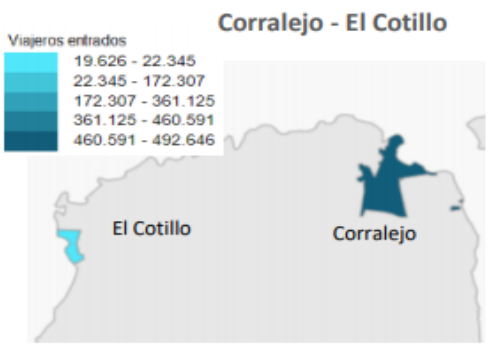
El turista viajaba hasta Fuerteventura con prácticamente todo organizado, constituyendo lo que se denominó el turismo de masas. Todas las decisiones de cierta importancia se dejaban en manos del organizador del viaje (agencia o tour-operador), lo cual garantizaba un alto grado de seguridad y facilitaba en mucho su atención como grupo.

Con la modernización –postmodernización- de las sociedades europeas y la diferenciación social que ello conllevó, teniendo su momento álgido en los últimos años del siglo, se dio un incremento de la “diversidad turística”, incluyendo ésta tanto a los productos turísticos como a los tipos y formas de turismo. El turista de masas que sigue visitando la isla reconoce el prestigio de Fuerteventura como destino, es ya un viajero experimentado que en muchas ocasiones sabe del destino bien porque lo ha visitado antes

bien a través de otros que lo hicieron, cuando no por los medios habituales de marketing y promoción. Ya no busca exclusivamente sol y playa, y confía a la agencia sólo los preparativos mayores del viaje (desplazamiento y alojamiento, fundamentalmente), manteniendo el control sobre itinerarios, reparto de su tiempo y actividades a realizar. La estética del destino y sus productos sigue siendo uno de los valores que mejora su satisfacción, pero a ésta se le añaden otros como la autenticidad y la comodidad de un entorno que debe combinar el respeto por el medio ambiente y la exposición cultural (Reserva de la Biosfera), pero entre todos destaca la importancia dada al servicio recibido y el trato con la población local (en franco retroceso en los últimos años).

En definitiva, el turismo de masas de Fuerteventura es hoy una combinación del que predominó antaño con otras formas autoreferidas como sostenible o responsable, que no muestra más que la variabilidad y alta tasa de competencia basada en la segmentación del mercado. La oferta se encuentra diversificada y por la práctica totalidad del territorio insular, lo que tiende a posibilitar un turismo-destino turístico a la carta en el que se atienda a las necesidades individuales de clientes con nuevos patrones y valores para el consumo. Todo parece indicar que ésta será la tendencia general para las próximas décadas: viajeros cada vez más exigentes, nuevos nichos de mercado, individualización de los servicios y requerimiento de atención y trato personalizado de calidad, todo con una fuerte intermediación tecnológica. Un turista más diverso que necesitará de una fuerza de trabajo más flexible y profesional.

El informe de núcleos turísticos en Fuerteventura de 2017, elaborado por Promotur, resalta precisamente esa heterogeneidad en los perfiles de los visitantes. Así, se observa la predominancia de viajeros procedentes de Reino Unido en las zonas Centro-Norte, frente a la zona sur, con prevalencia del turista alemán.



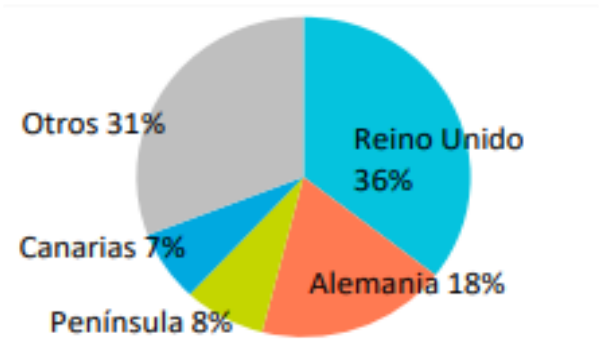


Ilustración 9. Núcleo turístico: Corralejo- El Cotillo. Fuente: Informe Núcleos turísticos en Fuerteventura realizado por Promotur (2017

En este sentido, el Norte recibe en 2017 a 178.871 turistas provenientes de Reino Unido, esto supone un 36% del total (ilustración 9). Corralejo, es el área con una infraestructura hotelera y extrahotelera más numerosa, gran variedad de oferta en restauración, y una oferta complementaria centrada en los deportes acuáticos y náuticos, concentrando la mayor actividad turística en el norte de la isla.

Por su parte, en Castillo-Caleta de Fuste (Comarca Centro, municipio de Antigua), se muestra una prevalencia, también de turistas que provienen de Reino Unido, alojando a 170.326 personas, que representa el 47% del total en la zona (ilustración 10). Importante es su puerto deportivo, playa y paseo marítimo, que vertebra tras de sí gran parte de la actividad turística de los visitantes.

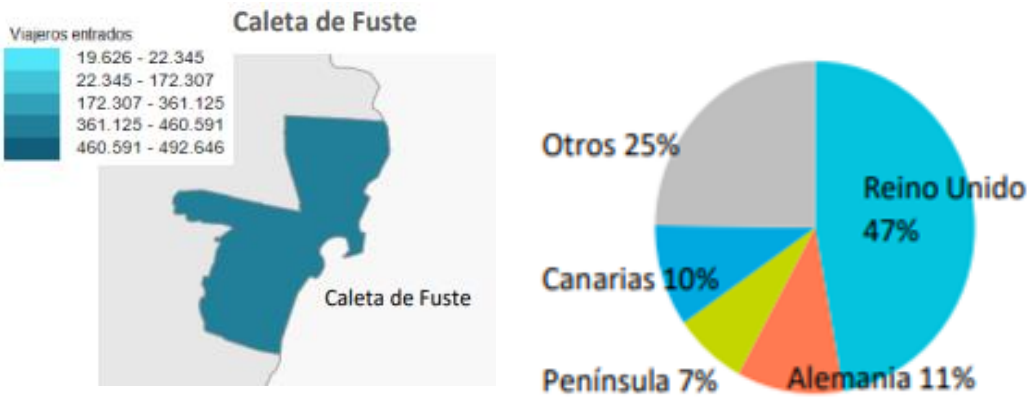


Ilustración 10. Núcleos turísticos: Caleta de Fuste. Fuente: Informe núcleos turísticos en Fuerteventura realizado por Promotur (2017)

El perfil del cliente varía cuando se analiza Costa Calma, el primer gran núcleo turístico de la Comarca Sur, en el municipio de Pájara, mostrando la continuidad de un área que ha sido desde sus inicios el área preferida de Fuerteventura para el reposo de los alemanes. Un total de 251.109 turistas del año 2017 fueron de origen alemán (55% del total), mientras que los originarios de Reino Unido tan solo fueron 32.224 (7%) (ilustración 11). Siendo un núcleo de alta densidad del modelo hotelero todo incluido, junto con el resto de las localidades turísticas del municipio de Pájara, la oferta restaurativa, comercial y de actividades turísticas no es tan significativa como en la zona norte.

Ilustración 11. Núcleos Turísticos: Costa Calma. Fuente: Informe núcleos turísticos en Fuerteventura realizado por Promotur (2017)

Finalmente, la situación en la zona de Esquinzo-Butihondo es similar: mayoría de turistas alemanes, llegando a ser un total de 259.926. Es interesante observar que la categoría otros, en toda la isla, tiene una gran presencia, en tanto que otros mercados europeos considerados "menores", como el polaco, el italiano o el francés, han entrado recientemente. Morro Jable y Solana del Matorral repiten esta misma situación. En total, un 58% de los turistas de esta zona fueron de origen alemán (ilustración 12).

Más allá de las localidades costeras tradicionalmente turísticas, es necesario desatacar que, desde hace más de una década, los alojamientos rurales y agroturísticos han ido ocupando el interior de la isla (tabla 9), aportando formas complementarias de estancia y ocio al turismo de costa (sol y playa). Esta forma reglada de entrar en el negocio turístico se encuentra ahora con algunos problemas de competitividad, achacados desde la propiedad, fundamentalmente, al surgimiento y crecimiento exponencial de la vivienda vacacional. Esta actividad, reglada y no reglada, se han extendido y organizado comercialmente a través de plataformas de alquiler vacacional tales como Airbnb o Homeaway, entre otras, que a cambio de un margen comercial facilitan el contacto entre oferta y demanda. En la práctica, se está dando una reconfiguración del espacio turístico previo y aún es pronto para calcular su impacto en el territorio (comercio y ocio), sobre el empleo (creación y/o sustitución de actividades en la fuerza de trabajo) y la afección a la ocupación hotelera y extrahotelera.

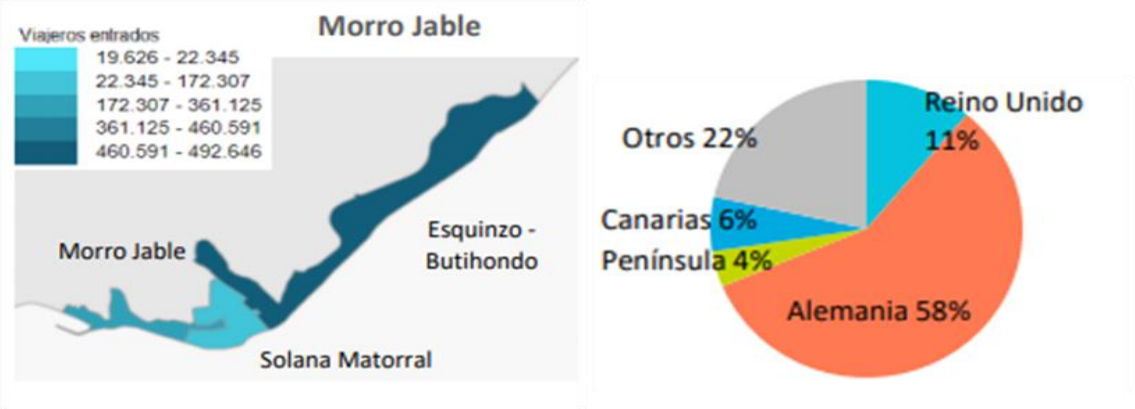


Ilustración 12. Núcleos Turísticos: Morro Jable y Solana del Matorral. Fuente: Informe núcleos turísticos en Fuerteventura realizado por Promotur (2017)

Un análisis somero de los datos (Tabla 9), muestra que La Oliva es el municipio que más oferta de alquiler vacacional mantiene, seguida muy de lejos por Antigua y Pájara. Un análisis preliminar puede llevar a pensar que el alquiler vacacional a través de plataformas coincide con los núcleos turísticos tradicionales. Es decir, se alquilan viviendas vacacionales en zonas como Corralejo, Caleta de Fuste o Costa Calma. No es de extrañar este hecho si se relaciona con la intensa actividad deportiva acuática, fundamentalmente surfista, de Corralejo y El Cotillo, que comprende un mercado más joven y autónomo con respecto a la elección del alojamiento.

No obstante, no es desdeñable la actividad que se produce en el resto de las localidades. Por ejemplo, en Puerto del Rosario, donde se encuentran un total de 308 casas completas, Tuineje, con 233 casas completas, distribuidas en sus pequeñas localidades costeras y al interior, o incluso Betancuria, con 21 alojamientos (ilustración 13).

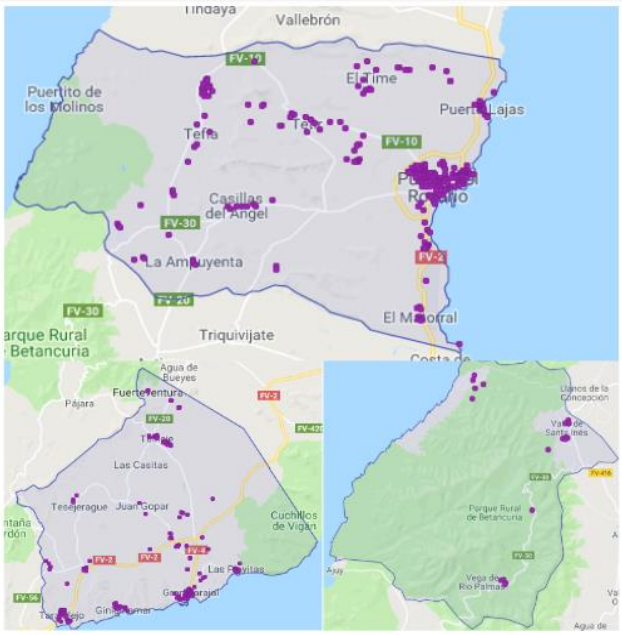


Ilustración 13. Distribución de alquiler vacacional ofertado en Airbnb en los municipios de Puerto del Rosario, Tuineje y Betancuria. Fuente: AirDNA 04/2019

5. OFERTA DE TRABAJO

Para establecer un contexto de empleabilidad de la isla de Fuerteventura y, en consonancia con la línea de análisis por comarcas a nivel insular, se puede observar, según datos extraídos del ISTAC que, durante el último trimestre de 2018, se registra un total de 41.330 trabajadores afiliados a la Seguridad Social. Existe un registro mayoritario en las comarcas del Puerto del Rosario (32%), Pájara (28%) y La Oliva (20%); seguidos, de manera más distante, el 10% y 9% de Tuineje y Antigua respectivamente, según lugar de cotización. Es lógico, el peso que obtiene Puerto del Rosario, pues actúa como plataforma para la localización de importantes entidades y servicios públicos (Cabildo Fuerteventura, juzgados, hospital, institutos, colegios, etc.).

En lo que se refiere al resto de zonas mencionadas, se reafirma una vez más, la importancia que tiene la actividad turística como motor de desarrollo para cada uno de estos territorios, siendo uno de los principales pilares económicos y de creación de empleo que posee en la actualidad la isla de Fuerteventura.

A partir de aquí, se lleva a cabo un análisis más pormenorizado de la situación actual del empleo en la isla de Fuerteventura durante el año 2018. Para el desarrollo de los apartados posteriores se ha tomado como referencia la Encuesta de Población Activa (EPA) que como bien expone el ISTAC,

"…tiene por objetivo obtener datos trimestrales de la fuerza de trabajo y de sus diversas categorías (ocupados, parados), así como de la población ajena al mercado laboral (inactivos)…".

Este informe se estructurará a través de cuatro factores principales: población activa, ocupada, parada e inactiva. Esto combinado posteriormente con la demanda de empleo existente a nivel insular, permite comenzar a contextualizar la situación empresarial y el perfil profesional predominante que se ha ido desarrollado durante los últimos años a nivel insular.

5.1. Definiciones

Se considera que la **población activa** está compuesta por todos los habitantes en edad laboral que o bien trabaja en un empleo remunerado (población ocupada) o bien se halla en plena búsqueda de empleo (población en paro) (Organización Internacional del Trabajo (OIT)).

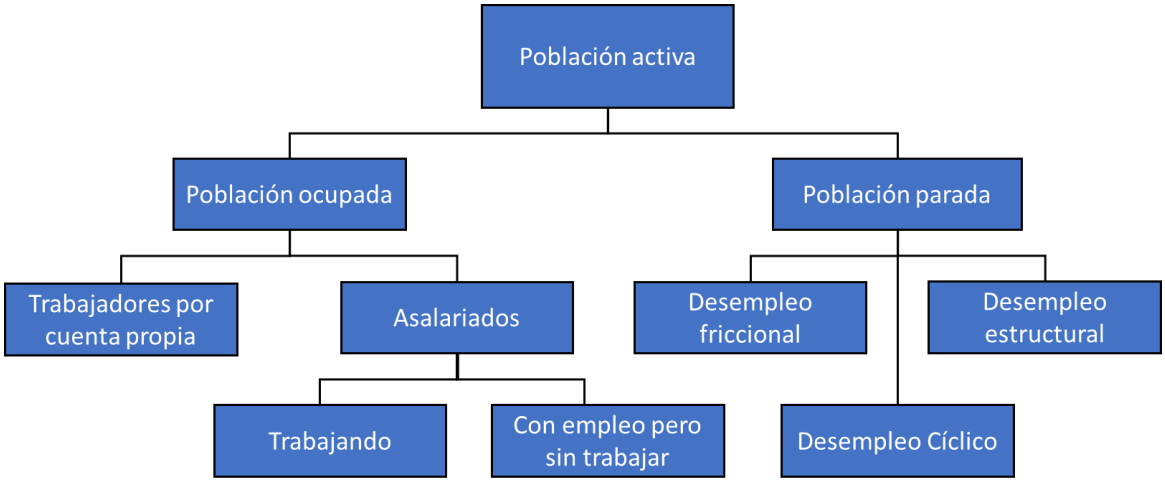


Ilustración 14. Esquema conceptos desglosados acerca de la población activa. Fuente: Elaboración propia

La **población ocupada** está formada por todas aquellas personas que tienen un empleo remunerado o ejercen una actividad independiente y se encuentran trabajando, o bien están sin trabajar, pero mantienen un vínculo formal con su empleo (Organización Internacional del Trabajo (OIT). Dentro de la población ocupada, se pueden encontrar personas con trabajo por cuenta ajena o asalariados y personas con trabajo por cuenta propia.

(a) Personas con trabajo por cuenta ajena o asalariados.

- Trabajando: Son todas aquellas personas que en la semana en la que se realiza la encuesta han trabajado al menos una hora a cambio de sueldo, salario o retribución conexa

- Con empleo, pero sin trabajar: se refiere a todas aquellas personas que "habiendo trabajado en su empleo actual, estén ausentes del mismo durante la semana de referencia y mantengan un estrecho vínculo con él". El vínculo que la persona mantenga con el empleo se determina de acuerdo con la "creencia del entrevistado en reincorporarse o no

a la empresa de acuerdo con el periodo de ausencia o la percepción o no de algún tipo de remuneración".

Las personas que se encuentren en las siguientes situaciones no serán consideradas asalariadas:

- los empresarios y los trabajadores independientes, aunque estuvieran contratados como asalariados en su propia empresa.
- los trabajadores familiares no remunerados (ayudas familiares) y los miembros de cooperativas que trabajan en las mismas.
- las personas ausentes de su trabajo, con licencia o suspendidas que estén débilmente vinculadas a su empleo.
- los trabajadores estacionales, ocasionales o discontinuos por cuenta ajena en la época de menor actividad que no hayan trabajado en la semana de referencia" (INE 2005)

(b) Ocupados por cuenta propia

- trabajando: las personas que durante el período de referencia hayan trabajado, incluso de forma esporádica u ocasional, al menos una hora a cambio de un beneficio o de una ganancia familiar, en metálico o en especie.
- con trabajo, pero sin trabajar: las personas que durante el período de referencia tenían que realizar algún trabajo a cambio de un beneficio o ganancia familiar, pero han estado temporalmente ausentes del mismo por razones de enfermedad o accidente, vacaciones, fiestas, mal tiempo u otras razones análogas. Según esta definición, ejercen una actividad por cuenta propia: los empresarios, los trabajadores independientes, los miembros de cooperativas que trabajan en las mismas y los trabajadores familiares no remunerados (ayudas familiares)

No se considerarán ocupadas por cuenta propia a las siguientes personas:

- las que se ocupan de su hogar sin remuneración, las que prestan servicios sociales no remunerados o de carácter benéfico y otras personas no remuneradas que ejercen actividades fuera del ámbito de las actividades económicas.
- los trabajadores estacionales por cuenta propia y los trabajadores estacionales u ocasionales familiares no remunerados en la temporada de menor actividad que no hayan trabajado en la semana de referencia" (INE 2005).

La **población parada** incluye a todas aquellas personas en edad activa (16-67 años) que no tienen empleo asalariado o empleo independiente, están actualmente buscando empleo y están disponibles para trabajar (Organización Internacional del Trabajo (OIT)).

El conocimiento pormenorizado de las características del colectivo desempleado es básico de cara a combatir el problema.

Tradicionalmente se distinguen tres tipos de desempleo:

- Desempleo friccional: Antes se llamaba "desempleo natural". Es el desempleo de funcionamiento de la economía. Es un desempleo que hay en todas las economías por muy bien que vaya, y se debe a los grandes grupos, a las circunstancias de la vida y al propio funcionamiento de la economía. Por ejemplo: despidos disciplinarios o personas que no han trabajado nunca y que tienen que entrar en el mercado de trabajo. Por eso la tasa de pleno empleo es relativa. El desempleo friccional va cambiando porque depende de valores como, por ejemplo, las tasas de natalidad y posterior incorporación, 16 años después, de una corte al mercado de trabajo. Este desempleo no es reducible a 0 y además es interesante calcularlo.

- Desempleo estructural: es el paro de larga duración, tomándose como tal cuando una persona lleva en paro durante un año o más.

- Desempleo cíclico: desempleo como consecuencia del ciclo económico.

El desempleo estructural se asocia a personas que se encuentran en desempleo con una edad ya avanzada (personas con 55 – 65 años y es difícil que encuentren un empleo). Este tipo de empleo se asocia con el nivel formativo y la especialización laboral. Hay personas con una formación específica que no se ajusta con los empleos que se ofrecen en la ciudad donde se ubican.

Un parado tiene que reunir tres condiciones al mismo tiempo para ser tomado administrativamente como tal:

a. No haber trabajado en la semana de referencia
b. Tiene que estar en busca de trabajo, es decir, que hayan tomado medidas concretas para buscar un trabajo por cuenta ajena o hayan hecho gestiones para establecerse por su cuenta durante el mes precedente
c. Tienen que estar disponibles para trabajar, es decir, en condiciones de comenzar a hacerlo en un plazo de dos semanas a partir del domingo de la semana de referencia (INE, 2005)

5.2. La población activa de Fuerteventura

La evolución de la población activa de Fuerteventura muestra una linealidad característica de poblaciones que han crecido por aportación de fuerza de trabajo que proviene del exterior, correspondiéndose con lo ya comentado en la evolución poblacional (ilustraciones 3 y 4). Así, se observa que, tomando como variantes la edad y el sexo, se mantiene un estancamiento de los menores de 25 años, mientras que se da un crecimiento variable pero casi constante entre 2002 y el tercer trimestre de 2015 para ambos sexos con edades superiores a los 25 años (ilustración 14). A partir de ese momento se inicia un periodo de estancamiento, que se muestra claramente entre 2017 y el tercer trimestre de 2018 (ilustración 15).

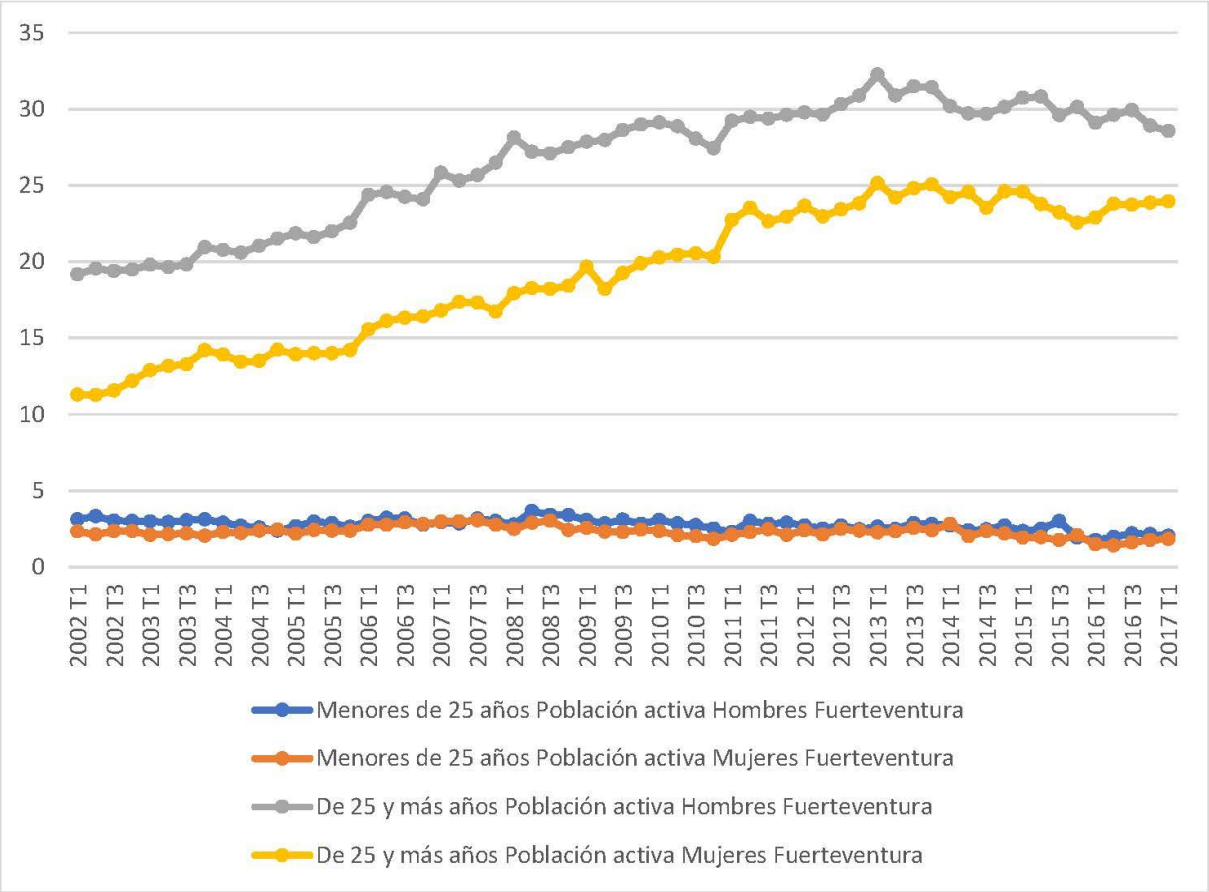


Ilustración 15. Población activa según sexos y grupos de edad. Fuerteventura 2002-2017 (miles de personas). Fuente: elaboración propia. ISTAC a partir de INE.

Ilustración 16. Población activa de Fuerteventura por comarcas y trimestres 2017-2018. Fuente: Elaboración propia. ISTAC (2018)

Se aprecia, en cualquier caso, una distribución desigual en el territorio que sitúa muy por encima a la comarca norte (La Oliva), pese a disponer de menos planta alojativa y menos flujo de turistas que la comarca sur. Siendo el turismo el principal motor de la economía insular, ello hace pensar que los modelos de comercialización del alojamiento (con una prevalencia importante del todo incluido en el sur) pueden tener incidencia en los flujos de población, pero también es necesario tomar en consideración el aumento de población inmigrante europea que está estableciendo su residencia en la comarca norte.

Otra cuestión para destacar es la importante diferencia de población activa por género en el grupo de edad 25 y más años a favor de hombres frente a mujeres. Sin embargo, se observa un acercamiento progresivo en los últimos años, en parte fruto al descenso de la oferta de trabajo que puede estar forzando movimientos poblacionales negativos hacia otros municipios. Vinculado a estos procesos, es destacable el cambio ocurrido entre 2017 y 2018 en el perfil de contratados según los datos extraídos ISTAC y el Observatorio Canario de Empleo (desde ahora OBECAN). A través de una diferenciación por edad se detecta que únicamente el 4% de la población activa durante 2018 se encuentra dentro de la franja de edad “Menor de 25 años”. De igual forma, la distribución según género (ilustración 17), en esta franja de edad, es mayor entre los hombres (hasta el tercer trimestre de 2017). A partir de este momento, son las mujeres, quienes obtienen mayor representatividad en las tasas de población activa.

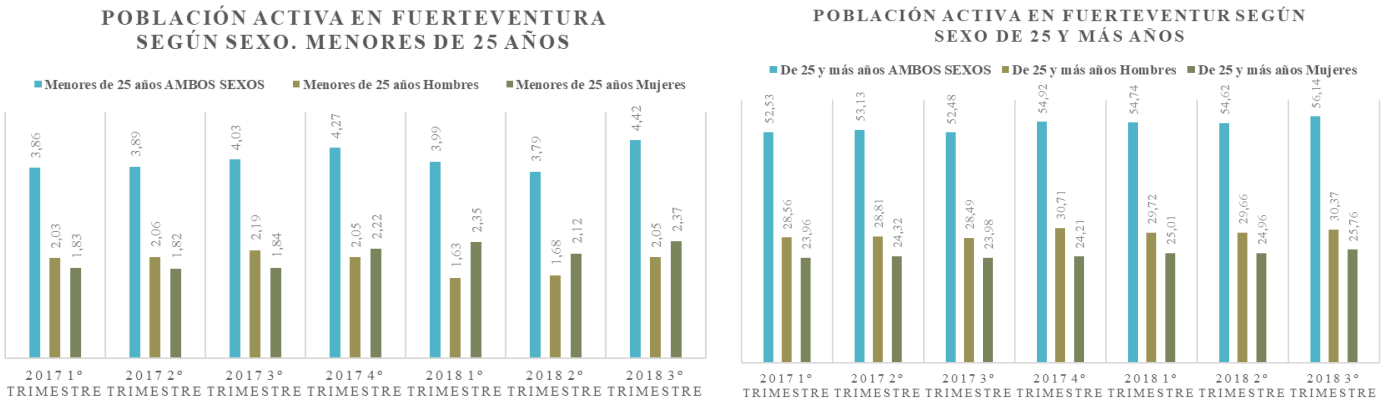


Ilustración 17. Población activa de Fuerteventura según sexos y grupo de edad 2017-2018. Fuente elaboración propia. ISTAC (2018).

Sin embargo, no conviene extraer conclusiones precipitadas desde datos absolutos. Para esclarecer la situación, tomamos la Tasa de Actividad, que correlaciona en porcentaje a los activos con la población que tiene edad para trabajar. Esto es, de cada 100 personas que tienen edad para trabajar cuántos ofrecen su capacidad para ejercer laboralmente. Esto permite tener una visión relativa de la oferta de trabajo.

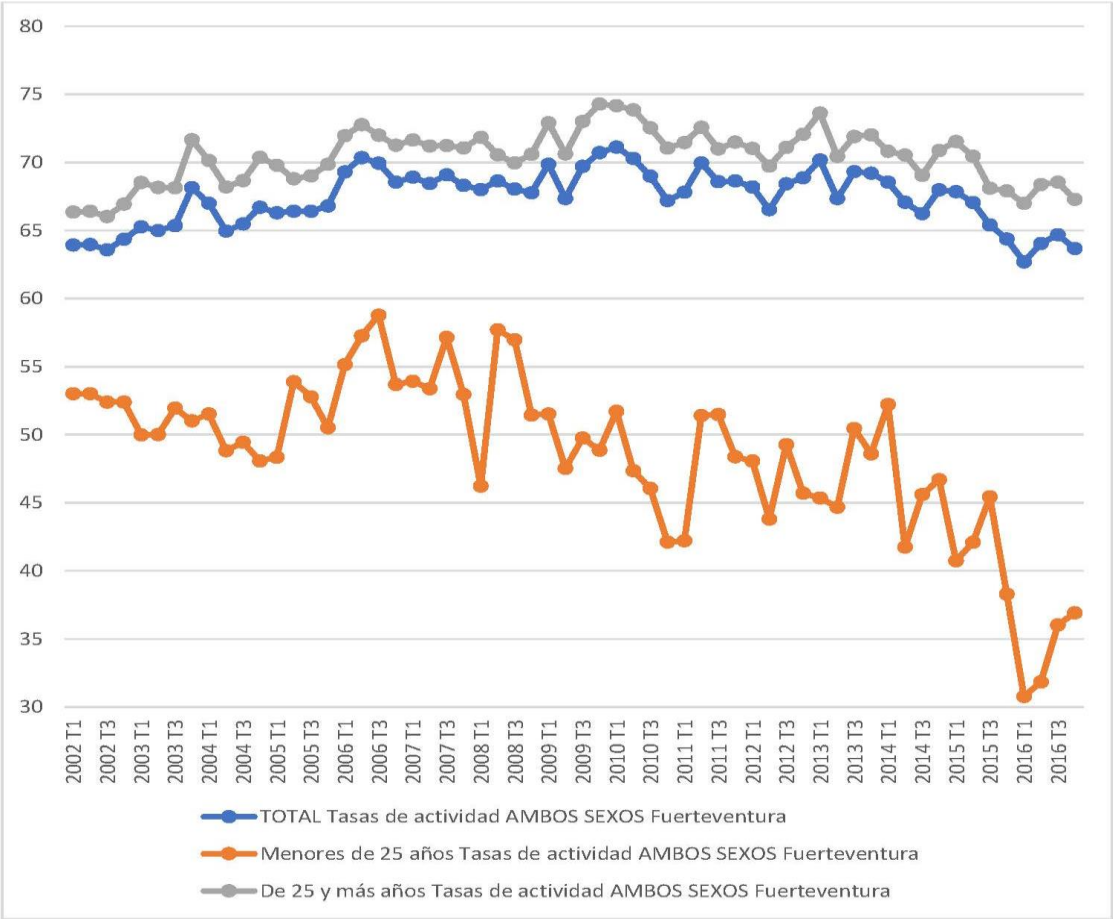


Ilustración 18. Tasas de actividad por grupos de edad. Fuerteventura 2002-2016. Fuente: elaboración propia sobre ISTAC a partir de INE.

La ilustración 18 muestra la tasa de actividad por grupos de edad en Fuerteventura. Destaca considerablemente el efecto de la crisis económica que se inicia en 2007-2008, especialmente en las tendencias de crecimiento anteriores en la población activa más joven. En el periodo de recuperación, la tasa de actividad de los jóvenes desciende progresivamente en más de un tercio. Sin llagar al extremo del grupo de edad "menores de 25 años", es observable, en cualquier caso, que la tasa de actividad en Fuerteventura ha caído casi a los niveles de 2002.

Tomada la tasa de actividad en referencia al sexo (ilustración 19), es posible apreciar que mientras que en los hombres se mantiene relativamente en crecimiento hasta 2010, para luego iniciar un descenso continuado, ocurre lo contrario en las mujeres, cuya tasa de actividad se ha mantenido, aún con altibajos, creciente durante un largo periodo. Ello muestra una incorporación continuada, aunque moderada, de la inclusión de la mujer al mercado laboral de Fuerteventura, especialmente en el periodo postcrisis.

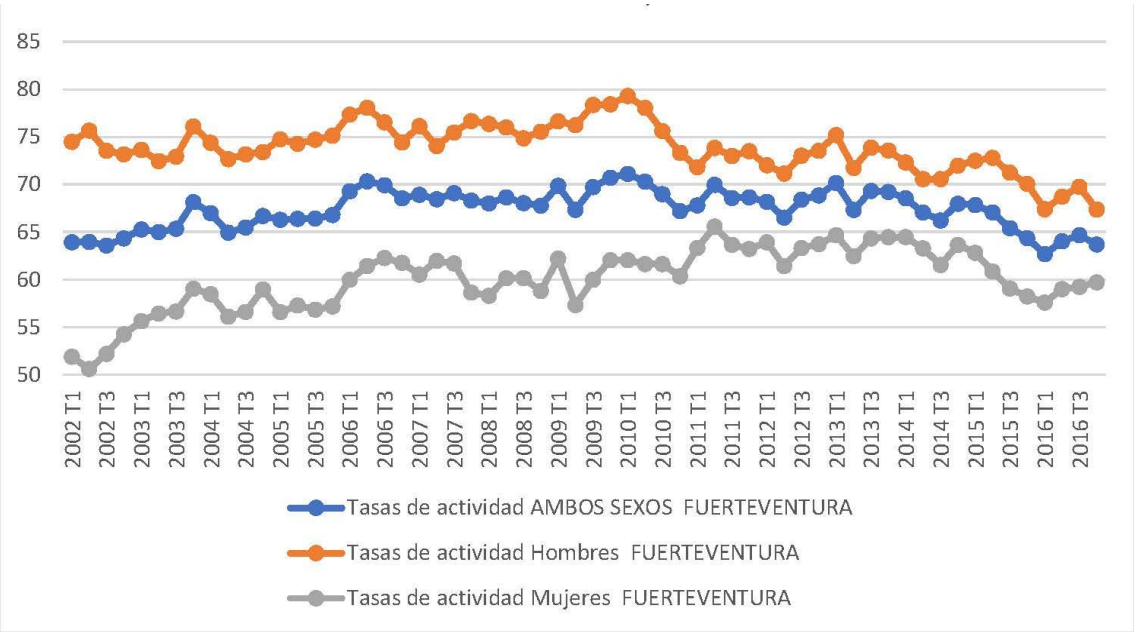


Ilustración 19. Tasa de actividad por sexo 2002-2016. Fuente Elaboración propia sobre ISTAC a partir de INE.

El aumento de la incorporación de la mujer al mercado laboral viene marcado, fundamentalmente, por:

- *El cese de actividad de los hombres en las unidades domésticas (especialmente con ingresos provenientes del sector de la construcción y, en menor medida, la hostelería)*
- *Los salarios se incrementan motivando a las mujeres a querer pasar a la actividad.*
- *Fomento de contratación de las empresas*
- *Caída de la natalidad*
- *Crece porque incrementa la necesidad de productividad en el hogar*

Tomada por comarcas (ilustración 20), la tasa de actividad muestra que son las áreas con una economía impulsada por la empresa turística y las actividades que le son anexas, las que destacan en los últimos años, resaltando con anterioridad (periodo 2002-2004) la comarca centro, posiblemente muy potenciada por el sector de la construcción y el ámbito administrativo.

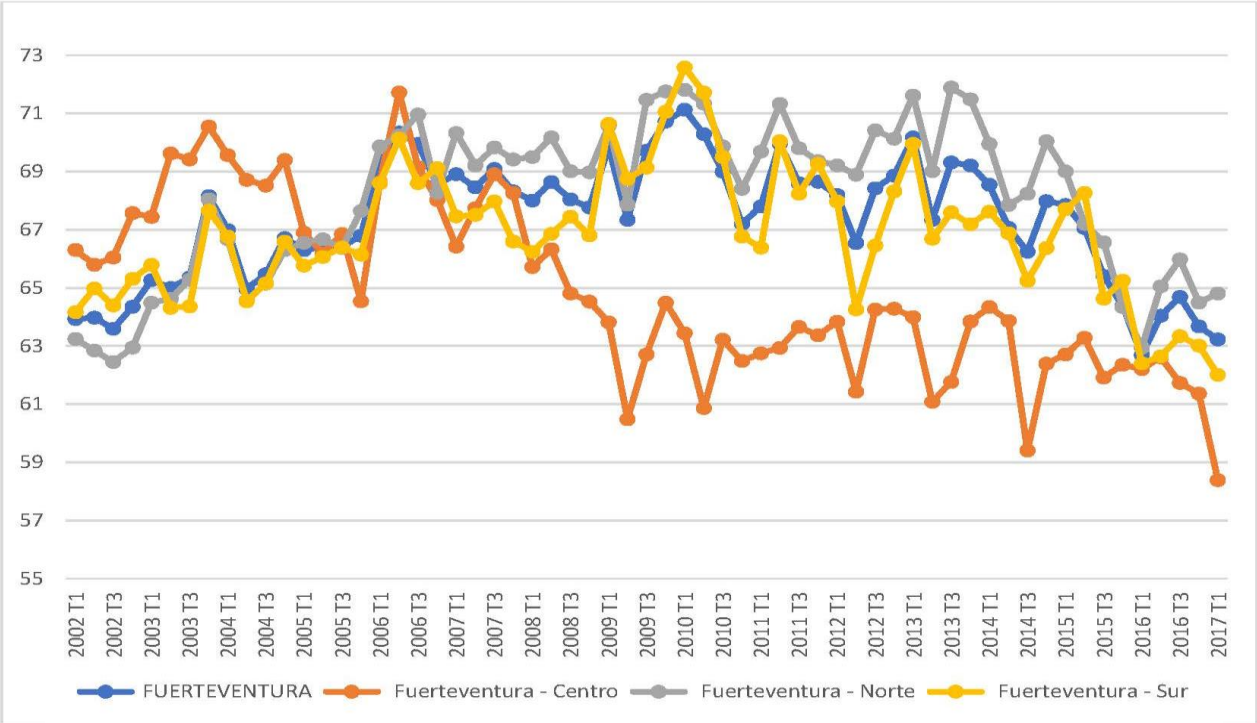


Ilustración 20. Tasa de actividad zona. Fuerteventura 2002-2016 (porcentajes). Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir del INE.

5.3. Población ocupada

La demanda de trabajo se refiere al proceso mediante el cual las empresas que necesitan cubrir tareas en su organización y no pueden proveerse con la fuerza de trabajo interna, recurren a buscan en el mercado de trabajo el perfil de persona/s que se adecúen para tal fin, ofertando plazas dentro de sus procesos de reclutamiento. Se puede dar que la empresa esté ofertando un puesto de trabajo y que dentro de los oferentes no encuentre el perfil para el puesto, en este caso se estaría hablando de vacante de empleo, pero lamentablemente las empresas no facilitan información sobre tales vacantes.

La demanda de trabajo satisfecha está relacionada con el ciclo económico, en tanto que deriva del incremento en la producción de bienes y servicios, bajo unas condiciones de trabajo establecidas (horarios, turnos, tareas específicas, etc.). En teoría, si la producción de éstos cae, la demanda de trabajo se reduce. Y, por el contrario, si las

empresas ven que la demanda de los bienes que producen se incrementa o desean producir más, aumentaría también la fuerza de trabajo demandada. Por eso hay una relación entre lo que se produce en una economía (PIB) y la demanda de trabajo que se ocupa (la satisfecha).

El segundo factor que interviene en la demanda de trabajo es la productividad. Se relaciona con la demanda de trabajo porque dependiendo de lo que produzca cada empleo, la demanda de trabajo será una y otra.

La población ocupada en Fuerteventura, aquellos que mantienen un vínculo formal con su empleo, produciendo según las necesidades empresariales, de mercado o por la propia cuenta, se ha mantenido ligeramente creciente durante el periodo 2015-2016, después de un periodo de importante recesión entre el segundo semestre de 2007 y hasta el tercer trimestre de 2010 (ilustración 21). En ese momento se inicia un periodo de recuperación, con ligeros altibajos (coincidentes con los terceros trimestres del año (julio-septiembre) en los que desciende el turismo internacional), hasta enero de 2017. El periodo 2017-2018 se caracteriza por mantener una progresión lenta en su tendencia, ligeramente al alza (ilustración 22).

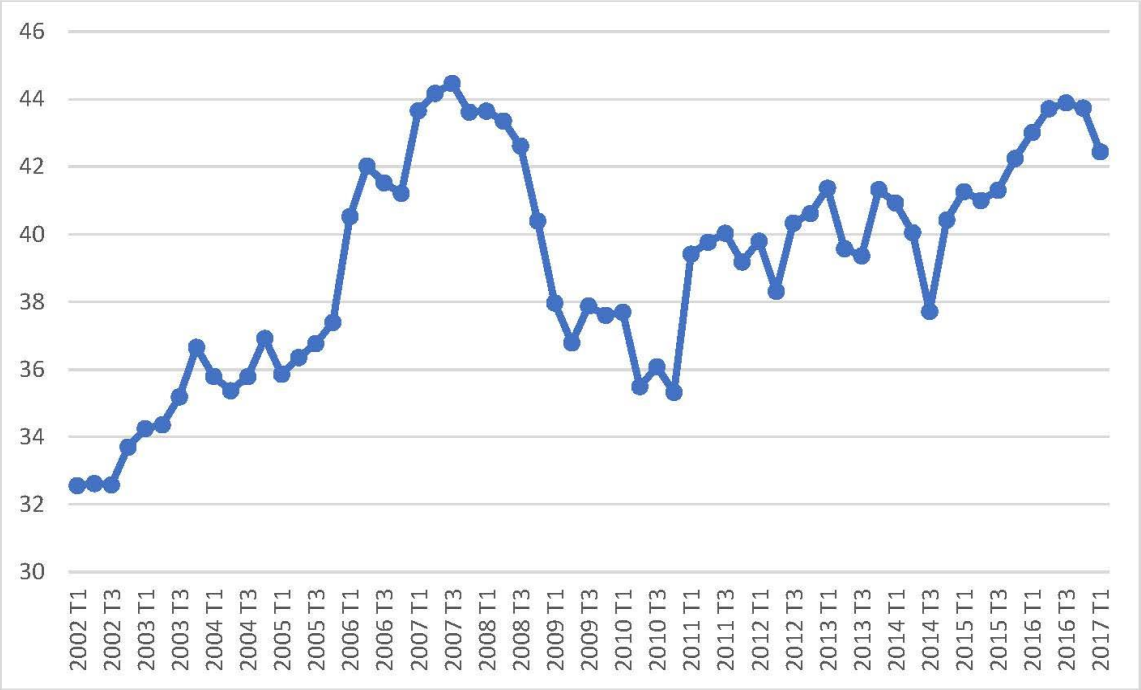


Ilustración 21. Población ocupada. Ambos sexos. Fuerteventura 2002-2017 (miles de personas). Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir del INE.

Ilustración 22. Población ocupada de Fuerteventura por comarcas y trimestres. Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del ISTAC (2018)

Atendiendo a las diferencias en la población ocupa da según sexos (ilustración 23), se aprecia que a medida que han pasado los años las diferencias de ocupados entre hombres y mujeres se van acercando. En un principio los hombres ocupaban más puestos de trabajo que las mujeres con bastante diferencia, sin embargo, en 2017 las diferencias no eran ya tan notables.

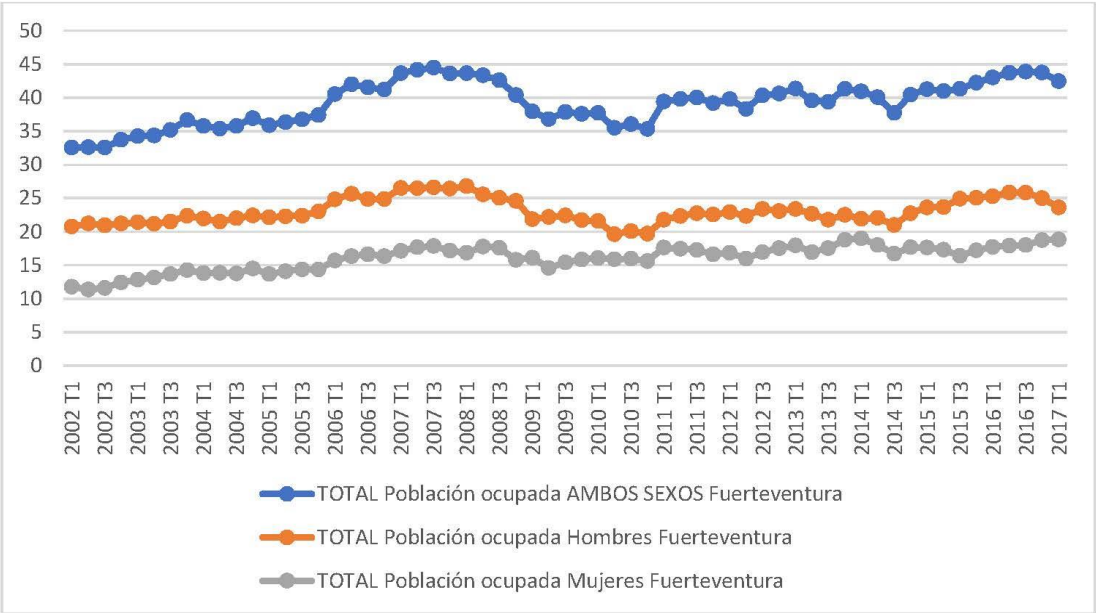


Ilustración 23. Población ocupada por sexo. Fuerteventura 2002-2017 (porcentajes). Fuente: Elaboración Propia. ISTAC a partir de INE.

Sin embargo, al pormenorizar la población ocupada según las tasas de empleo por grupos de edad (ilustración 24) y sexo (ilustración 25), la situación se muestra más preocupante.

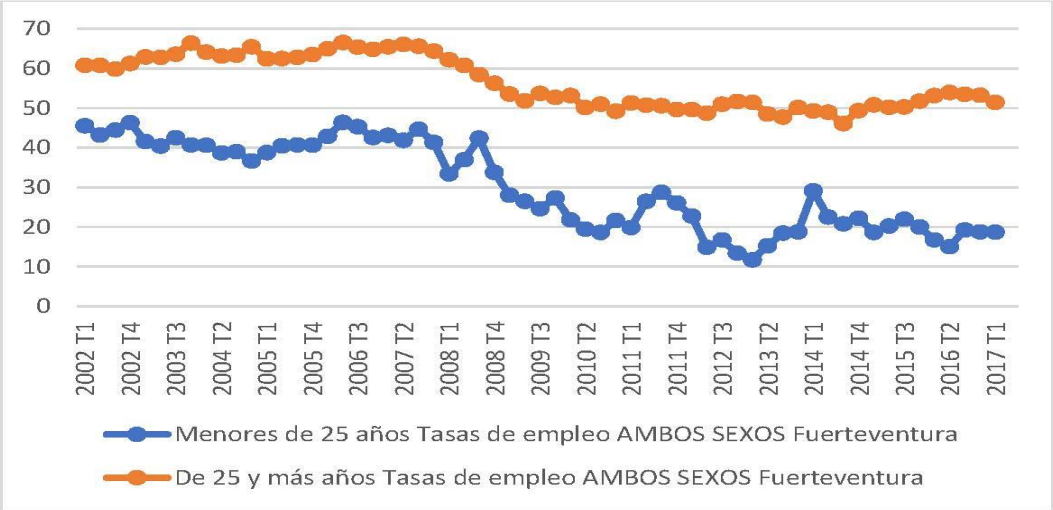


Ilustración 24. Tasa de empleo por grupos de edad. Fuerteventura 2002-2017 (porcentaje). Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir del INE.

En las tasas de empleo, a partir de la crisis, se ha abierto una brecha entre los grupos de edad (ilustración 24) que, si bien evolucionaban hacia la convergencia antes de la crisis, se amplían como resultado de esta. La crisis ha provocado que los jóvenes tengan mayores dificultades para conseguir un empleo y ha influido en las tasas de actividad, es decir, los jóvenes bien han extendido los años de estudio bien engrosan el paro insular. Esta es una de las preocupaciones básicas en el momento y se destaca la bajísima tasa de empleo de los jóvenes (menores de 25 años).

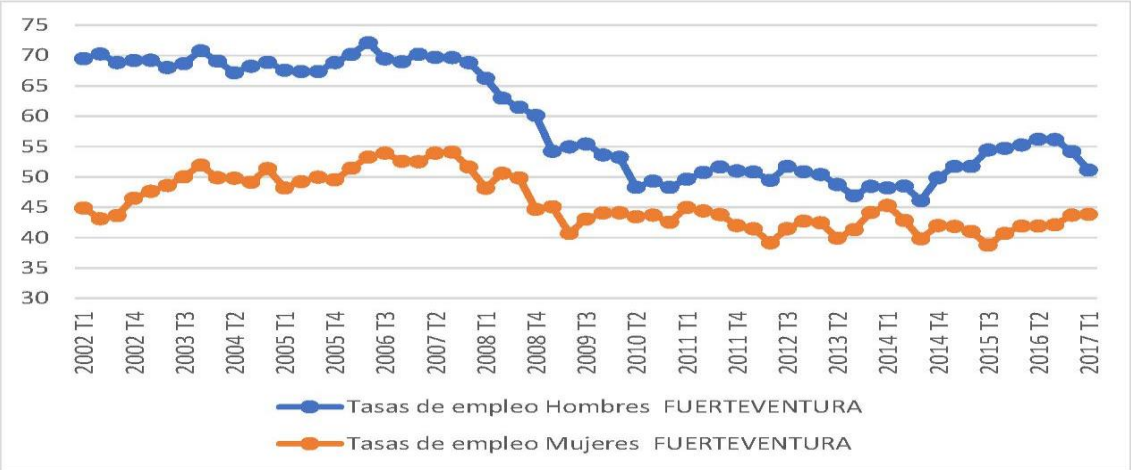


Ilustración 25. Tasa de empleo por sexo. Fuerteventura 2002-2017. Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir del INE.

Las tasas de empleo de los hombres son superiores a las de las mujeres, por lo que todo parece indicar que los varones siguen teniendo, en términos generales, más probabilidades de encontrar empleos. Los años posteriores a la crisis acercan las tasas de empleo de hombres y mujeres, sin embargo, no se trata sólo de un aumento de puestos de trabajo ocupados por mujeres, sino que tal acercamiento se relaciona más con la destrucción de empleo masculino, especialmente vinculado a la construcción. Se verá, en caso de una reactivación del sector, que es muy probable que tal brecha vuelva a abrirse.

Cuestión aparte, pero no menos importante en los objetivos de este análisis, es la cualificación de la población ocupada de Fuerteventura. Si bien los últimos datos globales disponibles vinculados a los diferentes sectores fueron tomados en 2011 (*Censo de Población y Vivienda*, ISTAC), es posible realizar un acercamiento a los contratos realizados en la serie 2010-2015 a través de OBECAN (ilustración 26), observándose el predominio de la Educación Secundaria y el grupo de edad 25-45 años.

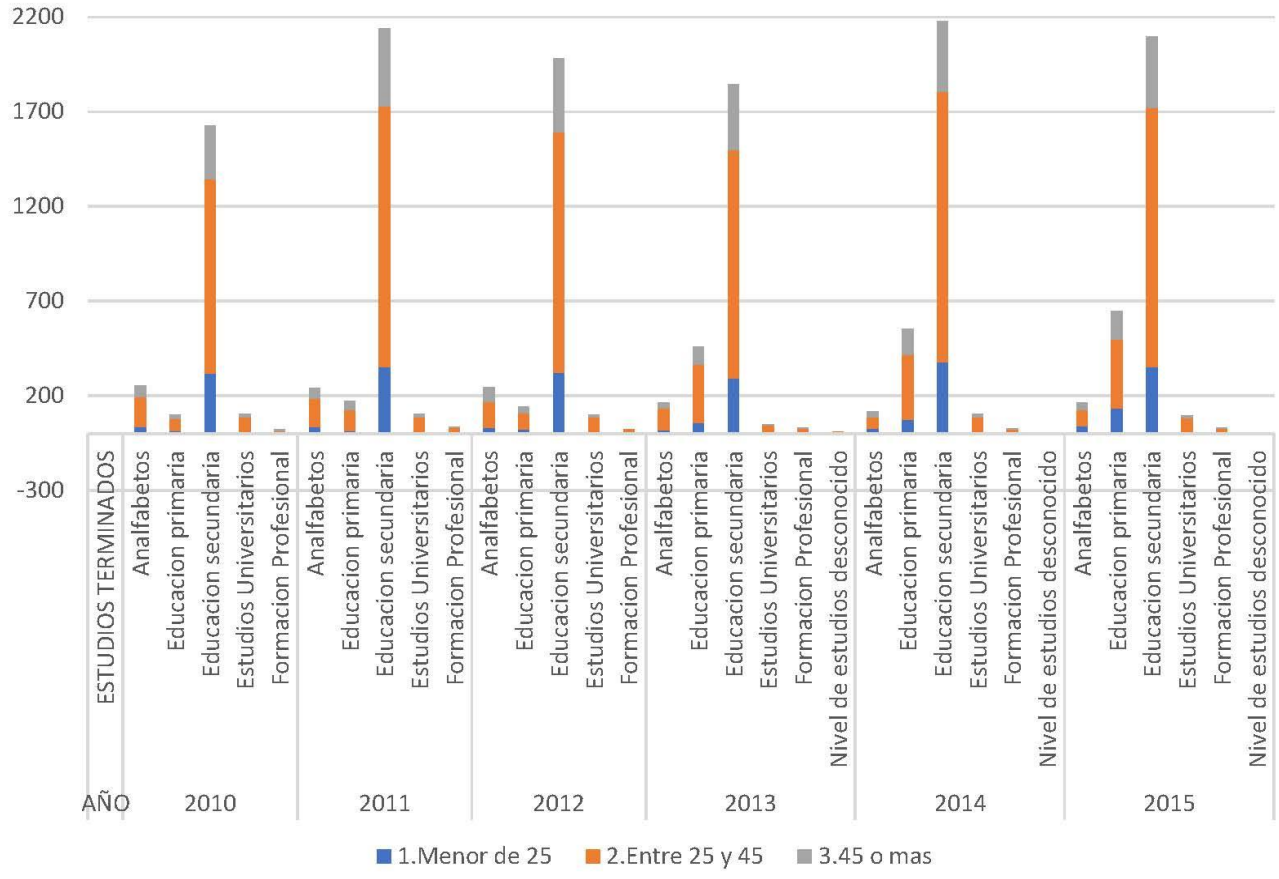


Ilustración 26. Contratos por edad y niveles de estudios 2010-2015 Fuerteventura (miles de personas). Fuente: Elaboración propia. OBECAN.

Es a partir del *Censo de Población y Viviendas* de 2011 que se puede realizar una revisión de la población ocupada según nivel de estudios y actividad desempeñada (ilustración 27). Se centra el análisis en las principales actividades productivas y muestra una prevalencia del nivel formativo básico (ESO, EGB o Bachiller elemental) alcanzando el 28,76% de la población, si bien destaca respecto al Censo anterior (2001) el incremento de la población que finaliza el Bachiller superior (LOE, LOGSE), con un 20,78%.

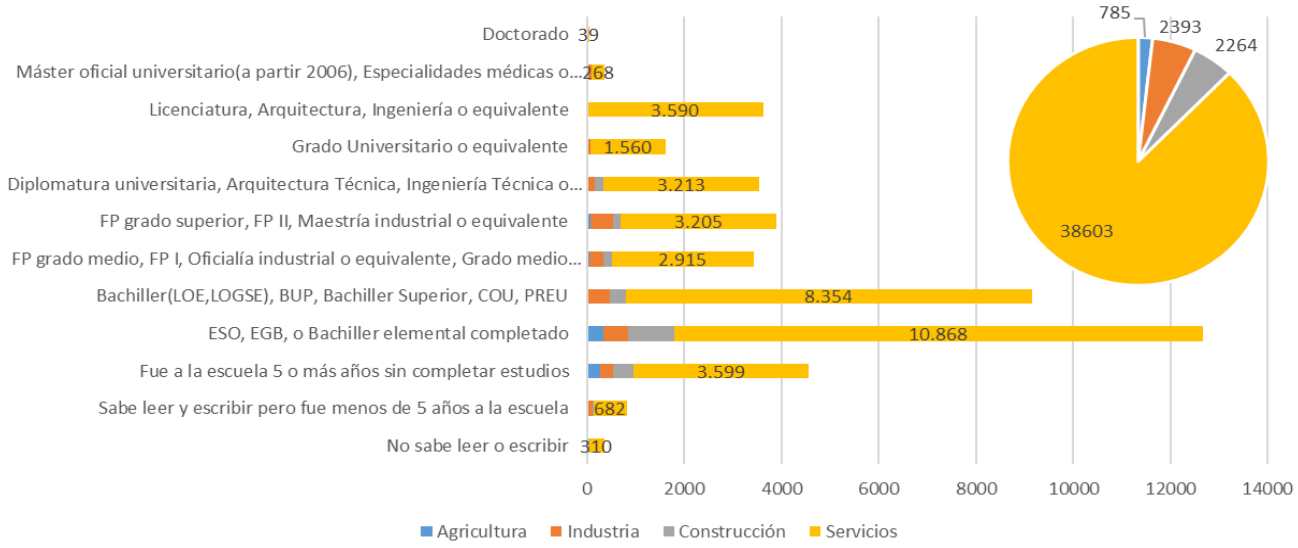


Ilustración 27. Población ocupada según nivel de estudios y sector de actividad (2011) destacando el número de ocupados en Servicios. Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Censo población y viviendas por islas 2011 (ISTAC)

La fuerza de trabajo de la isla de Fuerteventura se encuentra claramente profesionalizada en el sector servicios (47%) (ilustración 28); del cual el 17% y el 8% corresponde a las ramas de la hostelería y comercio al por mayor y al por menor, respectivamente. Que el 85% de la población ocupada posea una cualificación básica, dedicándose primordialmente a actividades centradas en la atención al público y el trato directo con el turista/residente, pone de manifiesto la relevancia de contemplar la cualificación, profesionalización y especialización de la fuerza de trabajo insular como objetivo principal para la prestación de un *servicio de calidad.* En la situación actual de las empresas de servicios (exceptuando alojamiento hotelero) en las áreas turísticas destaca su dispersión en cuanto a servicios prestados, el bajo número de empleados y empleadas –destacando la contratación de estas últimas sobre los primeros-, un nivel de cualificación medio de EGB/ESO y una alta tasa de contratación temporal. Es significativo el bajo dominio de idiomas y, en las áreas de interés para este estudio, la alta rotación de personal. Por todo ello, se hace necesario un plan de recualificación adaptado a los condicionantes de la actividad.

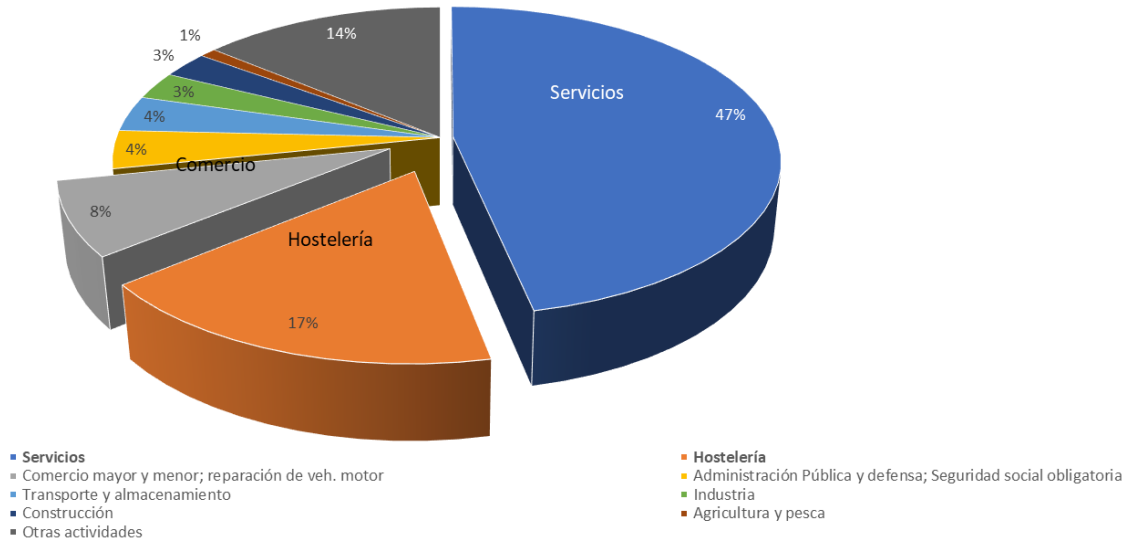


Ilustración 28. Peso de cada sector de actividad dentro de la población ocupada de Fuerteventura (2011). Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos Censo de población y viviendas 2011 (ISTAC)

5.4. Población parada

El análisis histórico de la evolución de número de parados en la isla de Fuerteventura (ilustración 29) revela la alta dependencia de la construcción y el turismo (comarcas Norte –de forma destacada- y Sur) (ilustración 31), mostrándose ambos sectores muy inciertos ante circunstancias externas, máxime cuando la población poseía en el momento de la crisis de 2007 una cualificación muy justa para el desempeño de otras funcionalidades laborales (como es el caso del grupo de edad mayor de 45 años que se encontraba vinculado al sector de la construcción). La progresiva recualificación, el abandono del sector y o la búsqueda de alternativas laborales o de residencia (fuera de la isla), facilitan un relativo descenso del paro en el sector de la construcción desde 2009, pero este no se ve acompañado por la hostelería, el comercio o los servicios de mantenimiento. No varían sustancialmente (ilustración 30) las actividades administrativas y la administración pública, vinculada esta última a las restricciones de contratación de índole nacional.

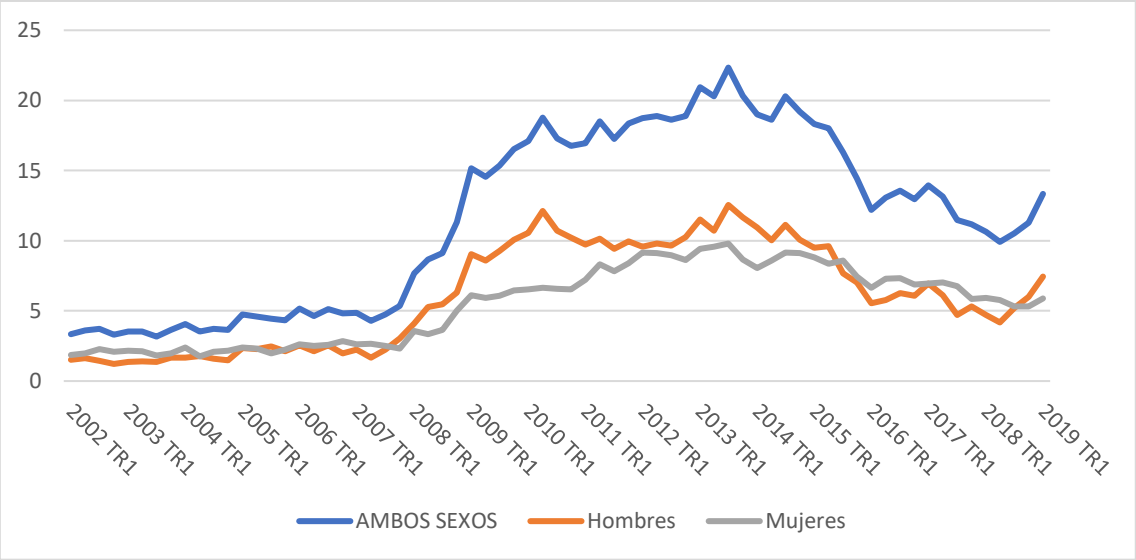


Ilustración 29. Población parada según sexos Fuerteventura 2002-2019/Trimerstre 1 (miles de personas). Fuente Elaboración propia sobre ISTAC a partir de INE.

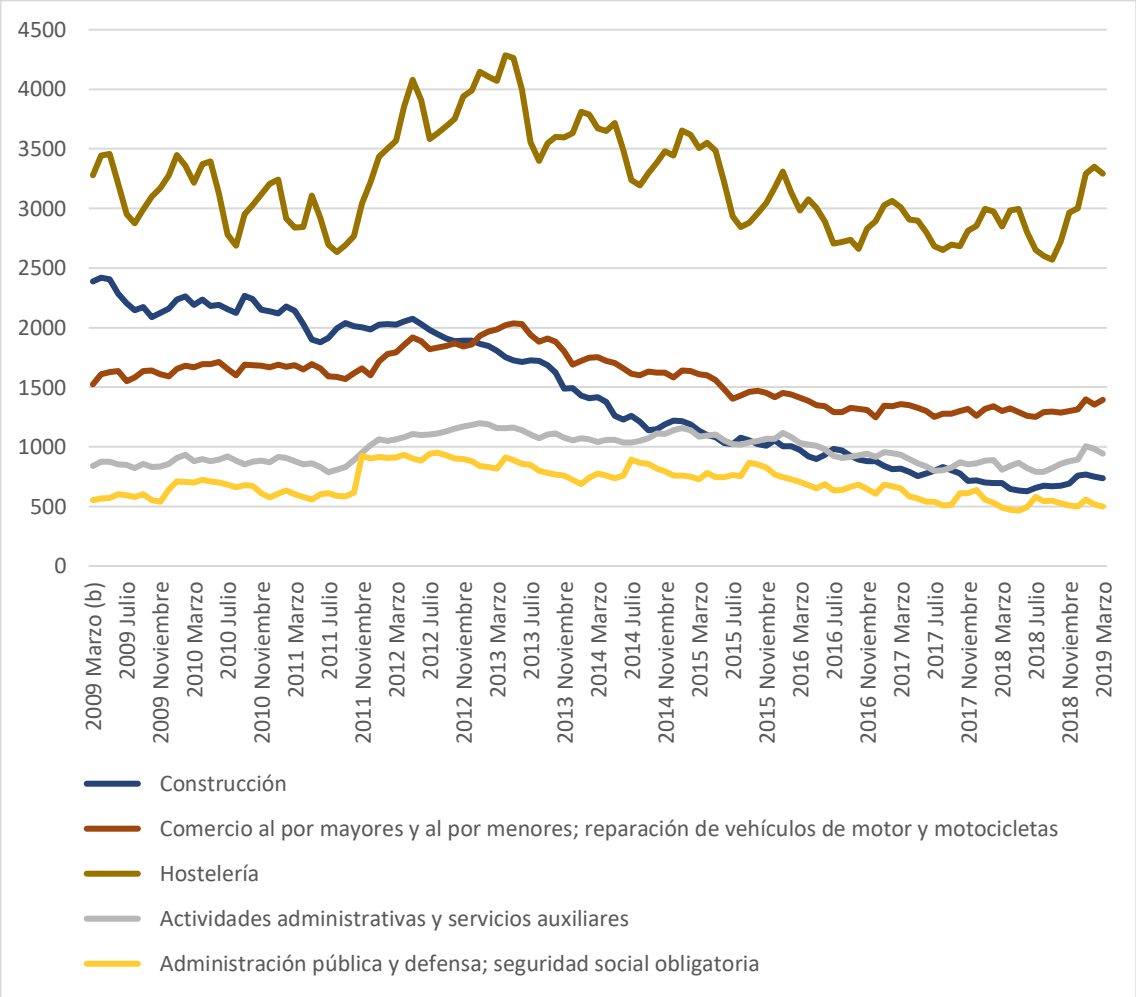


Ilustración 30. Paro registrado entre 2009 y 2019 según las principales actividades. Fuerteventura. Fuente: elaboración propia sobre ISTAC.

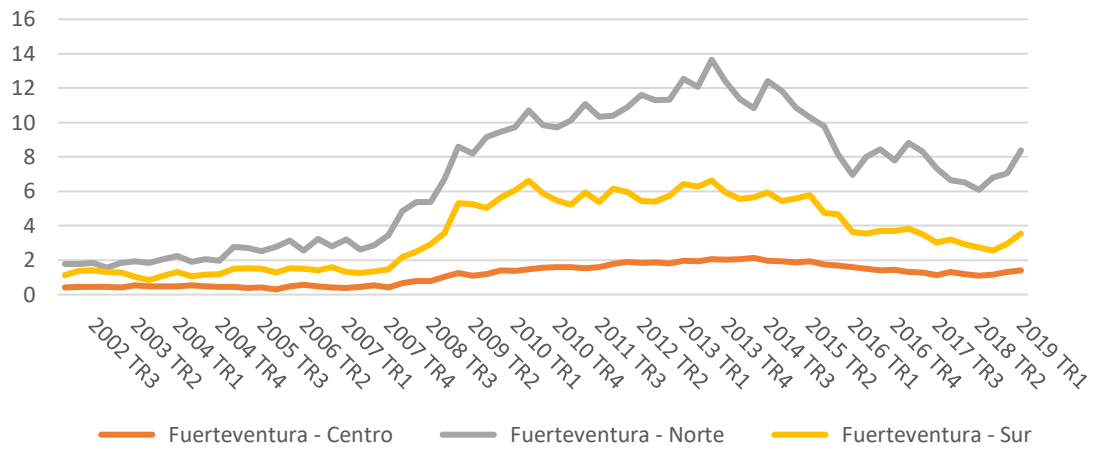


Ilustración 31. Población parada por comarcas Fuerteventura 2002-2019/Trimestre 1 (miles de personas). Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir de INE.

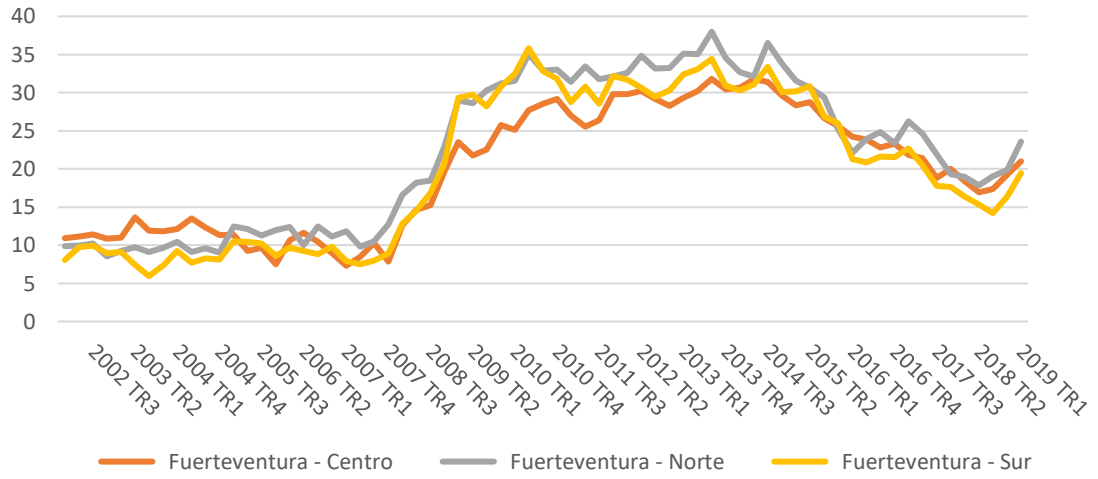


Ilustración 32. Tasa de paro por comarcas Fuerteventura 2002-2019/Trimestre 1. Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir de INE.

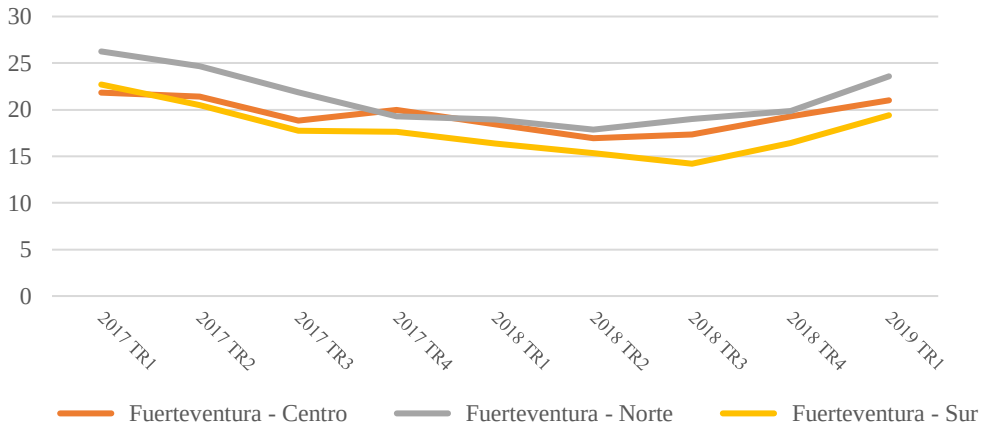


Ilustración 33. Tasa de paro por comarcas Fuerteventura 2017-2019/Trimestre 1. Fuente: Elaboración propia sobre ISTAC a partir de INE.

El detalle mostrado en la ilustración 32 de la tasa de paro por comarcas entre enero de 2017 y marzo de 2019, indica una tendencia al alza generalizada, incluso en la comarca Sur. El periodo 2008-2015 marca los máximos en la tasa de paro de Fuerteventura, y a marzo de 2019 aún no se ha llegado a alcanzar las cifras anteriores a 2007. Ello contrata con las tasas de ocupación turística, el número de pernoctaciones y el gasto turístico, todos en aumento durante estos años. No habiéndose producido un incremento proporcional de la población activa, ello lleva a pensar que bien se ha producido una mejora en los procesos de eficiencia productiva en los empleos asociados al sector (no haciendo necesario alcanzar el número de trabajadores anterior), bien son otros sectores (como la construcción) los que tiraban ampliamente de la economía majorera, moviendo otros servicios asociados a la atención de la población (comercio, reparaciones, transporte, etc.). O una conjunción de ambos factores.

6. RESULTADOS DE LA PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO Y EL EMPLEO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA

El tejido empresarial de la isla de Fuerteventura está expuesto a una serie de factores estructurales y relaciones intrínsecas de la propia actividad turística de la isla sobre lo que es difícil de actuar, tal como se ha especificado anteriormente. La comprensión de estos factores es clave para valorar de manera ecuánime dichas actividades y establecer una serie de propuestas generadoras de empleo, prosperidad, así como una mayor cohesión territorial.

Los factores que afectan a la dimensión de empleabilidad que se plantean en este apartado tienen que ver con:

A. Posibles irregularidades de la demanda, tanto mensual, semanal e inclusive diario, con picos de alta y baja, que condiciona las características del empleo de la isla, se traslada a las diferentes actividades de la cadena de valor de las empresas, lo que obliga a la introducción de instrumentos de flexibilidad en la gestión de los empleados.

B. El gran peso e importancia cuantitativa del alojamiento en la isla, frente a otros sectores como restauración, ocio, vivienda vacacional, transporte, etc. que determina en buena parte los rasgos laborales de los empleados y que a veces no rigen en otros subsectores turísticos.

C. Existencia en la pirámide de contratación, empleados de base (mayor masa laboral de la isla) en Fuerteventura, vinculados a la actividad turística, y sus implicaciones en el análisis estadístico laboral desde la perspectiva de contratos y condiciones laborales.

D. Y no menos importante, la fragmentación del tejido empresarial y el predominio de pequeñas y medianas empresas diseminadas en las diferentes zonas de Fuerteventura (Norte, Centro y Sur), que permite extender las actividades turísticas, dotando a la isla de mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a lo expuesto en el apartado A, pero que por ese carácter familiar puede carecer, a veces, de menor desarrollo y profesionalización de los empleados.

Con estos factores, se han estudiado una serie de condicionantes de la actividad turística desde la perspectiva del empresariado y desde el empleado, sobre los rasgos característicos que sirven para determinar:

1) Primero, la "**satisfacción del empresariado de la isla de Fuerteventura"**, dividido por bloques, tanto con su plantilla (bloque 1): satisfacción con el empleado; importancia de su preparación; valoración de la misma, preferencias y carencias en la contratación. **"Gobernanza"** (bloque 2): Satisfacción con las instituciones e importancia del turismo. Y finalmente, "**Impacto de la actividad en la empresa"** (bloque 3), y su relación con el medioambiente y entorno socioeconómico todo desde la perspectiva del empleo.

2) De igual manera, y segundo, se ha trabajado sobre la satisfacción de los empleados de la isla y los condicionantes de dicha actividad por bloques. Un primer bloque (bloque 1) dedicado al grado de "**satisfacción de la plantilla**" referente a: cuestiones laborales y ecosistema interno del empleado y relaciones; segundo bloque (bloque 2) la "**Importancia de la preparación del empleado y su experiencia profesional**", finalmente un tercer bloque (bloque 3), enfocado a la percepción con respecto a la "**importancia del turismo por parte del empleado**".

Seguidamente se exponen los factores inherentes analizados y los resultados del trabajo de campo realizado.

6.1. Resultados del Grado de satisfacción del empresariado (Bloque 1)

Satisfacción del empresariado con la plantilla (Bloque 1)

Este bloque 1, analiza el grado de satisfacción del empresariado a nivel global de isla y con respecto a los factores fundamentales de la actividad turística y sus características según la encuesta realizada: rendimiento de la plantilla, tratamiento al público y calidad en la prestación de los servicios. En todos los casos los valores generales de la isla muestran, según los empresarios, un nivel de satisfacción con valores por encima de 8 (ilustración 34).

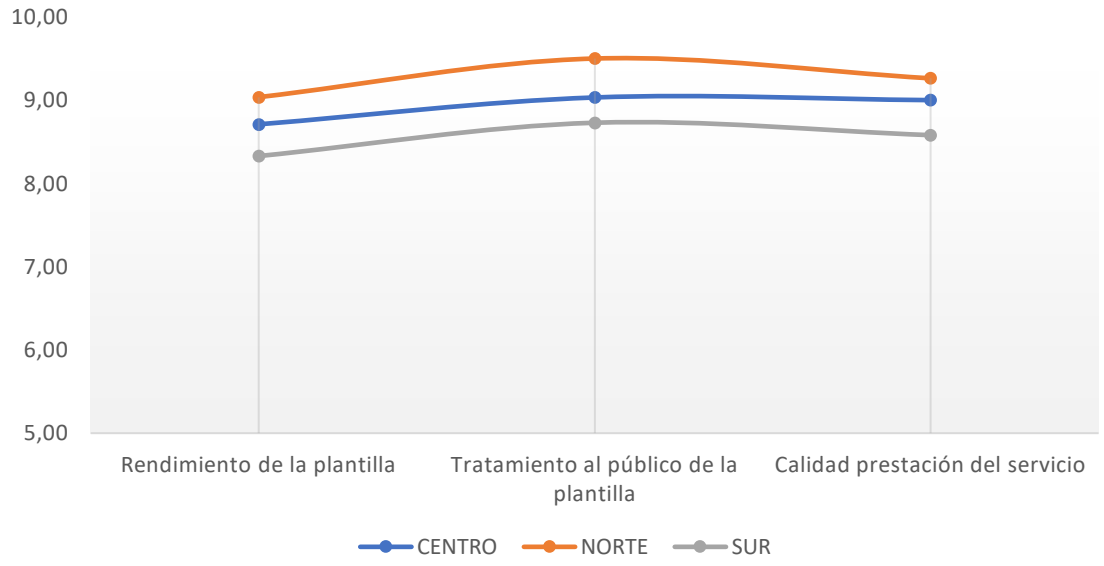


Ilustración 34. Grado de satisfacción del empresariado con su plantilla por comarcas de la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Estos valores son coherentes desde la perspectiva de la gestión empresarial, un buen empresariado trabaja en la asimilación de los objetivos por parte de sus empleados, motivándolos y disponiendo todos los recursos esenciales para que su plantilla disponga de un ambiente de trabajo óptimo. Los empresarios de Fuerteventura entienden esencial este planteamiento que ejerce como motor de productividad y en consecuencia como pieza fundamental del rendimiento productivo del tejido empresarial turístico de la isla.

En el caso de discriminar por zonas la isla de Fuerteventura, **Norte, Centro y Sur, los empresarios muestran unos niveles de satisfacción sin** diferencias de puntuaciones con respecto a las variables analizadas en el cuestionario y en todos los casos con puntuaciones por encima del valor 8, como se indicó previamente.

Los datos que resultan del trabajo de investigación realizado no deben llevar a los empresarios a relegar la correlación directa y positiva, que existe entre rendimiento de las plantillas y la satisfacción laboral. Este binomio, esencial en la gestión de las empresas, debe llevar un planteamiento y ejecución de actividades que afecten a la calidad del trabajo por parte de los empresarios de Fuerteventura, ya que en caso contrario se puede presentar un escenario de insatisfacción laboral que merme la motivación de las plantillas y en consecuencia una bajada en la productividad empresarial.

Importancia en la preparación en la plantilla (bloque 1)

Otro de los aspectos analizados en el trabajo de campo es la importancia que el empresariado da a su plantilla en una serie de ítems: idioma, conocimientos de informática, posesión de la titulación, cultura general, normas de protocolo y conocimiento del sector turístico.

A diferencia de la satisfacción con la plantilla donde la media era relevante, la importancia que el empresariado muestra en la preparación de su plantilla de forma genérica para la isla de Fuerteventura, sobre los ítems, es dispar, contrastando valores altos en ítems como “idiomas” (9,2 de promedio insular) con otros de peor valoración, e incluso de carácter residual, como “posesión de la titulación” (6,4 de promedio insular).

Estos valores deben analizarse de manera estratégica, ya que la preparación de la plantilla influye en la capacidad de aprendizaje de nuevos conocimientos y adaptación a los entornos complejos y dinámicos, como el actual en turismo. Obviar la formación y preparación de las plantillas en un medio/largo plazo influirá negativamente en la competitividad del tejido empresarial de la isla.

Si se lleva el análisis de resultados a la distribución por comarcas, **norte-centro-sur**, los datos arrojan, valores especialmente bajos en la comarca norte con respecto a “conocimientos de informática” (5,9) y “posesión de titulación” (5,2), y al igual que en la comarca norte, en la sur, la “posesión de titulación” (6,8), no es un aspecto importante en la preparación de su plantilla (ilustración 35).

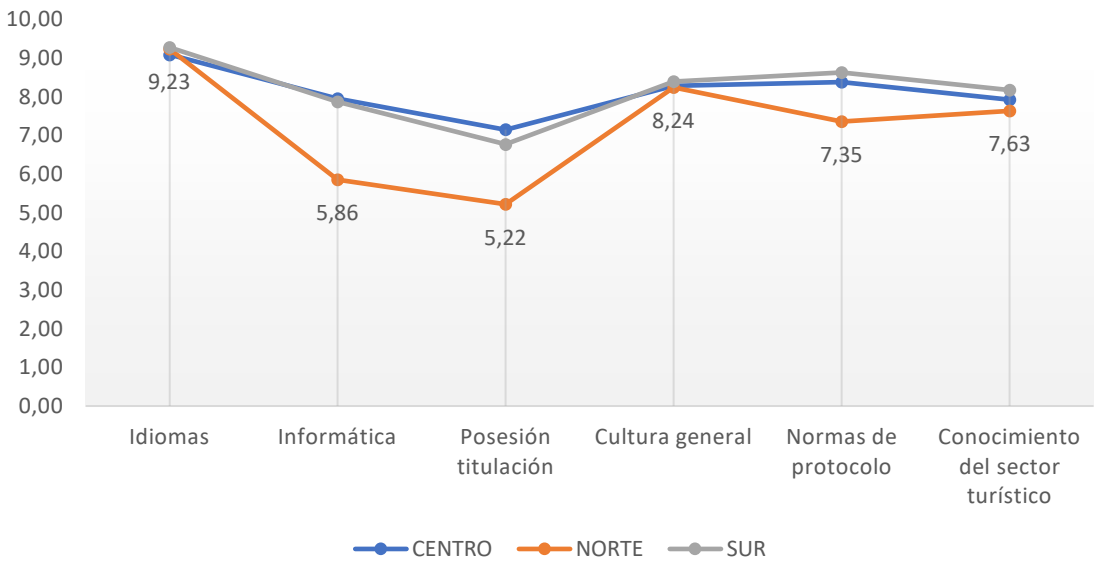


Ilustración 35.Valoración de la Importancia en la preparación de la plantilla por parte del empresariado en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Estos datos pueden ser interpretados como un factor de bajada en la productividad e incluso en la calidad de los servicios prestados, afectando con ello a la posible fidelización de la plantilla. Un personal formado influye positivamente en la eficacia de las tareas a desarrollar. Se recomienda un seguimiento de estas variables de forma que el tejido no vea afectado su escalabilidad competitiva.

En el lado opuesto del análisis de resultados por comarcas, los empresarios, **tanto de norte-centro como sur**, destacan a los "idiomas" (9,2 de promedio) como la variable esencial en la formación de sus plantillas, así como la "cultura general" (8,3).

Finalmente, pueden deducirse, algunas tesis: primero, el fuerte contraste en la importancia que siente el tejido empresarial respecto a cuestiones de preparación de su plantilla, y de aquellas que le influyen de manera externa, lo cual resulta bastante interesante y debe tenerse en cuenta. Esto no quita, que la regular o a veces irregular, distribución de la demanda turística, condicione las características del empleo que se genere, así como que la importancia de algunas cuestiones se minimice, por la necesidad de introducir elementos de flexibilidad en la gestión de sus empleados, como ya se ha indicado.

Valoración de la plantilla por parte del empresario (bloque 1)

Una tercera variable de análisis es la "valoración de la plantilla" por parte del empresariado, con respecto a cualificación de la plantilla y experiencia profesional. En líneas generales de la isla, los empresarios valoran ambos aspectos de forma positiva con promedios absolutos de 7,5 para la cualificación de la plantilla y 8 para la experiencia profesional.

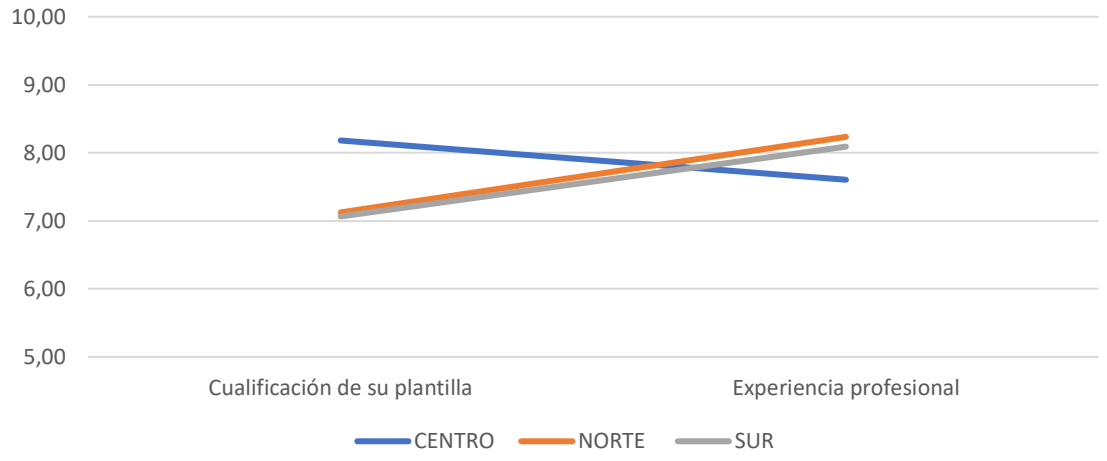


Ilustración 36. Valoración de la plantilla por parte del empresariado por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Los resultados no muestran una valoración que pueda llevar a una interpretación negativa, aun así, no hay que excusar que la cualificación profesional es clave en las competencias profesionales de las plantillas con significación hacia los niveles de empleabilidad, así como la experiencia laboral. Una plantilla cualificada en la isla de Fuerteventura debería obtener unos resultados que estén al nivel que demanda el sistema productivo turístico, es decir, con los recursos de los que dispone el tejido empresarial alcanzaría un nivel de calidad óptimo en la prestación del servicio.

El análisis por comarcas, **norte-centro-sur**, presenta valores más relativos en las comarcas norte y sur con respecto a la "cualificación de la plantilla" (7,1 y 7), mientras que es en la comarca centro, donde la "experiencia profesional" reduce su valoración a 7,6 puntos absolutos, con respecto a las otras (ilustración 35). No obstante, los cambios que enfrenta la industria turística y, en consecuencia, el mercado laboral insular (nuevas profesiones, nuevas competencias, nueva estructura salarial), deben llevar a una valoración del empresariado más alta con respecto a las competencias en la cualificación, siendo estás el conjunto de conocimientos y capacidades que va adquiriendo la plantilla en todos los niveles formativos. Si se aceptan niveles bajos en la cualificación de las

plantillas, el agregado mínimo de conocimientos no ayudará a los empleados a adaptarse a un entorno laboral cambiante, flexibilizando su profesionalidad o funcionalidad, limitando la movilidad en el tejido empresarial turístico insular.

Preferencias y carencias en la contratación (bloque 1)

La última variable analizada con respecto a cómo el empresario considera su plantilla, tiene que ver con las preferencias y carencias para la contratación de sus empleados, atendiendo a los siguientes aspectos: cualificación titulada, formación no titulada, experiencia profesional, genero, edad, multifuncionalidad y movilidad geográfica.

El análisis de resultados muestra valores dispares a nivel global de la isla. Se deduce de los datos, que el empresariado de la isla muestra mayor preferencia a la hora de contratar por: "experiencia del empleado" (7,9) y por la "multifuncionalidad" (7,7). De igual forma, el empresario no considera un valor discriminativo, el "género", la "edad" o la "movilidad geográfica", a la hora de contratar. No obstante, la "cualificación titulada" (5,9) y la "formación no titulada" (4,9), las considera residuales como preferentes en su contratación.

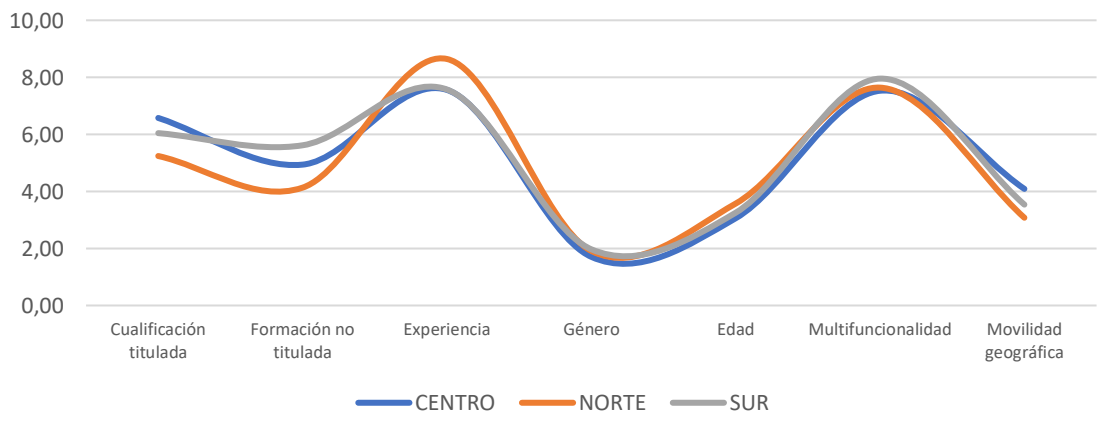


Ilustración 37. Preferencias y carencias de la plantilla por parte del empresariado por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Los datos son análogos al mercado de trabajo que presenta la industria turística en la isla. En principio los empresarios no muestran ni preferencias, por genero ni por edad, lo que es positivo desde la perspectiva de un tejido empresarial sostenible, competitivo y adaptado a la realidad actual. De igual forma, los planteamientos de los empresarios son

razonables tanto desde la disposición de la segregación ocupacional en turismo, como con la diferencia salarial acorde a las preferencias de contratación mostradas.

Si detallamos el análisis a las comarcas, **norte-centro-sur**, el empresariado del norte es el que muestra una secuencia más discontinua en las preferencias a la hora de contratación, siendo la "cualificación titulada" (5,2) y "formación no titulada" (4,1) las variables con peores resultados. Tanto el centro como el sur son más equilibrados, pero sí coinciden en bajas valoraciones a las cualificaciones y formación del empleado a la hora de su contratación (6,5-6 y 4,9-5,6) (ilustración 37).

Estos resultados inciden que la realidad de la isla de Fuerteventura, desde el análisis de la empleabilidad turística, no es ajena a este contexto de relaciones laborales y empleo asimilado al turismo en España, siendo bondadoso con la capacidad de resistencia al empleo y a la propia actividad, flexibilizando la toma de decisiones y con una importante capacidad de adaptación al entorno regional y a las demandas de los usuarios turísticos.

Desde un punto de vista de la gestión de los empleados en la isla, así como las preferencias a la hora contratación, se puede afirmar que las mejores prácticas laborales tienen una correlación directa al tamaño de la empresa, siendo las posibilidades de desarrollo profesional, acceso a incentivos, movilidad o mejora en la formación, mayores en estas empresas (las de mayor tamaño), atendiendo a lo expuesto por el empresariado.

Finalmente, la gestión pública de la isla debería apostar por el fomento en la aplicación de mayores medidas para el autoempleo turístico, atraer talento, y ayudar con ello a una diversificación empresarial, que mejore los valores de las variables planeadas en el estudio. La situación actual turística, demanda mayor preferencia hacia la cualificación en conocimiento y talento, de forma que podamos ser competitivos y prepararnos para el cambio en el futuro.

Gobernanza (bloque 2)

Este segundo bloque analiza los resultados sobre la satisfacción de los empresarios con las instituciones e importancia del turismo, atendiendo a:

- **"Satisfacción de los empresarios"** con: relaciones con los ayuntamientos, relaciones con el cabildo de la isla, relaciones con el Gobierno de Canarias, promoción del turismo local y promoción de turística desde el ámbito insular.
- **"Importancia del turismo":** Turismo en la economía en Canarias y conocimiento sector turístico.

Los resultados a nivel insular en las cinco variables analizadas de la satisfacción de los empresarios dan una visión regular de las relaciones de gobernanza público-privadas, siendo las "relaciones con el Gobierno de Canarias" (5,1) y "Promoción turística insular" (5,5), los ítems peor valorados. De igual forma, los restantes tres ítems tampoco muestran una tendencia positiva, más bien todo lo contrario con valores nunca superiores a valores absolutos a 6 (ilustración 38).

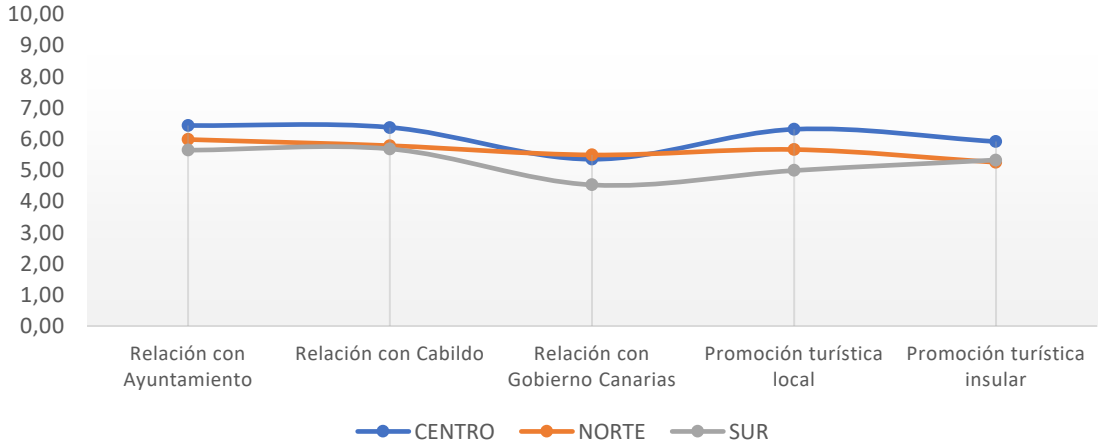


Ilustración 38. Satisfacción del empresariado con las instituciones por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados de la satisfacción del empresariado con las instituciones tienen que ver por el descrédito institucional en los últimos años, la inacción ante los problemas derivados de la crisis económica en la isla y en Canarias, erosionando de forma generalizada las relaciones existentes. Esta pérdida de confianza social y empresarial puede llegar a ser un factor de "*descompetitividad*" y buen funcionamiento de las relaciones. Se hace, por lo tanto, necesario un salto cualitativo que mejore este escenario para un superior funcionamiento de la gobernanza local/insular, sensibilizando con ello al empresariado y sus plantillas.

Los datos por comarcas, arrojan menores niveles de satisfacción, tanto en el **norte como el sur**, con respecto a la "relación con el Gobierno de Canarias" (5,5 y 4,5), y la "satisfacción de las políticas de promoción local e insular" (5,6/4,9 y 5,2/5,3), siendo el centro de la isla la que presenta un panel más equilibrado, aunque sigan siendo valores bajos, coincidiendo en que la "relación con el Gobierno de Canarias", es mala (5,3) (ilustración 38).

Otra reflexión de los resultados es sobre la distribución del poder en la sociedad isleña y la limitada eficacia que conlleva en las políticas que se llevan a cabo. Estas asimetrías de poder, negativas desde todas las perspectivas posibles, ayudan a explicar la insatisfacción del empresariado de la isla, que no llega a entender las estrategias de descentralización de la toma de decisiones con respecto a servicios que se prestan o a las propias políticas locales/insulares o de región, de incentivos y fiscalidad turística, por ejemplo. Ante este contexto y cara a que las políticas sean más eficaces, sería necesario un mayor nivel de compromiso; mejorar la coordinación cara a generar comportamientos sociales deseables entre los agentes del ecosistema turístico de Fuerteventura y estimular los niveles de cooperación entre todos los actores turísticos, de forma que se alcance un liderazgo compartido. Otra variable que forma parte de este análisis es la "**importancia del turismo**" a la que presta el empresario. Se han tenido en cuenta dos ítems a la hora del análisis: La importancia del turismo en la economía canaria y la importancia del conocimiento del sector turístico de forma general.

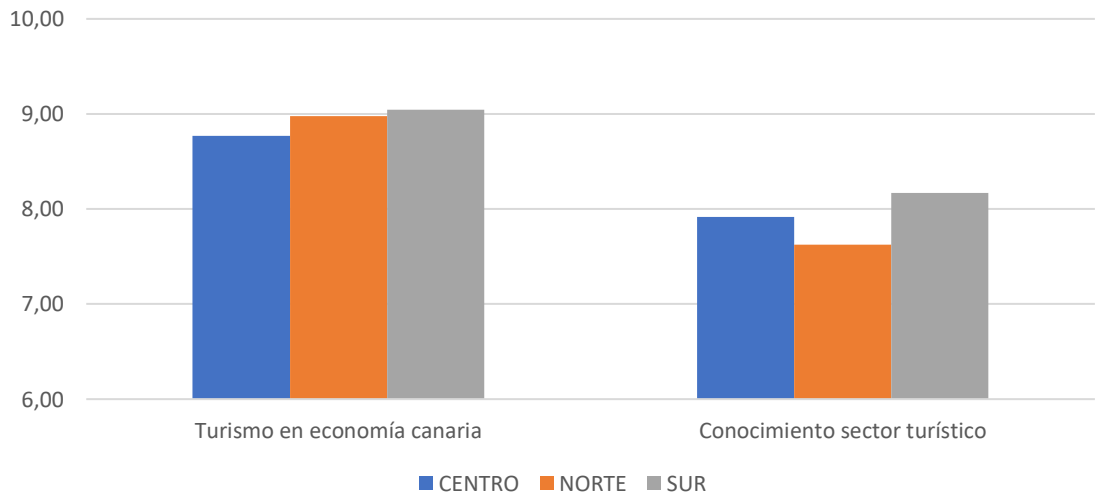


Ilustración 39. Importancia del turismo por comarcas mostrada por parte del empresario en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Una visión inicial a nivel de isla muestra unos niveles promedio de importancia por parte de los empresarios de Fuerteventura de: “importante el turismo en la economía canaria” (8,9) y “conocimiento del sector turístico” (7,9). Estos valores se justifican por la importancia que la gestión del sistema económico-turístico tiene para los empresarios de la isla, ya que muchas políticas emanan de agentes externos, como por ejemplo la mitigación y adaptación al cambio climático para Fuerteventura o el avance y desarrollo de la isla, donde el turismo es pieza clave (ilustración 39).

Los resultados por comarcas, **norte-centro-sur**, clarifican bastante la importancia que el empresariado expone con respecto a las variables analizadas. Es la comarca sur la que arroja valores más positivos y donde su empresariado considera el impacto del “turismo en la economía canaria” (9) y “conocimiento del sector turístico” (8,2), como muy importante (ilustración 39).

Aun así, esta importancia expuesta por el empresariado debería recogerse como un imperativo para ganar competitividad turística, introduciendo mejoras en la gestión de las propias comarcas, es decir, mejorar la gobernanza interna, así como una mejor definición del liderazgo turístico. Esto también, tiene que ver con lo anteriormente comentado, mejoras en la coordinación estratégica, promociones adecuadas, inclusión de la gobernanza multinivel y cuya finalidad no es otra, que ayudar a evitar la duplicidad de esfuerzos públicos-privados en Fuerteventura y disponer de un enfoque estratégico de largo recorrido que permita seguir manteniendo los niveles de importancia reflejados por el empresariado.

Impacto de la actividad de la empresa (bloque 3),

Este último bloque (3), concluye la percepción del empresario en relación con la actividad turística desde un doble análisis: importancia del impacto de la actividad desarrollada en el medioambiente e importancia de la actividad desarrollada en el entorno socioeconómico.

Los resultados del análisis exponen que el empresariado de la isla considera muy importante las variables analizadas y el impacto de su actividad en el medioambiente. Los valores promedio de todos los ítems (medioambiente del área en que trabaja; conservación del medioambiente marino y conservación del medioambiente costero) están por encima del valor 9, y solamente es el "número de turistas en el municipio", el ítem que baja a un valor inferior de 8,6.

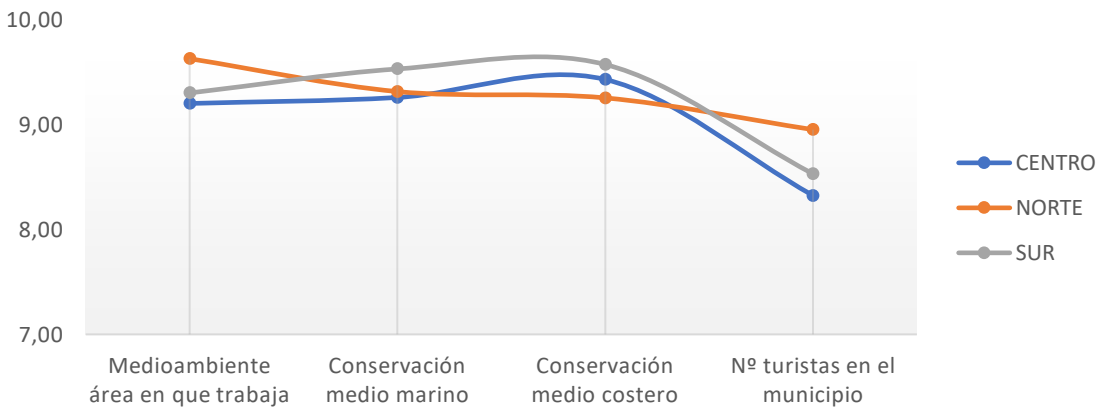


Ilustración 40. Importancia del turismo por comarcas mostrada por parte del empresario en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Aunque históricamente el mundo empresarial y el medioambiente parecían ser mundos opuestos, en los últimos años la postura decisiva hacia la conservación de nuestros entornos ha introducido el concepto de desarrollo sostenible, llevando a las empresas a trabajar en la eco-eficiencia y gestión energética para hacer el medioambiente atractivo, más allá de las realidades vividas, justificando con ello los resultados expuestos por el empresariado en la ilustración 40. Los destinos turísticos insulares y sus entornos enfrentan una serie de desafíos vinculados a su desarrollo, pivotando sobre los objetivos de desarrollo sostenible expuestos por naciones unidas[2].

[2] Enlace a los objetivos de desarrollo sostenible: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

El análisis de resultados **comarcal de Fuerteventura**, así como la importancia que le da el empresariado, no difiere con respecto al global de la isla, coincidiendo en la valoración del "número de turistas en el municipio" (8,3/8,9/8,5), relativamente más baja. Este resultado, requiere un seguimiento, ya que la isla empieza a mostrar niveles de capacidad de carga que pueden llevar a cierto colapso. La gestión pública tiene que estar alerta, cara a poner mecanismos eficaces que no distorsionen la calidad de vida de las poblaciones locales y que se puedan producir efectos de gentrificación o sobresaturación turística.

Importancia socioeconómica de la actividad en el entorno (bloque 3)

Otro resultado del análisis cuestiono a los empresarios sobre la importancia de la actividad y si sus productos y servicios aportan algo a la población local. El total de empresarios encuestados coindicen en que su actividad es importante y aporta a las poblaciones locales donde se desarrolla la actividad (ilustración 41) valor agregado.

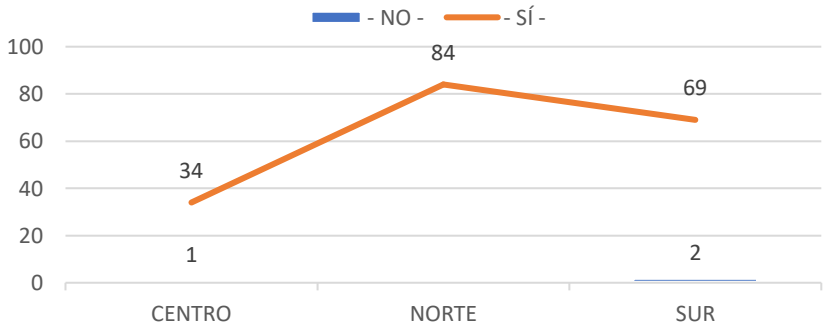


Ilustración 41. Importancia de la actividad en el entorno socioeconómico por comarcas mostrada por parte del empresario en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados deberían ser compatibles con las estrategias de desarrollo económico local en la isla y cohesión social. El turismo como elemento tractor del desarrollo, correspondiera plantear capacidades emprendedoras locales, permitiendo valorizar mejor otros sectores productivos de Fuerteventura, dígase fundamentalmente, agricultura o artesanía, así como actividades emergentes vinculadas a las energías renovables, valorización del patrimonio, cultura local o protección del medioambiente, y cuya finalidad no es otra que nuevos emprendimientos productivos y nuevos nichos de empleo.

Aunque este tipo de actividad económica presente una dimensión más reducida (valor agregado bajo, bajos ingreso o limitado nivel de articulación empresarial), no hay que desdeñar que ayuda al desarrollo de ciertas áreas insulares.

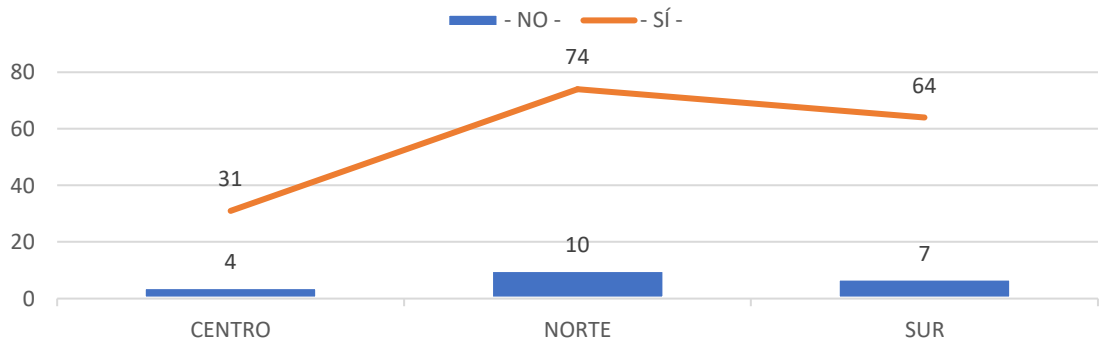


Ilustración 42. Importancia de los clientes hacia el medio ambiente mostrada por parte del empresario en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia

Otro resultado que se cuestiono fue si el empresariado considera a sus clientes respetuosos con el medioambiente natural donde se desarrolla la actividad turística. La valoración global del total de encuestados (190), indica que mayoritariamente los empresarios concedan a sus clientes un nivel de respeto alto (169 de los 190) hacia el medio ambiente y solo 21 de los empresarios considera que no son respetuoso, siendo la comarca norte la presenta más respuestas en este sentido.

No obstante, el análisis escenifica un panorama cada vez más complejo para el destino de Fuerteventura, y es que los clientes que aterrizan en la isla llegan con un nivel de conciencia social alto. Es un turista que valora características de conservación del medioambiente y que obliga a las empresas, no tanto a disponer de un producto o servicio, sino en cómo la empresa se relaciona con su entorno, demanda nuevos hábitos de consumo más saludables vinculados a lo local, personalización del producto e incluso se posiciona hacia la disponibilidad de experiencias que respeten el entorno natural.

Siendo todo lo anterior verdad, una empresa turística en la isla, tiene y debe desarrollar un comportamiento ético, medioambiental y social, que se implante de manera preventiva y donde el turista no lo reclame, pero sino lo tienes, te castiga.

6.2. Resultados según variables de análisis desde la perspectiva del empleado

Grado de Satisfacción de la plantilla: Cuestiones laborales y relaciones directas en el entorno de trabajo (Bloque 1)

En lo que se refiere a la satisfacción de los empleados de Fuerteventura, "**Cuestiones laborales**": tareas que realiza, salario, horario de trabajo y exigencia de la empresa, se observan notas dispares según las variables analizadas y la comarca en cuestión. (ilustración 43).

A nivel general de isla, el empleado se siente satisfecho en cuanto a las "tareas que realiza" (8,4) o el "nivel de exigencia de la empresa" (8) con su trabajo. Siendo, "salario" (7,6) y "horario" (7,3), las variables con menores niveles de satisfacción.

Con respecto al salario, y considerada como la segunda variable con menor puntuación, hay que exponer que son salarios competitivos para los grupos profesionales de contratación observadas (grupos III, IV, IV bis y V)[3], si atendemos al convenio colectivo de la provincia de Gran Canaria[4] de forma mayoritaria, no siendo peores con otros en grupos profesionales, respecto a otros sectores económicos de la isla de Fuerteventura.

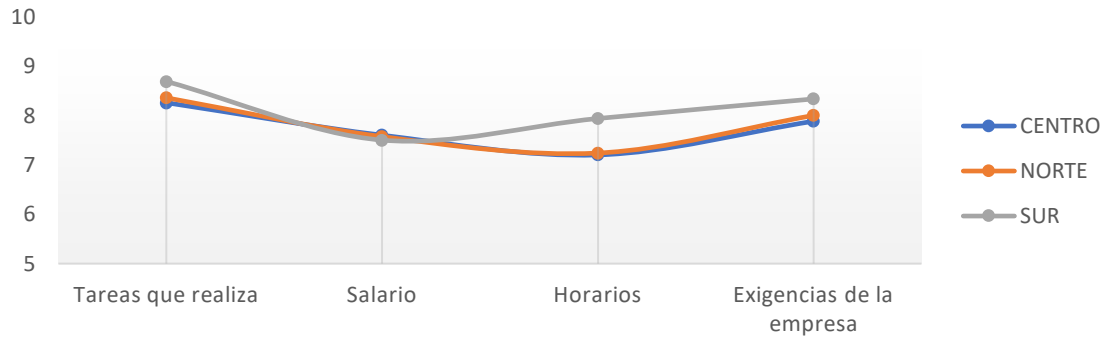


Ilustración 43. Grado de satisfacción de los empleados en referencia a las cuestiones laborales por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

En el caso de discriminar por comarcas la isla de Fuerteventura según la satisfacción de los empleados encuestados para las cuestiones laborales, **Norte, Centro y Sur**, surgen diferencias de puntuaciones con respecto a las variables analizadas en el cuestionario.

[3] Convenio colectivo del sector de hostelería de la provincia de Las Palmas de Gran Canaria 2016-2019. https://www.gobiernodecanarias.org/trabajo/documentos/hosteleria/Convenio_Hosteleria_Las_Palmas_2017.pdf

[4] V acuerdo Laboral de ámbito estatal para el sector de hostelería. https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-5613

En la **comarca norte**, la mayor satisfacción de los empleados con respecto a las variables tratadas en la encuesta tiene que ver con las "tareas que realiza" (8,3) y con las "exigencias de la empresa" (8), con menor satisfacción, "Horario laboral" (7,23) y el "salario recibido" (7,57) (ilustración 43). En todos los casos los empleados están satisfechos.

La **comarca centro**, presenta en líneas generales, un menor equilibrio en la satisfacción de los empleados, con respecto a las "cuestiones laborales". Los empleados de esta zona están mayormente satisfechos con las "tareas que llevan a cabo en el trabajo" (8,25), mientras que el resto de las variables muestran unos niveles de satisfacción inferiores: "Horario laboral" (7,2) y el "salario recibido" (7,6) y "Exigencia de la empresa" (7,8).

Finalmente**, la comarca sur,** muestra una mejor distribución en la satisfacción de los empleados en las cuestiones laborales. Las variables con más satisfacción tienen que ver con las "tareas que llevó a cabo en el trabajo" (8,68) y "Exigencias de la empresa" (8,3). Y la menor satisfacción con, "Horario laboral" (7,9) y el "salario recibido" (7,5) coincidiendo con el resto de las zonas de la isla.

En todos los casos, se puede decir indicar que los niveles de satisfacción cumplen con la media de aprobado. Aun así, algunas de las variables destacadas en la encuesta realizada con respecto a las cuestiones laborales, tienen que ver con las tareas y exigencia de la empresa, estas variables tienen un factor asociado a la estandarización de competencias mínimas para el empleo que existe en las actividades de la cadena de valor de las empresas turísticas, lo que puede ayudar al acceso al empleo. Esta estandarización común en la industria turística tiene una parte positiva y es la posibilidad de que los empleados en la isla puedan acceder a otros empleos en otras islas o incluso a nivel nacional, permitiendo un desarrollo de su carrera profesional vinculado a la movilidad geográfica. La parte negativa estaría asociada al nivel de satisfacción del salario recibido por el grupo de contratación, tal como se indicó previamente.

En lo que se refiere a la satisfacción de los empleados de Fuerteventura, "**Relaciones directas del empleado en el entorno del trabajo**": relación con la empresa, relación con los compañeros, relación con los jefes o encargados y relación con los clientes, se observan notas destacadas, con un alto nivel de satisfacción, tanto a nivel de isla como por comarcas (ilustración 44).

Si se valora de forma global la isla, podemos indicar que los empleados están muy satisfechos con su ecosistema interno de relaciones, estando todas las variables en niveles por encima de 8,5 puntos.

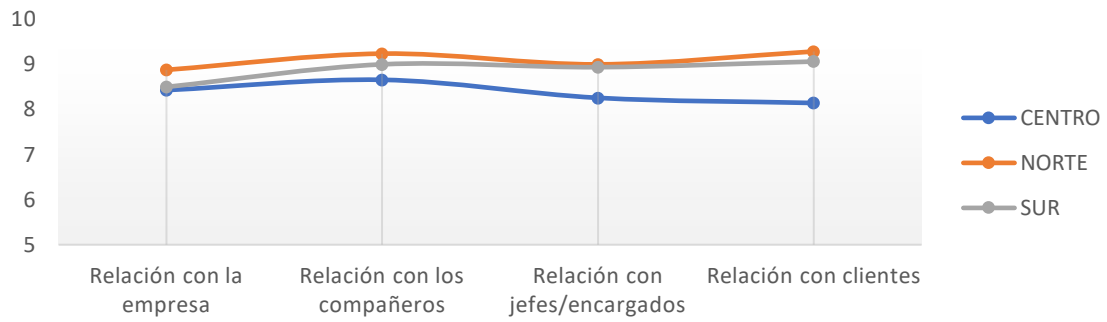


Ilustración 44. Grado de satisfacción de los empleados en referencia a las relaciones directas del empleado en el entorno de trabajo por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia

.

Con estos niveles de relaciones de la plantilla, las oportunidades de formación y mejora en las empresas podrían aumentar en la medida que la empresa disponga de más tamaño y su extensión territorial en la isla aumente. De igual forma, habría que considerar, que el menor tamaño y disponibilidad de empleados de puestos base, así como sus relaciones, son menos sofisticadas en las prácticas laborales, en comparación con el resto de las actividades económicas de Fuerteventura, y esto podría entenderse como una posible desventaja competitiva para el tejido empresarial.

De igual forma, se puede deducir de los resultados de satisfacción con la plantilla, que el sector turístico en la isla es abierto, facilita la incorporación de diferentes colectivos y, que, en cierta medida, el desempeño laboral ayuda a la conciliación familiar. Podrían existir asuntos mejorables sobre esta conciliación, que, siendo subsanados, podrían, incluso, mejorar la productividad y la calidad del trabajo en la satisfacción de los empleados.

Importancia de la preparación en la plantilla y experiencia profesional (Bloque 2)

En lo que se refiere a la importancia en la preparación de la plantilla y experiencia profesional, según los empleados en la isla de Fuerteventura: Conocimiento de idiomas, conocimiento de informática, posesión de titulación, posesión de cultura general, experiencia profesional, capacidad de relacionarse y multifuncionalidad laboral, se observan notas dispares según las variables analizadas y la comarca en cuestión (ilustración 45).

De forma genérica, y con respecto a la preparación de la plantilla, los empleados de la isla destacan la importancia que tiene el disponer de “conocimientos de idioma” (9,4), así como “posesión de cultura general” (8,6). Estos valores son coherentes con la industria donde se desempeña la actividad laboral y las competencias exigidas para la contratación. En el lado opuesto, se encuentra la relativa importancia que los empleados dan a las variables “Conocimiento de informática” (7,8) y “Posesión de la titulación” (7,2).

Estos valores deben ser analizados desde la perspectiva de cambios que se avecinan en las nuevas competencias para la industria turística, donde la informática o la propia titulación son variables en la generación de puestos de trabajo de alto valor en la gestión, así como perfiles que puedan atraer valor a la isla asociados, por ejemplo, a los procesos de transformación digital del tejido empresarial turístico.

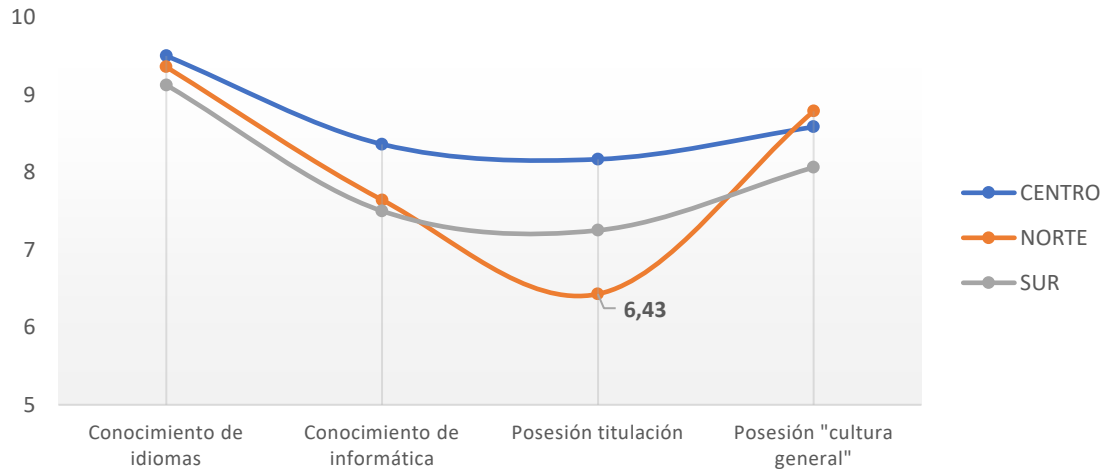


Ilustración 45. Grado de importancia en la preparación de la plantilla por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

El análisis por comarcas, con respecto a la importancia que otorga la plantilla a su preparación arroja los siguientes resultados.

En la comarca norte, las plantillas encuestadas dan más importancia a los "idiomas" (9,4) y "posesión de cultura general" (8,8), condiciendo con las valoraciones mostradas de forma genérica para la isla. Y es en esta comarca donde la plantilla considera la "posesión de titulación" como bastante residual (6,43). Este suspenso en la nota media debe analizarse con sosiego, ya que, aunque la contratación por grupos no exige posesión de la titulación en los puestos base, si es que cierto que una mejor preparación en las competencias, por la vía de la titulación puede ayudar a solventar problemas intrínsecos de la propia gestión diaria de la gestión de las empresas turísticas.

En la comarca centro, las plantillas de esta zona son las que muestran un mayor equilibrio con respecto a la importancia de las cuatro variables analizadas, siendo el conocimiento en "idiomas" (9,5), el ítem más destacado.

Las plantillas de la **comarca sur** coinciden en la importancia con las plantillas de la zona norte de la isla en el conocimiento de idiomas (9,1), pero es en "conocimiento de informática" (7,5) y "posesión de titulación" (7,2) donde vuelven a no valorarlo como un aspecto clave.

Se puede concluir, que aunque desde el Cabildo de la isla se están realizando esfuerzos para establecer las bases de un ecosistema alternativo al "turismo de sol y playa" que desarrolle

un efecto tractor para la creación de empleos en otros sectores profesionales que trabajen para el turismo (por ejemplo, conocimiento, I+D+i, emprendimiento y coworking, asesoramiento de marketing digital…etc.), la importancia relativa que los empleados muestran para las construcción del mismo en base a nuevas competencias, no es percibido como importante. Esto plantea un desafío estratégico en el reposicionamiento y percepción que las plantillas tienen de la empleabilidad y requiere esfuerzos de sensibilización para el cambio.

Desde la perspectiva del empleo, estos resultados deben servir para mantener el actual nivel de contratación y altas en la seguridad social, profundizar de manera estratégica en un reposicionamiento del producto turístico insular y emigrar hacia determinados nichos de más valor añadido, calidad y especialización en el empleo, que disponga mayor importancia para las plantillas.

Importancia de la experiencia profesional del empleado (Bloque 2)

Los resultados proyectan, en la importancia que la plantilla da a las variables analizadas: Experiencia profesional, capacidad de relacionarse y multifuncionalidad laboral, niveles altos de importancia, valores medios, altos (ilustración 46).

Las plantillas de la isla, en términos generales indican que la "capacidad de relacionarse" (9,4) es la variable más importante. Esto se justifica, porque la empresa turística es un conjunto de partes que suman a un sistema, y que todo lo que pueda afectar a ese sistema afectará de forma directa al empleado. Todos los empleados de la plantilla deben interactuar entre sí y mantener el equilibrio que conlleva las funciones empresariales, entre ellas la satisfacción de las necesidades del empleado, socialización de la plantilla, desarrollo de los empleados…etc., justificando con ello el valor medio de los resultados.

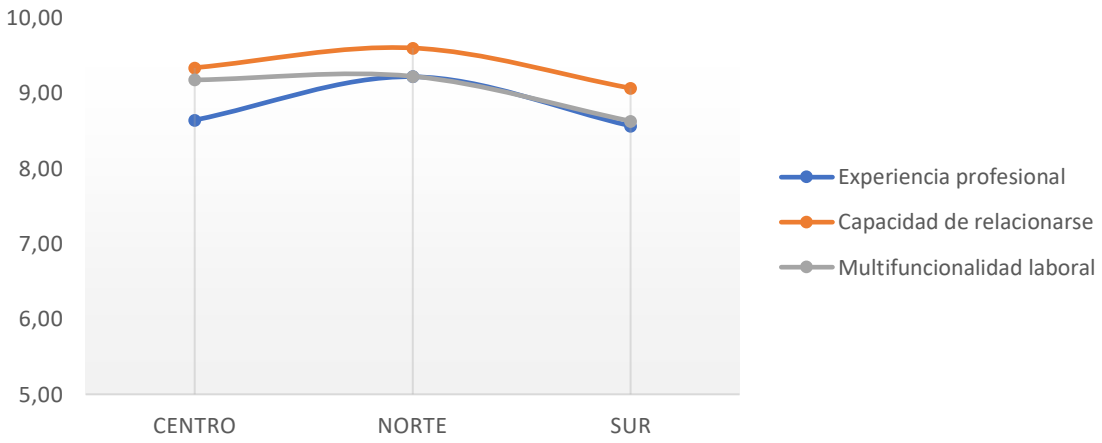


Ilustración 46. Grado de importancia de la experiencia profesional de la plantilla por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia.

El análisis por comarca nos lleva a indicar, que es la **comarca Norte** la que presenta mejores resultados en cuanto a las variables analizadas, siendo la "capacidad de relacionarse" (9,6) la variable mejor valorada. El resto de las comarcas, **Centro y Sur**, también presentan buenos resultados en el resto de las variables, con valores por encima de 8, y coinciden en que es "la capacidad de relacionarse", la variable más importante en la experiencia profesional del empleado. Estos resultados tienen que ver con la propia naturaleza humana del empleado, que obliga a las interacciones sociales en la empresa, así como la realidad del tejido empresarial de Fuerteventura, dada la estructura existente en la isla y su evolución en los últimos años.

Esta propia estructura turística empresarial insular, de pequeñas y medianas empresas, llega a crear una cierta dependencia, donde es indispensable esa importancia de relacionarse. Sea como sea, aunque se quiere presentar un contexto de independencia empresarial en el turismo, siempre se necesita de una plantilla con empleados capaces de relacionarse y que cubran las necesidades del contexto turístico donde cohabitamos.

También es importante, destacar en las comarcas de la isla, el alto grado de importancia que los empleados dan a la "multifuncionalidad". El sector turístico ha evolucionado de la especialización en el empleo, a la capacidad que deben disponer los empleados con respecto a la disposición para ejecutar diferentes tareas, permitiendo con ello que los empleados se puedan adaptar a los cambios que está enfrentando la industria, sean capaces de responder de manera positiva a los nuevos modelos de negocio y amplíen de esta forma sus habilidades y competencias.

Fuerteventura como isla turística, tiene que entender que está multifuncionalidad permite crear nuevos procesos estratégicos en sus empresas, así como el diseño de productos y servicios de más calidad, desde la contribución de los empleados con diferentes perspectivas. Esta habilidad de las plantillas requiere tiempo y práctica, formación previa, apoyo de diferentes agentes/factores, en definitiva, es una estrategia de largo plazo, "*win to win"*, tejido empresarial versus empleado.

Importancia del turismo por parte del empleado (Bloque 3)

Este último bloque, referente a la satisfacción e importancia que muestra el empleado con respecto al entorno externo, analiza las variables: turismo en la economía canaria y conocimiento del sector turísticos. Ambas variables destacan en su importancia para el empleado de la isla de Fuerteventura, siendo el "turismo en la economía canaria" (9,2) la variable más relevante (ilustración 47).

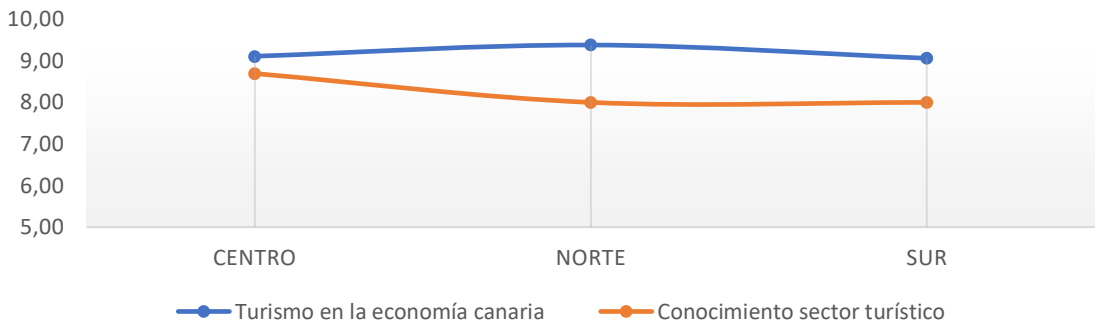


Ilustración 47. Grado de importancia que muestra la plantilla con el entorno, por comarcas en la isla de Fuerteventura. Fuente: Elaboración propia

.

Se puede considerar esta valoración desde la contingencia que supone para el tejido empresarial turístico de Fuerteventura y sus empleados, el apoyo que debe mostrar la administración pública como generadora de empleo y de riqueza, así como motor económico. Ahora bien, el aprovechamiento de ese apoyo le corresponde de igual manera a las empresas que son las que deben gestionar esas condiciones favorables para que la gobernanza pública sea más eficiente. El trabajo del binomio, empresa-administración pública, debe equilibrarse para que el desarrollo de la actividad sea óptimo, sin obviar que un porcentaje elevado del resultado empresarial depende de la gestión interna de las variables previamente analizadas en los bloques 1 y 2.

El análisis por comarcas, **norte-centro-sur**, indica en todos los casos valoraciones ponderadas superiores al valor 8. Este valor positivo nos conduce al esfuerzo que debe seguir haciendo el sector para ajustar y supervisar los factores básicos del entorno donde opera, manteniendo en todo momento una vigilancia estratégica.

El conjunto de empresas de Fuerteventura y sus plantillas, no siempre podrán controlar el entorno y necesitan ser conscientes de los cambios que se están produciendo, ya que estos en última instancia afectan a las decisiones estratégicas y su funcionamiento diario. La industria turística enfrenta en los próximos diez años una serie de desafíos, directos e indirectos, que les obliga a ser mucho más competitivos, actuar rápida y eficientemente para mantener su liderazgo, ejemplo de ello es: el cambio tecnológico, liderazgo compartido, cambios en las fuerzas macroeconómicas, necesidades de los consumidores e incluso variables relaciones con aspectos socioculturales, regulaciones en la industria, entre otros.

7. VALORACIÓN TÉCNICA E IMPLICACIONES

Esta asistencia técnica ha identificado los elementos de cambio necesarios para generar un nuevo modelo socioeconómico para la isla de Fuerteventura desde la perspectiva de las personas y el empleo en turismo. Con este contexto de trabajo, la transformación que debe abordar la isla tiene que establecerse bajo un marco de intercambio de valor entre personas y organizaciones.

El turismo es un gran generador de empleo en términos de volumen, impulsa a otros sectores de Fuerteventura, es una de las actividades económicas que mejor ha mitigado la crisis, pero no debe perder de vista los importantes desafíos estructurales a los que se debe enfrentar. Las oscilaciones del empleo en la isla son inferiores a la dinamicidad en los cambios de la demanda turística que llega a Fuerteventura, lo que se debería de trasladar a la empleabilidad, para equilibrar la relación del binomio estabilidad de empleo versus fluctuaciones de la demanda.

Fuerteventura está realizando esfuerzos para que no se produzca un impacto en la estacionalidad de la demanda turística de la isla, a través de la diversificación de su oferta. Esta apuesta por disponer de productos y servicios no vinculados al "turismo de sol y playa", a través de la inversión en segmentos menos expuestos a obligaciones laborales estrictas, por ejemplo, turismo rural o deportivo, puede ayudar a la estabilidad del empleo y al incremento de la contratación fija. Aun así, la regularidad de la demanda de la que ha dispuesto Fuerteventura en los últimos años se puede ver afectada no permitiendo optimizar las inversiones en sus instalaciones, complicando la gestión de los empleados, obligando a disponer de plantillas más variables, con alta rotación, contratos parciales temporales o parciales y complicando la gestión laboral.

De igual forma, hay que estar alerta, para seguir apostando por la aplicación de programas y planes continuos de formación que ayuden a solventar posibles situaciones de estrés de la industria turística en la isla, con empleados con mayor capacitación y multifuncionalidad, donde factores como la actitud de las personas, comunicación y cooperación entre trabajadores, serán desafíos para implementar dentro de la empresa.

La isla de Fuerteventura se expone a la aparición y crecimiento de nuevos perfiles de empleo de alta cualificación vinculados a la transformación digital de la industria turística (dígase, Revenue Manager, Digital Brand Manager, Gestores de Big Data,

Analista de Datos turísticos, Gestor de Contenidos y Marketing Digital, gestores de procesos y gestores de cadena de valor, Gestores de social media, Gestores de innovación, creatividad o destinos) especialmente en las empresas de más tamaño y aquellas que quieran o estén abriendo nuevos nichos de mercado, y la emergencia de un ecosistema de emprendimiento.

Con los resultados analizados, Fuerteventura no percibe la importancia que puede tener la isla como espacio para la generación de puestos de trabajo de alto valor en la gestión, ni nuevos perfiles que atraigan valor a la isla asociados a los procesos de transformación digital. Esto no quita que desde el Cabildo de la isla se están realizando esfuerzos para establecer las bases de un ecosistema alternativo al "turismo de sol y playa" que desarrolle un efecto tractor para la creación de empleo en otros sectores profesionales que trabajan para el turismo (por ejemplo, espacios coworking, asesoramiento de marketing…)

La realidad, desde el análisis de la actividad turística, no es ajena al contexto de las relaciones laborales y empleo asimilado al turismo en España, siendo bondadoso con la capacidad de resistencia al empleo y a la propia actividad turística por el carácter familiar de pequeñas y medianas empresas, flexibilizando la toma de decisiones y con una importante capacidad de adaptación al entorno regional y a las demandas de los usuarios turísticos. Ante ello, hay que adoptar una perspectiva que responda a un modelo productivo que transite hacia una mayor competitividad con tres pilares: jóvenes, empresas turísticas y administraciones públicas.

Las oportunidades de formación y mejora en las empresas aumentan en la medida que la empresa disponga de más tamaño y su extensión territorial en la isla aumente. De igual forma, a menor tamaño y disponibilidad de empleados de puestos base, menos sofisticadas son las prácticas laborales en comparación con el resto de las actividades económicas de Fuerteventura. Con todo ello, habría que hacer esfuerzos hacia una nueva cultura empresarial que incorpore las perspectivas indicadas dentro del *Know-how* de los puestos trabajo, más adaptativa (nos referimos a aspectos técnicos y de gestión turística) y más transformadora con la incorporación de esquemas de trabajo, principios y responsabilidades que ayuden en la evolución hacia un modelo más eficiente.

Las implicaciones que se comentan a continuación se plantean desde la necesidad de construir valores sociales que ayuden a integrar lo indicado previamente, articulando la creación de riqueza con una mejor distribución de ésta.

RESUMEN DE PROPUESTAS

Elaboración de un plan de calidad vinculado a la satisfacción de la clientela
Establecer estrategias para el reconocimiento de la cualificación, la experiencia y el esfuerzo
Establecer un sistema de comunicación que facilite la detección en tiempo real de las demandas y demandantes de empleo: creación de una plataforma
Sensibilización sobre la necesidad de contar con sistemas educativos y formativos flexibles para propiciar un aprendizaje permanente: la experiencia profesional mejora las habilidades, pero no los conocimientos y actitudes
Formar formadores para los diferentes niveles laborales de la actividad
Establecer programas de mentoría en los establecimientos hoteleros
Propiciar programas de formación participados por los trabajadores
Propuesta e implementación de estrategias para el desarrollo de nuevos perfiles de empleo asociados a la transformación digital
Creación de un centro de datos de fuerteventura, en sinergia con los desarrollos previstos en y para la Reserva de la Biosfera (con responsabilidades sobre la economía circular, la economía azul y la calidad de vida de los ciudadanos para la implementación de los objetivos y metas de desarrollo sostenible de Naciones Unidas).
Establecer una estrategia de sensibilización empresarial sobre la importancia de la cualificación de la fuerza de trabajo, siguiendo el informe de la comisión europea en la "*skills agenda for europe*"
Plan de incentivación financiera para la mejora de la empleabilidad y de las competencias (resiliencia tecnológica) de las plantillas, fomentando la adaptación a nuevas tendencias en los modelos de negocio y procesos de transformación digital.

8. BIBLIOGRAFÍA

Alba-Ramírez, A. y Blázquez, M. (2003), «Types of job match, overeducation and labour mobility», en F. Büchel, A. de Grip y A. Mertens (eds.), Overeducation in Europe. Current Issues in Theory and Policy, Cheltenham (UK), Edward Elgar.

Arbós, L. C., & Babón, J. G. (2017). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. Profit Editorial

Babu, S. (2014). Mass customerisation: next generation mass customisation for tourism. International Journal of Social Science and Management, 1(1), 115e119 en Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change?–A 2015 reprise. Tourism Management, 50, 204-212.

Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change?–A 2015 reprise. Tourism Management, 50, 204-212.

Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or imposible dream? Tourism Management, 25(1), 71–79.

Calidad turística Consulting (2017). "*Informe Vivienda Vacacional Municipio La Oliva, Fuerteventura*", para el Ayuntamiento de La Oliva.

Consejería de Hacienda, Promoción Económica, Innovación y Empleo del Cabildo de Fuerteventura. (2017). *Plan Estratégico de Innovación y Empleo 2018-2021*. Fuerteventura

Eberts, R.W. (2004), The Role of Job Training in Promoting and Sustaining Decent Jobs: The U.S. Experienceand Prospects, Instituto Upjohn para la Investigación del Empleo, Kalamazoo, Michigan, EE.UU.

España. Comunidad Autónoma de Canarias. Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias. Boletín Oficial del Canarias, 28 de mayo de 2015, núm. 101, pp. 3.

Florida, R. (2002), The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, New York.

Froy, F y Giguère. S (2011): La creación de empleos duraderos. Guía para regenerar el empleo duradero a nivel local. Publicación de la OCDE, París.

Gaviria, M. et al. (1978). España a go-go: Turismo chárter y neocolonialismo del espacio. Madrid: Turner.

Giguère, S. (2008), More than Just Jobs: Workforce Development in a Skills-based Economy, Publicación de la OCDE, París.

Jenkins, C. L. (1980). Tourism policies in developing countries: a critique. Tourism Management, 1(1), 22–29
Jenkins, C. L. (1999). Tourism academics and tourism practitioners: bridging the great divide. In D. G. Pearce, & R. W. Butler (Eds.), Contemporary issues in tourism development (pp. 52–64). London: Routledge

Kjell, N; Ridderstrale, J. (2000). "El talento del nuevo capital - Funky Bussines"

Lage, B; Milone, P.C. (2000) "A importância da educação para o turismo. In Lage, B.; Milone, P. (org) Turismo, Teoria e Prática. Atlas, São Paulo, pp. 165 - 170

Mathieson, A.; Wall, G. (1990). Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales. México: Trillas [Ed. original en inglés de 1986.]

Mistilis, N., Buhalis, D., & Gretzel, U. (2014). Future eDestination marketing: perspective of an Australian tourism stakeholder network. Journal of Travel Research, 53

Noriega, J. L. F. (2004). La calidad en el turismo: mercado de trabajo: formación y capital humano. *Mediterráneo económico*, (5), 169-194

OCDE (2005), Local Governance and the Drivers of Growth, Publicación de la OCDE, París. (6), 778e790.

Padrón, D. y Rodríguez, J.A. (2015). Economía de Canarias. Dinámica, estructura y retos. Tirant lo Blanch, Valencia.

Rubio Gil, A. (2003). «Turismo, sociedad y desarrollo». En RUBIO GIL, A. (2003) (coord.). Sociología del Turismo. Barcelona: Ariel Turismo.

Santana Talavera, A. (1997). «Turismo y desarrollo: revisión de los impactos generados». Antropología y turismo: ¿nuevas hordas, viejas culturas?

Santana Talavera, A. (2000). Estudio sobre la realidad actual de la formación en el sector en la isla de Tenerife.

Santana Talavera, A. (2001). Nichos de empleabilidad y necesidades formativas en el sector turístico.

Santana Talavera, A. (2009). ‘Estudio para el plan de ordenación de los recursos naturales (PORN) de la propuesta de Parque Nacional de Fuerteventura en su “primera fase”.

Santana Turégano, M. Á. (2005). Turismo, empleo y desarrollo. Papers: revista de sociología, (77), 0079-104.

Sinclair, M.T. (1991). «The economics of tourism». En COOPER, C. (ed.) (1991). Progress in tourism, recreation and hospitality management. Londres: Bellhaven Press

SUDETUR (2001) "Relatório PRODETUR II: Estratégia Turística e Plano de Ação". SCT/Governo da Bahia, Salvador

Szivas, E., Riley, M., & Airey, D. (2003). Labor mobility into tourism: attraction and satisfaction. Annals of Tourism Research, 30(1), 64–76.

Teye, V., & Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. Annals of Tourism Research, 29(3), 668-688.

Turner, L.; Ash, J. (1991). La hora dorada. Madrid: Endimión. [La versión original inglesa es de 1976.]
Xiang, Z., Magnini, V., & Fesenmaier, D. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: insights from travel planning using the internet. Journal of Retailing and Consumer Services, 22(1), 244e249.

WEBGRAFÍA

AIRDNA, Vacation Rental Data (2018). - https://www.airdna.co/ (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

Canalis, Xavier (26 de agosto de 2011). Cara y cruz del turismo 2011: suben pernoctaciones y llegadas, pero apenas se crea empleo. [Entrada de blog]. Recuperado de https://www.hosteltur.com/130510_cara-cruz-turismo-2011-suben-pernoctacionesllegadas-apenas-se-crea-empleo.html

CAPA. (2013). European airlines' labour productivity. In Oxymoron for some, Vueling and Ryanair excel on costs Accessed at http://centreforaviation.com/analysis/europeanairlines-labour-productivity-oxymoron-for-some-vueling-andryanair-

Comisión Europea, Education & Training (2019). - https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area_es (Consultado el 15/04/2019).

Edgell, D. (2014). Ten tourism trends for 2014 Accessed at http://www.gwutourism.org/blog/ten-tourism-trends-for-2014/ on 15.01.19.

Edgell, D. (2014). Ten tourism trends for 2014 Accessed at http://www.gwutourism.org/blog/ten-tourism-trends-for-2014/ on 15.01.15.

Eurostat (2017). - https://ec.europa.eu/eurostat (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

Excel-on-costs97635, 15.02.13 visto en Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change?–A 2015 reprise. Tourism Management, 50, 204-212.

Formación y Educación 2020, OIDEL (2019). - http://www.oidel.org/doc/Doc_colonn_droite_defaultpage/ET_2020_es.pdf (Consultado el 15/04/2019).

Gobierno de Canarias (2019): Normativa sobre la educación no universitaria en Canarias http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/servicios/inspeccion_educativa/normativa_clasificada/ (Consultado el 21/04/2019)

Gobierno de Canarias (2019) Formación Profesional en Canarias. Reconocimiento de competencias profesionales http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/formacion_profesional/orientacion/reconocimiento_competencias/que_es_reconocimiento_competencias.html (Consultado el 21/04/2019)

Gobierno de Canarias (2013): Estrategia de Especialización Inteligente de Canarias. 2014-2020. https://www3.gobiernodecanarias.org/aciisi/ris3/documentos/ris3-canarias (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe)

http://www3.gobiernodecanarias.org/empleo/portal/estaticos_portal/online/obecan/tema

INE (2005). Encuesta de Población Activa, Metodología 2005. Descripción general de la encuesta. Recuperado de https://goo.gl/DpZsVW

INE. Anuario Estadístico de España, Educación (2018). - https://www.ine.es/prodyser/pubweb/anuario18/anu18_03educa.pdf (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

Instituto Canario de Estadística (2018). - http://www.gobiernodecanarias.org/istac/ (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

Instituto Nacional de Estadística (2018). - https://www.ine.es/ (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

ISTAC (2017). Áreas Pequeñas de Canarias. Series trimestrales. Comarcas por islas Canarias. 2017. Recuperado de http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxiistac/menu.do?uripub=urn:uuid:2959b070-d920-4eb8-91df-ddd414474cbc

Ministerio de Educación y Formación Profesional (2018). - http://www.educacionyfp.gob.es (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

Monitor de la Educación y la Formación en España (2018). - http://sepie.es/doc/comunicacion/publicaciones/2019/monitor_de_la_educacion_y_la_formacion_de_2018.pdf (Consultado el 15/04/2019).

OBECAN (2016). Informe sobre Migración Laboral en Canarias. Análisis de Contratación. [Informe]. Recuperado de

OBECAN (2017/2018).- Recuperado de http://www3.gobiernodecanarias.org/empleo/portal/observatorio (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe)

Plan estratégico de innovación y empleo 2018 - 2021 del Cabildo de Fuerteventura. (2017). http://www.cabildofuer.es/documentos/Empleo/plan_estratigico_empleo_2018-2021.pdf (Consultado el 10 de marzo de 2019)

s/estudios/adjuntos/informe_migracion2016.pdf

Turisdata (2018). - https://turisdata.net/ (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

Turismo de Tenerife (2018). - https://www.webtenerife.com/ (Consultado durante todo el proceso de elaboración de este informe).

9. ÍNDICE CONTENIDO GRÁFICO - ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. COMPARATIVA DE VARIABLES EN TORNO AL TURISMO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ISTAC; TURIDATA. ELABORACIÓN PROPIA....9

ILUSTRACIÓN 2. SECUENCIA DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 12

ILUSTRACIÓN 3. LA PARADOJA ENTRE LAS EXIGENCIAS DE CUALIFICACIÓN- ACTUALIZACIÓN Y LA REALIDAD COTIDIANA SEGÚN ESTRATOS LABORALES. 23

ILUSTRACIÓN 4. EXPERIENCIA Y FORMACIÓN COMO HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS PARA EL PERFIL DEL EMPLEADO EN TURISMO. 25

ILUSTRACIÓN 5. PIRÁMIDES DE EDAD DE CANARIAS Y FUERTEVENTURA 2018. FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS DE ISTAC EXPLOTACIÓN ESTADÍSTICA DEL PADRÓN MUNICIPAL 2018. 27

ILUSTRACIÓN 6. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EMPADRONADA EN FUERTEVENTURA 1981-2018. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE ISTAC, MUNICIPIOS POR ISLAS Y AÑOS. 28

ILUSTRACIÓN 7. EVOLUCIÓN POBLACIONAL POR COMARCAS DE LA ISLA DE FUERTEVENTURA 1981-2018. FUENTE ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC. 30

ILUSTRACIÓN 8. PROGRESIÓN DE LA TASA DE PARO POR COMARCAS DE FUERTEVENTURA 2002-2019. FUERNTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE EPA - ISTAC (HTTP://WWW.GOBIERNODECANARIAS.ORG/ISTAC/JAXI-ISTAC/TABLA.DO)....31

ILUSTRACIÓN 9. NÚCLEO TURÍSTICO: CORRALEJO- EL COTILLO. FUENTE: INFORME NÚCLEOS TURÍSTICOS EN FUERTEVENTURA REALIZADO POR PROMOTUR (2017 33

ILUSTRACIÓN 10. NÚCLEOS TURÍSTICOS: CALETA DE FUSTE. FUENTE: INFORME NÚCLEOS TURÍSTICOS EN FUERTEVENTURA REALIZADO POR PROMOTUR (2017) 34

ILUSTRACIÓN 11. NÚCLEOS TURÍSTICOS: COSTA CALMA. FUENTE: INFORME NÚCLEOS TURÍSTICOS EN FUERTEVENTURA REALIZADO POR PROMOTUR (2017) 35

ILUSTRACIÓN 12. NÚCLEOS TURÍSTICOS: MORRO JABLE Y SOLANA DEL MATORRAL. FUENTE: INFORME NÚCLEOS TURÍSTICOS EN FUERTEVENTURA REALIZADO POR PROMOTUR (2017)....36

ILUSTRACIÓN 13. DISTRIBUCIÓN DE ALQUILER VACACIONAL OFERTADO EN AIRBNB EN LOS MUNICIPIOS DE PUERTO DEL ROSARIO, TUINEJE Y BETANCURIA. FUENTE: AIRDNA 04/2019....36

ILUSTRACIÓN 14. ESQUEMA CONCEPTOS DESGLOSADOS ACERCA DE LA POBLACIÓN ACTIVA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 38

ILUSTRACIÓN 15. POBLACIÓN ACTIVA SEGÚN SEXOS Y GRUPOS DE EDAD. FUERTEVENTURA 2002-2017 (MILES DE PERSONAS). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. ISTAC A PARTIR DE INE. 41

ILUSTRACIÓN 16. POBLACIÓN ACTIVA DE FUERTEVENTURA POR COMARCAS Y TRIMESTRES 2017-2018. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. ISTAC (2018) 42

ILUSTRACIÓN 17. POBLACIÓN ACTIVA DE FUERTEVENTURA SEGÚN SEXOS Y GRUPO DE EDAD 2017-2018. FUENTE ELABORACIÓN PROPIA. ISTAC (2018). 43

ILUSTRACIÓN 18. TASAS DE ACTIVIDAD POR GRUPOS DE EDAD. FUERTEVENTURA 2002-2016. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DE INE. 43

ILUSTRACIÓN 19. TASA DE ACTIVIDAD POR SEXO 2002-2016. FUENTE ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DE INE. 44

ILUSTRACIÓN 20. TASA DE ACTIVIDAD ZONA. FUERTEVENTURA 2002-2016 (PORCENTAJES). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DEL INE. 45

ILUSTRACIÓN 21. POBLACIÓN OCUPADA. AMBOS SEXOS. FUERTEVENTURA 2002-2017 (MILES DE PERSONAS). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DEL INE. 46

ILUSTRACIÓN 22. POBLACIÓN OCUPADA DE FUERTEVENTURA POR COMARCAS Y TRIMESTRES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS EXTRAÍDOS DEL ISTAC (2018) 47

ILUSTRACIÓN 23. POBLACIÓN OCUPADA POR SEXO. FUERTEVENTURA 2002-2017 (PORCENTAJES). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. ISTAC A PARTIR DE INE. 47

ILUSTRACIÓN 24. TASA DE EMPLEO POR GRUPOS DE EDAD. FUERTEVENTURA 2002-2017 (PORCENTAJE). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DEL INE. 48

ILUSTRACIÓN 25. TASA DE EMPLEO POR SEXO. FUERTEVENTURA 2002-2017. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DEL INE. 48

ILUSTRACIÓN 26. CONTRATOS POR EDAD Y NIVELES DE ESTUDIOS 2010-2015 FUERTEVENTURA (MILES DE PERSONAS). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. OBECAN. 49

ILUSTRACIÓN 27. POBLACIÓN OCUPADA SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS Y SECTOR DE ACTIVIDAD (2011) DESTACANDO EL NÚMERO DE OCUPADOS EN SERVICIOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS EXTRAÍDOS DEL CENSO POBLACIÓN Y VIVIENDAS POR ISLAS 2011 (ISTAC) 50

ILUSTRACIÓN 28. PESO DE CADA SECTOR DE ACTIVIDAD DENTRO DE LA POBLACIÓN OCUPADA DE FUERTEVENTURA (2011). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS EXTRAÍDOS CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDAS 2011 (ISTAC) 51

ILUSTRACIÓN 29. POBLACIÓN PARADA SEGÚN SEXOS FUERTEVENTURA 2002-2019/TRIMERSTRE 1 (MILES DE PERSONAS). FUENTE ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DE INE. 52

ILUSTRACIÓN 30. PARO REGISTRADO ENTRE 2009 Y 2019 SEGÚN LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES. FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC. 52

ILUSTRACIÓN 31. POBLACIÓN PARADA POR COMARCAS FUERTEVENTURA 2002-2019/TRIMESTRE 1 (MILES DE PERSONAS). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DE INE. 53

ILUSTRACIÓN 32. TASA DE PARO POR COMARCAS FUERTEVENTURA 2002-2019/TRIMESTRE 1. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DE INE. 53

ILUSTRACIÓN 33. TASA DE PARO POR COMARCAS FUERTEVENTURA 2017-2019/TRIMESTRE 1. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE ISTAC A PARTIR DE INE. 53

ILUSTRACIÓN 34. GRADO DE SATISFACCIÓN DEL EMPRESARIADO CON SU PLANTILLA POR COMARCAS DE LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 57

ILUSTRACIÓN 35.VALORACIÓN DE LA IMPORTANCIA EN LA PREPARACIÓN DE LA PLANTILLA POR PARTE DEL EMPRESARIADO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....59

ILUSTRACIÓN 36. VALORACIÓN DE LA PLANTILLA POR PARTE DEL EMPRESARIADO POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 60

ILUSTRACIÓN 37. PREFERENCIAS Y CARENCIAS DE LA PLANTILLA POR PARTE DEL EMPRESARIADO POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 61

ILUSTRACIÓN 38. SATISFACCIÓN DEL EMPRESARIADO CON LAS INSTITUCIONES POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....63

ILUSTRACIÓN 39. IMPORTANCIA DEL TURISMO POR COMARCAS MOSTRADA POR PARTE DEL EMPRESARIO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 64

ILUSTRACIÓN 40. IMPORTANCIA DEL TURISMO POR COMARCAS MOSTRADA POR PARTE DEL EMPRESARIO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 66

ILUSTRACIÓN 41. IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD EN EL ENTORNO SOCIOECONÓMICO POR COMARCAS MOSTRADA POR PARTE DEL EMPRESARIO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 67

ILUSTRACIÓN 42. IMPORTANCIA DE LOS CLIENTES HACIA EL MEDIO AMBIENTE MOSTRADA POR PARTE DEL EMPRESARIO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 68

ILUSTRACIÓN 43. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS EN REFERENCIA A LAS CUESTIONES LABORALES POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....69

ILUSTRACIÓN 44. GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS EN REFERENCIA A LAS RELACIONES DIRECTAS DEL EMPLEADO EN EL ENTORNO DE TRABAJO POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....71

ILUSTRACIÓN 45. GRADO DE IMPORTANCIA EN LA PREPARACIÓN DE LA PLANTILLA POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 72

ILUSTRACIÓN 46. GRADO DE IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL DE LA PLANTILLA POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. 73

ILUSTRACIÓN 47. GRADO DE IMPORTANCIA QUE MUESTRA LA PLANTILLA CON EL ENTORNO, POR COMARCAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 75

10. ÍNDICE CONTENIDO GRÁFICO – TABLAS

TABLA 1. VARIABLES CONTEXTUALES DEL TURISMO EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE ISTAC Y TURIDATA (05/2019) 9

TABLA 2. UNIVERSO DE ESTABLECIMIENTOS SEGÚN CATEGORÍAS SELECCIONADAS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA (2018). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS EXTRAÍDOS DEL ISTAC 14

TABLA 3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DE EMPLEADOS EN LA ISLA DE FUERTEVENTURA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 14

TABLA 4. DISTRIBUCIÓN SÍNTESIS RECOPILACIÓN DE DATOS DE EMPLEO TURÍSTICO Y FORMACIÓN SEGÚN ZONIFICACIÓN. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 15

TABLA 5. IMPULSORES E INFLUENCIA DE LOS CAMBIOS TURÍSTICOS Y LABORALES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA BASADA EN BAUM, T., (2015) 20

TABLA 6 . LA CREACIÓN DE EMPLEOS DURADEROS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA BASADO EN FROY, F Y GIGUÈRE. S (2011) "LA CREACIÓN DE EMPLEOS DURADEROS. GUÍA PARA REGENERAR EL EMPLEO DURADERO A NIVEL LOCAL. PUBLICACIÓN DE LA OCDE, PARÍS". 22

TABLA 7. OBSTÁCULOS INTERNOS Y EXTERNOS PARA LA FORMACIÓN CONTINUA DE LA FUERZA DE TRABAJO. 26

TABLA 8. ZONIFICACIÓN DE FUERTEVENTURA POR ÁREAS Y SUBÁREAS TURÍSTICAS. FUENTE. ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS SECUNDARIOS DE ISTAC, PROMOTUR Y CABILDO DE FUERTEVENTURA. 29

TABLA 9. CASAS COMPLETAS EN RÉGIMEN DE VIVIENDA VACACIONAL OFERTADAS EN LAS PLATAFORMAS AIRBNB Y HOMEAWAY, Y CASAS RURALES POR COMARCA Y MUNICIPIOS. FUENTE: AIRDNA, DATAHIPPO Y CABILDO DE FUERTEVENTURA 30

ANEXO 1. APROXIMACIÓN CUALITATIVA DE LA VIVIENDA VACACIONAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPLEO

Teniendo en cuenta la contextualización del impacto turístico tradicional en la isla, se debe saber que esta modalidad de alojamiento turístico aumenta progresivamente su peso e influencia en el sector y que, por ello, se ha convertido en parte fundamental de los análisis del turismo en Canarias, al igual que desde la perspectiva el empleo.

1. Alquiler vacacional en Canarias y en Fuerteventura

A modo de introducción, conviene una aproximación de la presencia de alquiler vacacional en el sector turístico del archipiélago canario y, posteriormente, analizar el peso de la isla de Fuerteventura dentro del global. Además, se realizará una comparativa de precios especialmente entre el nicho de establecimientos hoteleros/extrahoteleros y el de alquiler vacacional.

Como se puede observar en las ***Anexo - Tablas 1 y 2,*** la importancia, en términos porcentuales, del alquiler vacacional, tanto en Canarias como en Fuerteventura, gira en torno al 12%, poco más de la décima parte de la oferta alojativa de las islas.

Plazas ofertadas en establecimientos hoteleros y apartamentos	460.206	88,3%
Estimación de plazas ofertadas como alquiler vacacional	61.173	11,7%

Anexo - Tabla 1: *Relación de plazas ofertadas en establecimientos hoteleros/apartamentos y plazas ofertadas en alquiler vacacional en Canarias.* ***Fuente:*** Elaboración propia a partir de datos del ISTAC, Turisdata y Turismo de Tenerife. **Nota:** Las plazas de alquiler vacacional son el producto de número de viviendas por número de plazas en cada vivienda (en torno a 2), dato que se obtiene de AirDNA (marzo 2019).

Sin embargo, es una realidad la discusión que ha conllevado la aparición de esta actividad económica en el sector alojativo, no sólo en Canarias, sino a nivel nacional. Esto es debido al desarrollo de la actividad en zonas tradicionalmente turísticas, efectos de sobresaturación y gentrificación y a lo que se añade en determinadas viviendas la inexistencia de cumplimiento de estándares de calidad concretos, consecuencia de la escasa normativa legal que regularice esta modalidad.

Debe apuntarse también la acentuada fluctuación de la oferta de esta tipología en el mercado, posiblemente consecuente de su explotación por parte de particulares en gran

número, y no de empresas dedicadas de forma exclusiva a dicha actividad, con los recursos adecuados, también existentes y en plena proliferación en Canarias, pero en menor medida.

Plazas ofertadas en establecimientos hoteleros y apartamentos	61.352	87,5%
Plazas ofertadas como alquiler vacacional	8.696	12,5%

Anexo - Tabla 2: *Relación de plazas ofertadas en establecimientos hoteleros/apartamentos y plazas ofertadas en alquiler vacacional en Fuerteventura.* Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ISTAC y del Registro turístico del Cabildo de Fuerteventura. **Nota:** La unidad es plazas. Las plazas de alquiler vacacional son el producto de número de viviendas por número de plazas en cada vivienda (en torno a 2), dato que se obtiene del Gobierno de Canarias.

Resulta curioso que Fuerteventura siga el patrón del archipiélago, pero no se puede olvidar la relevancia de la distribución de las plazas mostradas en la ***Anexo - Tabla 2***, ya que podría suponer una diferencia muy marcada para la población local y turística de determinados municipios, así como para los competidores y la oferta complementaria y, en efecto, para las propias administraciones públicas.

2. Distribución geográfica del alquiler vacacional en la isla

Seguidamente, la ***Anexo – Tabla 3*** muestra la distribución de viviendas orientadas a alquiler vacacional por municipios de la isla. Además, se incluye un mapa con detalles de los municipios con mayor peso de oferta de esta modalidad (***Anexo - ilustración 1***).

Es destacable que Pájara, el municipio de mayor peso en la isla, conteniendo microdestinos turísticos muy importantes y un gran número de plazas alojativas ofertadas en establecimientos hoteleros y extrahoteleros, cercano a las 35.000 plazas (***Tabla 8. Zonificación de Fuerteventura por áreas y subáreas turísticas***), alumbre tan bajo número de viviendas dedicadas al alquiler vacacional, aunando 384 plazas ofertadas (***Anexo – Tabla 3***). Estos hechos podrían estar estrechamente relacionados entre sí, ocurriendo que el municipio, que ya alberga una muy alta oferta alojativa, presente en este nicho de mercado grandes barreras de entrada.

Por el contrario, se encuentran La Oliva, Antigua y Puerto del Rosario, en dicho orden, como municipios líderes en oferta de alquiler vacacional, muy especialmente el primero. En el caso de Betancuria y Tuineje, juntos alcanzan una cifra mayor que la de Pájara (***Anexo – Tabla 3***), pero no superan sus cifras de plazas alojativas hoteleras/extrahoteleras ofertadas (***Tabla 8. Zonificación de Fuerteventura por áreas y subáreas turísticas***).

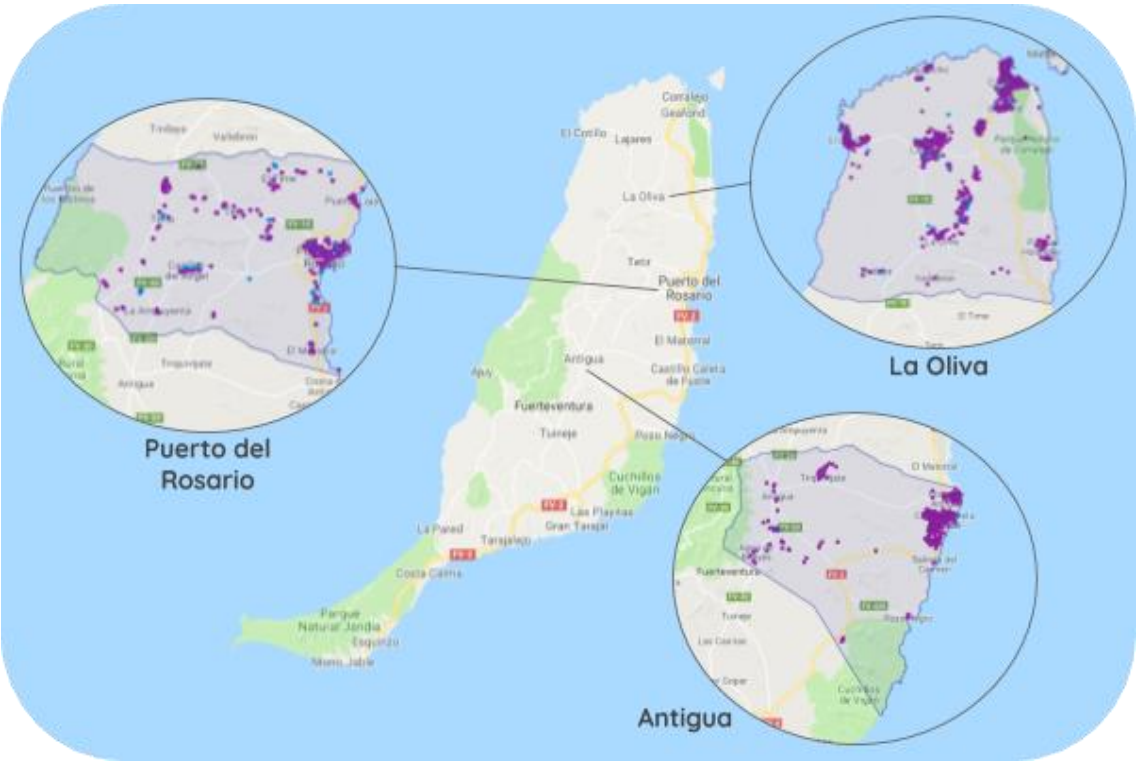
En el caso concreto de Puerto del Rosario también se observa una relación curiosa, su oferta alojativa es mayor en la modalidad de alquiler vacacional, con 708 plazas (***Anexo – Tabla 3***), que en modalidad hotelera/extrahotelera, con 222 (***Tabla 8. Zonificación de Fuerteventura por áreas y subáreas turísticas***).

	FUERTEVENTURA	Antigua	La Oliva	Pájara	Puerto del Rosario	Betancuria y Tuineje
Viviendas	4.263	816	2.785	192	354	260
Plazas ofertadas	8.696	1.713	5.291	384	708	546

Anexo - Tabla 3: *Distribución de las viviendas vacacionales y plazas ofertadas por municipios.* Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro turístico del Cabildo de Fuerteventura. **Nota:** Las unidades son viviendas y plazas. Las plazas se han calculado como en tablas anteriores.

Si se examina la **Anexo – Ilustración 1**, que aporta una imagen gráfica de la distribución mencionada para los tres municipios de mayor relevancia, se puede apreciar cómo, en general, las mayores concentraciones de oferta se encuentran en los microdestinos turísticos de estos municipios, situados en zonas concretas de la costa: Corralejo y El Cotillo en La Oliva; el propio casco costero de Puerto del Rosario y Castillo Caleta de Fuste en la costa de Antigua. Las excepciones se encuentran en La Oliva, donde se percibe la presencia de otras dos grandes concentraciones en zona interior: una en el propio casco de La Oliva y otra en Lajares, ambas zonas con cierta popularidad de turismo rural dentro del destino Fuerteventura.

Sería interesante, en el futuro, realizar un estudio más profundo de la evolución de las distintas zonas en los últimos años y medir el impacto social y económico, sobre dicho desarrollo por parte del turismo convencional y por parte del alquiler vacacional, más allá de la comparativa de ingresos estimados que se presenta a continuación, y especialmente en lo que respecta al mercado de empleo, de lo que se aporta una aproximación más adelante en este trabajo.



Anexo - Ilustración 1: *Mapa con detalle de los municipios con mayor presencia de alquiler vacacional en Fuerteventura.* **Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de AirDNA Market Minder, y extracción masiva de datos **Nota:** Los datos incluyen viviendas ofertadas en las plataformas AirBnB y HomeAway.

3. Comparativa de precios entre alquiler vacacional y oferta hotelera y extrahotelera

Como muestra la ***Anexo - Tabla 4***, el ADR de la oferta hotelera/extrahotelera expone valores más altos que los ADR de la vivienda vacacional, con excepción de Antigua. Esto situación podría deberse a un alto estándar de calidad de los alojamientos de alquiler vacacional en este municipio. También es destacable la escasa distancia entre ambos ADR existentes en Puerto del Rosario, posiblemente porque las características de los alojamientos de ambas modalidades son parecidas.

El ADR en oferta hotelera/extrahotelera más alto, lo presenta La Oliva, con 90 euros, la cual sube la media insular a los 83 euros. La Oliva alberga también la distancia más acentuada entre ambos ADR, dejando 23 euros entre uno y otro, la razón podría ser la gran cantidad de viviendas vacacionales ofertadas. El ADR medio de Fuerteventura para las viviendas vacacionales se sitúa en los 61 euros.

	FUERTEVENTURA	Antigua	La Oliva	Puerto del Rosario	Betancuria y Tuineje
Alquiler vacacional	61	66	67	50	-
Estab. hoteleros/ extrahoteleros	83	62	90	52	-

Anexo - Tabla 4: *Comparativa de ADR de alquiler vacacional y establecimientos hoteleros/extrahoteleros por municipios de la isla.* **Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de AirDNA Market Minder y el ISTAC. **Nota:** La unidad es euros. Los precios se exponen en valores absolutos. Los datos de alquiler vacacional incluyen viviendas ofertadas en las plataformas AirBnB y HomeAway.

Una cuestión a tener en cuenta debe ser el hecho de que, hipotéticamente, los precios medios diarios para establecimientos hoteleros/extrahoteleros podrían ser más altos que los de viviendas vacacionales por el hecho de que, los primeros, cuentan con multitud de habitaciones privadas en un mismo complejo y localización, que se pueden alquilar como unidad aislada; mientras que gran cantidad de las viviendas vacacionales ofertadas representan una unidad, con varias habitaciones que no pueden ser alquiladas aisladamente sin compartir el resto de zonas comunes, lo que puede reducir su rentabilidad.

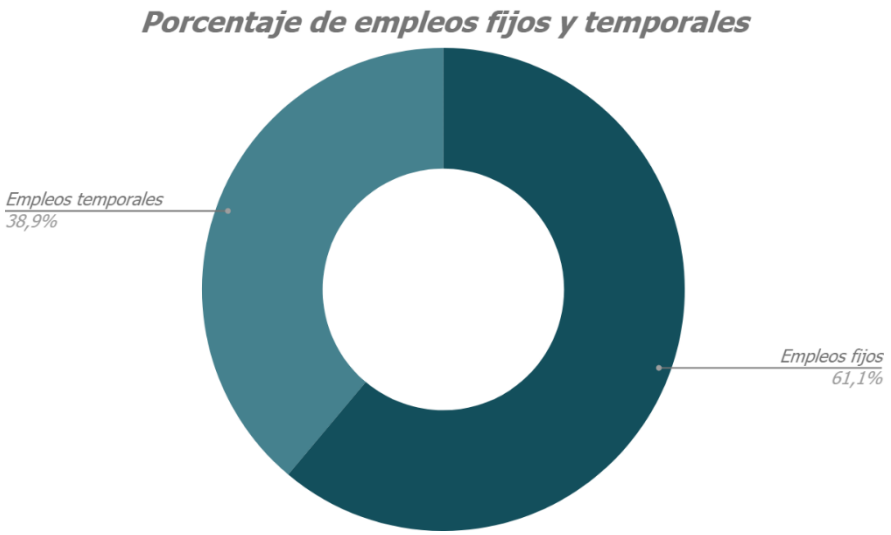
4. Aproximación de impacto del alquiler vacacional en el mercado de empleo de Fuerteventura

A continuación, y a modo de hipótesis, se realizar una aproximación al posible impacto que el alquiler vacacional puede estar causando en el mercado de empleo de la isla y en las distintas localidades. Por tanto, debe tenerse muy en cuenta que, para realizar las siguientes tablas e ilustraciones, se han utilizado datos obtenidos de manera eventual y adyacente al trabajo de campo realizado para este estudio, y son insuficientes para considerarse muestra representativa. Es por ello que las conclusiones descritas pueden tomar validez únicamente de hipótesis de estimación, no obstante, y a pesar de lo comentado, este apartado se realiza con el fin de subrayar el interés de profundizar, en el futuro, en esta cuestión.

Debe apuntarse que una gran parte de las viviendas ofertadas como alquiler vacacional están únicamente gestionadas por sus propietarios, particulares no profesionales que llevan a cabo la totalidad de las tareas derivadas de dicha actividad, y que no establecen ninguna relación contractual laboral o mercantil con otras personas, profesionales o entidades. Sin embargo, existen profesionales individuales y empresas, a menudo con varios trabajadores, cuya actividad es gestionar las viviendas de los particulares que no pueden o quieren encargarse de ello. Estos profesionales y empresas están contemplados en diferentes normativas nacionales, como el aún vigente Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias, que define las empresas explotadoras de viviendas vacacionales como (***BOCA, 2015***):

"*Personas propietarias o físicas o jurídicas, cuya actividad profesional, principal o no, consista en la cesión a título oneroso del uso y disfrute de las viviendas que cumplan los requisitos previstos en el presente Reglamento*".

A partir de los datos alumbrados por estas tres empresas explotadoras de viviendas vacacionales situadas en La Oliva durante el trabajo de campo realizado[5], se pueden vislumbrar algunas cuestiones interesantes respecto a su impacto en su entorno, concretamente en el mercado laboral y no generalizable.



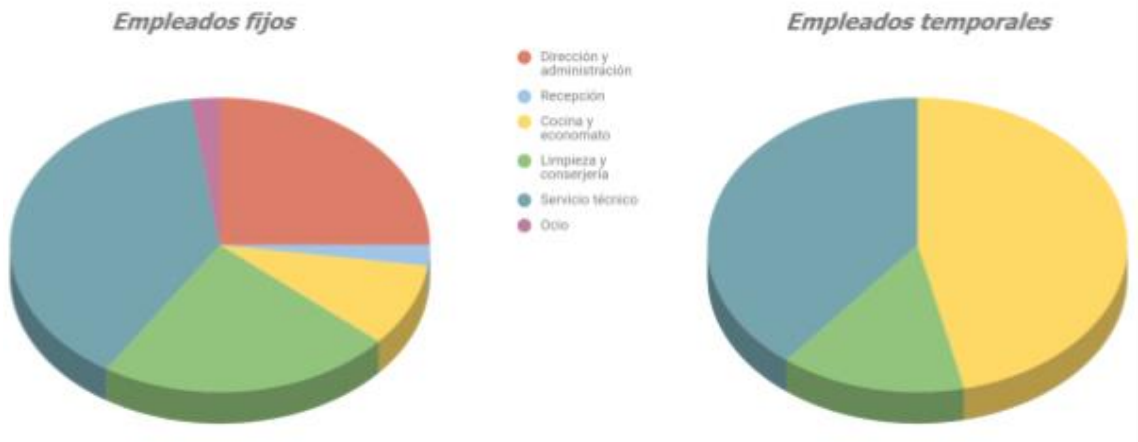
Anexo - Ilustración 2: *Relación porcentual de empleos fijos y temporales creados directamente por alquiler vacacional.* Fuente*:* Elaboración propia. **Nota:** Los datos del gráfico provienen de tres empresas explotadoras de viviendas vacacionales y no puede considerarse muestra representativa.

[5] La oliva representa el municipio de la isla de Fuerteventura con mayor peso de oferta de esta modalidad

En base a las empresas explotadoras encuestadas, se observa que aproximadamente el 60% de los puestos ocupados son por empleados fijos y un 40% de temporales (***Anexo - Ilustración 2***). En este caso, se puede realizar un doble análisis:

a) Desde la perspectiva coyuntural de crisis económica, se trata de un hecho positivo que los empleos fijos superen a los temporales;

b) Sin embargo y teniendo en cuenta que la tendencia, que partió de lo coyuntural alrededor de 2009, se está tornando estructural, podría leerse como algo negativo la cercanía entre ambos porcentajes, ya que, en teoría, los empleos temporales deberían funcionar como una herramienta exclusivamente de extraordinaria necesidad, es decir, para tareas y actividades que serán también temporales y no como contratos para cubrir funciones rutinarias o técnicas.



Anexo - Ilustración 3: Departamentos a los que pertenecen los empleados, tanto fijos como temporales, de empresas explotadoras de viviendas vacacionales. **Fuente:** Elaboración propia. **Nota:** Los datos del gráfico provienen de tres empresas explotadoras de viviendas vacacionales y no puede considerarse muestra representativa.

Si se desglosan, a su vez, los empleos fijos y temporales presentes en estas empresas explotadoras por departamentos a los que pertenecen los trabajadores titulares de dichos contratos, la ***Anexo - Ilustración 3*** muestra que, en el caso de los temporales, cuentan únicamente con profesionales de Cocina y economato, Servicio técnico y, en menor medida, Limpieza y conserjería, por ese orden de peso.

En cuanto a los empleos fijos de estas empresas, Servicio técnico y Limpieza y conserjería suponen un gran número, esta vez junto con Dirección y administración, y en menor medida, Cocina, Ocio y Recepción (***Anexo - Ilustración 3)***.

Se puede concluir que los profesionales más requeridos por estas empresas son aquellos orientados a mantenimiento, cocina y limpieza y, sin embargo, paralelamente, son los trabajadores que mayor rotación y temporalidad en la empresa sufren.