

MARIO GAVIRIA

LA PRODUCCION NEOCOLONIALISTA DEL ESPACIO

Trataré el turismo como la explotación y control por parte del extranjero de la producción y uso del espacio español de calidad.

En los últimos 15 años, se está produciendo en el mundo industrial avanzado una gran apetencia de espacio de alta calidad en su medio ambiente, una redistribución paulatina de los asentamientos de las poblaciones europeas. Las zonas cuyo medio ambiente está deteriorado con climas poco confortables y suelos caros situados en la Europa industrial y fría tienen una alta densidad de población con deseos de suelos baratos, playas, sol, en suma, un espacio todavía no deteriorado.

El Mediterráneo español y Canarias son actualmente objeto de la apetencia de los estados industriales avanzados europeos que, por sí mismos, o a través de sus agentes turísticos e inmobiliarios plantean un nuevo *neocolonialismo* del espacio de calidad.

Este neocolonialismo puede producirse por dos vías:

A) Por el control del uso y consumo de ese espacio (*Los Tour Operators*).

B) Por el control de la propiedad de los terrenos a través de operaciones de compraventa (en el caso de los particulares al comprar parcelas y de los grandes especuladores al comprar y vender terrenos en las costas mediterráneas españolas).

La estrategia espacial de los Operadores Turísticos

A final de los años 50, con el fin de la Guerra de Corea y la aparición de los primeros síntomas del Milagro Económico Europeo, centenares de pequeños operadores turísticos improvisados comienzan a ver una posibilidad de beneficios en la más pura lógica capitalista al organizar las vacaciones populares de los europeos.

Había un gran mercado de aviones de segunda mano resultantes del final de la guerra de Corea y de la aparición de los *jets* y unas playas, pequeños hoteles y pensiones a lo largo del Mediterráneo que estaban deseando recibir clientes.

En sus comienzos, el operador turístico es simplemente una pequeña oficina en Londres, en Amsterdam o en Frankfurt, un teléfono y un anuncio en el periódico: «Vacaciones en Mallorca, 15 días, todo incluido, x libras».

España, y especialmente Mallorca, reunían las características idóneas, ya que preferían jugar a la baja en el precio de los hoteles, cosa que no pudieron hacer en la Costa Azul y en la Riviera Italiana (lo pudieron hacer en la Riviera Adriática y allí el éxito fue Rimini).

Las vacaciones se convierten en consumo de masa y los operadores turísticos en los industriales del turismo.

Para ello funcionan con la lógica inherente a toda organización industrial, búsqueda máxima de la rentabilidad y beneficio privado.

Ello lleva a la aparición generalizada en los últimos 15 años de las playas charter o centros turísticos utilizados por los operadores turísticos, conocido en el lenguaje inglés con el nombre de *Holliday Resort*. Un ejemplo típico de *Holliday Resort* puede ser Torremolinos, Benidorm, Sitges, el Arenal de Mallorca.

Después del fenómeno de colonización, el turismo charter tiene una estrategia espacial, cuyos componentes y pasos principales son los siguientes: el tour operator elige lugares que ya estén en marcha, que tengan una mínima concentración y buenas playas. Tiene lugares que normalmente estaban empleados por los nacionales del país de origen. Son los lugares que llaman los ingleses *unspoiled*. Todavía hay poca gente en la playa, los pescadores cumplen su misión decorativa en el viejo puerto, los autóctonos son simpáticos y abiertos al turista. Surgen apartamentos promovidos por españoles y el pueblo de pesca se va convirtiendo en una ciudad turística que presenta signos de contaminación: agua de la playa contaminada, restricciones de agua potable, etc.

Para entonces, los operadores turísticos han amortizado sus inversiones,

han recuperado sus préstamos y se dirigen hacia otro lugar que tenga suelo más barato y empresarios dispuestos a recomenzar la experiencia.

Los operadores turísticos tienen éxito, comienzan a prestar dinero a altos intereses (el 30 o 40 % real) y hacen crecer el lugar siguiendo sus fines.

La estrategia de las ciudades turísticas es darse cuenta a tiempo, remodelar, replantear sus objetivos, con mejora de la escena urbana, luchando contra los signos de contaminación, saturación, etc., a la búsqueda de un turismo nacional o de un segundo impulso como consecuencia de la actuación de un operador turístico regional que asocie a todos los promotores, hoteleros y apartamentos locales, o de otras fórmulas de promoción.

No obstante la creciente crisis en la economía central y la aparición de las escaseces, hace pensar que los operadores turísticos no van a encontrar en el Mediterráneo muchos empresarios dispuestos a lanzarse en la construcción turística y se hará subir los precios de tal manera que no puedan competir con las nuevas ciudades turísticas españolas construidas en los 13 últimos años.

De la observación de las características de los lugares expuestos en los folletos turísticos, de la visita sistemática a los centros turísticos españoles visitados por los *tour operators*, así como a los de Bulgaria, Italia y otros países, hemos ido confeccionando una lista de requisitos requeridos por un *Holliday Resort*. Estos requisitos pueden no darse enteramente en éstos lugares, lo que hace que sean incompletos; también puede suceder que ciertos lugares tengan además de todos estos requisitos algunos valores más: históricos, monumentales, fama añadida etc., etc... No obstante, creo que se puede deducir una serie de observaciones interesantes:

REQUISITOS DE UN *Holliday Resort* (CENTRO TURÍSTICO)

- Aeropuerto para reactores a un máximo de 60 minutos de autobús.
- Sol y clima cálido y seco (como mínimo la media mediterránea) (o clima de Alta Montaña).
- Playa (o pistas para esquiar).
- Precios baratos del suelo.
- Precios baratos de la alimentación.
- Salarios bajos de la mano de obra de la construcción.
- Salarios bajos de la mano de obra de la hostelería.

La producción neocolonialista del espacio

- Existencia de una concentración hotelera mínima (unas 6.000 plazas).
- Agilidad empresarial para la construcción y explotación de los hoteles.
- Mínimos controles y presión fiscal hacia los *tour operators* y agencias de viaje.
- Mínimo control burocrático estatal de la actividad de los *tour operators*.
- Poco control real de la importación y exportación de divisas y capitales.
- Existencia de un equilibrio ecológico (agua, aire, paisaje).
- Seguridad física del turista, elevada.
- Ausencia de grandes complejos industriales cercanos.
- Ausencia inmediata de redes importantes de ferrocarriles, puertos industriales y autopistas.
- Existencia de una infraestructura mínima por este orden: acceso, agua potable, luz eléctrica, pavimentación, alcantarillado.
- Existencia de una cierta planificación urbana y territorial.
- Posibilidad de excursiones controlables por los *tour operators*.
- Inmediatez de los hoteles a la playa (o al telesilla).
- Proximidad a centros de complejidad funcional (servicios comerciales, médicos, Bancos, Seguros).
- Existencia de una concentración compleja y animada de vida nocturna.
- Equilibrio entre apartamentos — Campings — Chalets — Hoteles, viviendas permanentes, etc.

Nota: Benidorm reúne prácticamente todos los requisitos.

Neocolonización.

En las primeras etapas del turismo español, hace 15 años, tanto los hoteles como las promotoras de urbanizaciones y de apartamentos y chalets eran impulsados por empresarios y capital español, pero en los últimos 6 u 8 años, el capital extranjero va sustituyendo rápidamente al capital español encontrándonos con un control de la industria hotelera por parte de los *tour operators*, que forman una figura que *definiremos como neocolonialismo del uso del espacio de calidad*. Por otro lado, la compra masiva de terrenos, la promoción de apartamentos, apartahoteles y hoteles por parte del capital extranjero y empresas extranjeras radicadas en España, ha ido creciendo muy rápidamente entrando en contradicción y competencia con los antiguos apartamentos y hoteles propiedad de los españoles, y es lo que llamaremos *la producción neocolonialista del espacio de calidad*.

Así pues, nos encontraríamos ante dos fenómenos complementarios y contradictorios. Todo espacio turístico español, la playa o alta montaña,

existe al estado natural y, dadas las condiciones geofísicas, climáticas, etc., presenta unas bases de partida, un capital tierra potencial objeto codiciado por los países de renta alta y clima frío que carecen de él.

Los espacios naturales de calidad, a corta distancia de los países europeos, son cada vez más escasos y en una primera etapa fueron, y son todavía, utilizados a manera de invasión por los habitantes de las sociedades industriales avanzadas europeas.

Los beneficios de esta utilización fueron, en las etapas de los turistas individuales, favorables a la economía española e italiana, y en las etapas actuales de control de los mercados y los precios por parte de los *tour operators*, en beneficio de éstos y, sobre todo, de los extranjeros, que pagan bajísimos precios por la utilización del territorio español.

Nos encontramos ante una gigantesca estrategia de control expansionista espacial que se manifiesta por parte de los Estados Unidos y Japón en las Islas del Pacífico y en Centro América, y por parte de Europa en el Mediterráneo español, africano, las Islas Canarias y, pronto, la África Negra occidental litoral.

Es evidente que el espacio de calidad ecológica es un bien cada vez más escaso e importante cara al futuro.

La estrategia neocolonialista y expansionista se manifiesta, a todas luces, en los casos especiales que vamos a tratar: las urbanizaciones en la provincia de Las Palmas y la construcción y venta de apartamentos.

En los años 60, paralelo al comienzo del boom del automóvil, se produce el boom de las parcelaciones y urbanizaciones.

A este tema le dedicamos ya un capítulo en nuestro libro *Campo, Urbe y Espacio del Ocio*, Ed. Siglo XXI.

El primer análisis monográfico y exhaustivo realizado en España sobre las urbanizaciones fue publicado por nosotros en la revista *Gaceta Ilustrada*, en el año 1969. En él, y por primera vez, se mostraba un plano detenidamente elaborado a partir de los datos del Area Metropolitana de Madrid, en el que se incorporaba con su forma y superficie cada una de las urbanizaciones existentes en el Area Metropolitana en la provincia de Madrid, lo que daba una superficie para el año 69 de más de 28.000 Has. parceladas, en tramitación, etc... o a veces aprobadas. De aquella cifra se deducía el evidente exceso de parcelas alrededor de Madrid y la irracionalidad con que se estaban destruyendo sus alrededores.

Un año antes, y en lo referente a las urbanizaciones turística, el ingeniero de caminos y experto en urbanismo y turismo señor Arespacochaga hizo una primera evaluación de las superficies turísticas urbanizadas o de urbanización expectante que es el primer intento de una visión nacional del tema en cifras.

La producción neocolonialista del espacio

Para ello elaboró un plano que nosotros reproducimos por su interés y del que hemos sacado el cuadro siguiente:

La Urbanización en el Mediterráneo Español y Canarias (1)

	Mediterráneo Español	Canarias	T
Superficie Urbanizada	18,05	0,5	18,55
Superficie en vías de urbanización	32,25	3	35,25
Superficie con especulación actual	55,45	10	65,45
Superficie de especulación futura	42,50	14,5	57
	148,25	28	176,25

(1) En miles de Has.

Fuente: Sr. ARESPOCHAGA, 1969.

Del anterior cuadro cabe fácilmente concluir que las estimaciones de 1969 hablaban de una cifra aproximada de 176.000 Has., en las costas españolas, urbanizadas, especuladas, o en vías de especulación.

Esta cifra que en aquel momento parecía exagerada, ha resultado quedarse escasa.

En ciertos puntos especialmente dinámicos, como la Costa del Sol, la Costa Blanca, Almería y Canarias, puede decirse que en los últimos cinco años se ha multiplicado por dos la superficie promovida, legalizada y especulada.

En la actualidad no hemos conseguido obtener los datos de nadie que sepa exactamente las Has. en urbanización, sus grados de aprobación y las clandestinas, a pesar de que el Ministerio de la Vivienda, su Delegación de Málaga y la Cooperativa de Promotores de la Costa del Sol pongan cada vez más interés en clarificar todos estos datos.

No obstante, como dato significativo del crecimiento que ha tenido la Costa del Sol en estos últimos cinco años, desde que hicimos los estudios para *Gaceta Ilustrada*, y cogiendo como municipio tipo el de Marbella, vemos que ha pasado de 26 urbanizaciones que nosotros señalábamos en 1969 a 114 urbanizaciones en enero 1973 según señala la revista *Real Press*, de defensa del consumidor turístico, con domicilio en la Costa del Sol, y que presenta un plano y unos datos muy completos sobre las urbanizaciones de Marbella, en su número 1.

Esto viene a decir que prácticamente todo lo más importante del tér-

mino municipal de Marbella está parcelado y especulado, lo cual no quiere decir que esté dotado de infraestructura. En cualquier caso, pasar de 26 a 114 urbanizaciones, algunas de ellas gigantescas (Andalucía la Nueva y Elviria son de las mayores de España y están situadas en el municipio de Marbella) puede dar idea del proceso de parcelación y ocupación de todo el territorio costero por las urbanizaciones.

El desarrollo de las urbanizaciones en España, ha tenido tres épocas principales que señalamos a continuación.

1967-1968.

Es la época del gran boom de las urbanizaciones españolas, la mayoría de ellas simples parcelaciones de tamaño reducido y algunas de ellas centros de interés turístico, grandes superficies. Es la época de las grandes maquetas, del triunfalismo de pensar que todo se va a vender y de los negocios fáciles. Los compradores principales son la clase media española, franceses e ingleses, pero siempre como clientes individuales que compran la parcela y que, si tienen dinero, contratan a una pequeña constructora para que les levante un chalet a su gusto.

Desde esa época quedan en España cientos de miles de hectáreas sin vender o vendidas pero sin edificar ni construir la infraestructura. En algunos casos se ha construido la infraestructura pero deficientemente y el proceso de deterioro es rápido.

Desaparece el pequeño comprador de 1.000 metros, español, francés, inglés, y, a veces, alemán, y aparece el promotor alemán que busca parcelas grandes en las que pueda construir grupos de apartamentos, apartoteles, o centenares de chalets, que prefiguran la etapa siguiente.

1968-1971.

Es la etapa de la invasión alemana, como consecuencia del decreto que considera la compra de terrenos y apartamentos en España como ayuda a los países subdesarrollados, por lo que el alemán que invierte en España está exento de pagar impuestos y puede declararlo durante 12 años como pérdidas (Impuesto sobre la Renta). Es una Ley muy complicada, imposible de explicar completamente, pero cuya principal característica es que los profesionales alemanes, con más de cuatro millones de pasetas de ingresos anuales prefieren comprar terrenos o apartamentos en España, o participar en un

fondo alemán de inversión inmobiliaria en España, que pagar la cantidad correspondiente a la Hacienda alemana.

En esta etapa, el cliente comprador de suelo urbanizado es alemán interesado en trozos, casi siempre, superiores a 50.000 metros y a veces en parcelas de 10 Has. El gran éxito de Maspalomas-Playa del Inglés es que va con la infraestructura de la urbanización por delante y ofrece lotes de grandes tamaños a precios altos pero que interesan a los inversores alemanes camuflados en S. A. españolas.

El Mar Menor, que había pasado una crisis continua desde su fundación, se despierta y ve llegar a los compradores y promotores alemanes a partir de la venta de parcelas o de lotes de 20 o 30.000 metros cuadrados.

En esta etapa los alemanes, que van creando las sociedades de inversión y de promoción en España, tienen que invertir rápidamente y no pueden esperar las tramitaciones de una urbanización de un suelo rústico que hubieran comprado, por lo que desarrollan construcción en grandes lotes comprados a urbanizaciones existentes que tengan hecha la infraestructura y un sistema ágil de concesión de licencias y proximidad a un aeropuerto.

Así como en la primera etapa los españoles ganaban dinero al cambiar el suelo rústico en urbano y al promover chalets y construirlos, en esta segunda etapa, los beneficios de la promoción de apartamentos se los llevan las compañías alemanas, siendo los españoles únicamente constructores.

1971-1974.

Las compañías inversoras alemanas que más dinamismo demuestran para captar los impuestos no pagados por los alemanes de clase media alta, entran en la etapa de compra de terrenos rústicos, elaboración de un plan parcial o especial de ordenación turística, en zonas en las que haya suelo barato, es principalmente el caso de Almería, algunas áreas del norte de la provincia de Alicante y, sobre todo, Lanzarote y Fuerteventura que expndremos con especial detenimiento. En esta etapa, las antiguas urbanizaciones españolas, pequeñas o grandes, ya no venden apenas parcelas a compradores individuales y los compradores grandes les obligan a precios mucho más bajos de lo que esperaban; hay una saturación del mercado de parcelaciones y los grandes beneficios van a los extranjeros.

Además, y lo que es más grave, los apartamentos, chalets y parcelas anteriormente promovidos por españoles son cada vez menos interesantes de alquilar ya que los nuevos apartamentos, chalets y parcelaciones promovidos por los alemanes son vendidos directamente en oficinas de venta en

toda Europa y organizan el alquiler y utilización a través de *tour operators* extranjeros.

La urbanización es, pues, un negocio perfecto que se escapa, cada vez más, de las manos de los españoles, que ponen la tierra y la mano de obra.

Vcamos a continuación un análisis global de la provincia de Las Palmas que pudiera servir de base para el futuro análisis nacional.

La provincia de Las Palmas es un caso óptimo de análisis de la evolución de las urbanizaciones turísticas en España, ya que se dan las tres fases que señalábamos anteriormente con toda claridad.

En la primera etapa, promotores españoles actuando como personas físicas y vendiendo a compradores canarios, ingleses y nórdicos de manera aislada. La segunda etapa se simboliza en el rapidísimo crecimiento de la Urbanización Playa del Inglés, en Maspalomas, Costa Canaria, como consecuencia de la llegada de los capitales alemanes que compran parcelas grandes para construir rápidamente bungalows y apartamentos que justifiquen la inversión de los ahorradores alemanes que eluden los impuestos. Maspalomas Costa Canaria y su éxito (actualmente tiene casi 100.000 camas), va haciendo entrar en crisis las pequeñas urbanizaciones más antiguas y, sobre todo, a los apartamentos construidos por españoles en la Playa de las Canteras. La tercera etapa es la aparición de las sociedades anónimas creadas en Las Palmas. Todo el capital alemán para comprar terrenos rústicos, tramitar el cambio del uso jurídico del suelo, de rústico en urbano turístico y empezar a vender parcelas, bungalows, villas, apartamentos y participaciones en aparthoteles, que es la etapa que se encuentra en su pleno apogeo, principalmente en las islas de Lanzarote y Fuerteventura, que van destinadas a poner en crisis a Maspalomas igual que Maspalomas fue poniendo en crisis lenta, interrumpiendo su crecimiento, a la Playa de las Canteras.

Las Islas Canarias, especialmente, Fuerteventura y Lanzarote, reúnen unas características paracoloniales y desérticas con muy baja densidad de población, sin agua, sin electricidad, sin infraestructura suficiente, por lo que los precios de los terrenos eran baratos. Desde hace 6 o 7 años se da el caso de que la Isla de Lobos pertenece a una sociedad alemana.

Los promotores alemanes, ocultos tras sociedades anónimas y hombres de paja han hecho su aparición masiva en todas las Islas Canarias. Especialmente estudiaremos la isla de Fuerteventura.

Como todos los estudios que tocan en España a la propiedad, y especialmente a la propiedad rústica, tal vez como prolongación de los difíciles trabajos sobre reforma agraria, ha sido muy difícil la obtención de datos

La producción neocolonialista del espacio

precisos. Las estimaciones son, pues, lo más rigurosamente posibles pero no se ha analizado cada uno de los proyectos de las 189 urbanizaciones existentes en la provincia.

Las superficies y el número de urbanizaciones existentes al 1 de diciembre de 1973, fecha en que se cierra la toma de datos de este estudio, puede observarse en el cuadro siguiente, teniendo importancia complementaria la nota que sigue al cuadro, lo que nos daría una cifra de 189 urbanizaciones.

Superficie en hectáreas de las urbanizaciones en la Provincia de Las Palmas

Isla	Superficie Has.	N.º Urbanizaciones	Superficie media
Gran Canaria	6.129,21	86	71,26
Fuerteventura	11.939,80	73	163,50
Lanzarote	2.267,99	30	75,59
<i>Total</i>	20.347,00	189	

Nota: A la cifra anterior hay que añadir los últimos avances de planeamiento aprobados por la Comisión Provincial de Urbanismo de Las Palmas a finales de noviembre de 1973 que suman 843 Has. en Fuerteventura y 343 Has. en Gran Canaria, y que no están computados en nuestro cuadro, dando un total al 1 de diciembre de 1973 de 21.633 Has. de urbanizaciones aprobadas o en tramitación.

Podemos observar del análisis del cuadro anterior que la isla de Fuerteventura, que es la última promovida, es la que mayor número de hectáreas tiene en promoción y que el tamaño medio de la urbanización es máximo.

Viene a continuación la Isla de Gran Canaria, que fue donde primero surgieron las urbanizaciones, con un tamaño medio de 71 Has., pero con una superficie promovida que se extiende a la mitad de Fuerteventura.

Finalmente, Lanzarote con menos urbanizaciones, con un tamaño medio de urbanización aproximado al de Gran Canaria pero con la que hay que incluir el peligro que se cierne sobre la Isla de Lobos, cercana a la Isla de la Graciosa, la Isla de Alegranza y la Isla de Montaña Clara.

A la Isla de Fuerteventura, que da unas 12.000 Has., hay que añadirle 843 más, resultantes de los últimos datos conocidos hasta el 1 de diciembre.

La gran acción se centra sobre los extremos Norte y Sur de la Isla principalmente. Esta Isla, que ha apasionado tradicionalmente a los alemanes,

será poseída por un súbdito alemán desde muy antiguo en toda su parte Sur a partir del Istmo de la Pared, llamado así por el muro que prohibía la entrada a los españoles durante varios lustros y que ahora ha sido parcelado en grandes lotes de más de 100 Has. y vendidos a otros alemanes. Lanzarote muestra una evolución más razonable de las urbanizaciones.

En Lanzarote la labor intensa de las autoridades y de artistas como César Manrique han acelerado la redacción de un plan de la Isla ya aprobado, la planificación de términos municipales, y en cierto modo la conservación del paisaje, casi ejemplar para el resto del país.

Es importantísimo señalar que las cifras aquí dadas se refieren a terrenos y urbanizaciones de los que ya existe algún documento en tramitación legal a través de los municipios o del Ministerio de la Vivienda.

Podemos calcular, sin temor a error grosero, que en proceso de compraventa y especulación expectante se hallan en las islas de Fuerteventura y Lanzarote otras 20.000 Has. más. Están en la etapa de investigación de la propiedad, señalamiento de linderos, levantamientos catastrales de tipo privado, que son las fases primeras por las que se define a la propiedad del suelo desértico y comienza a ser comprado y vendido.

En el cuadro que se expone a continuación hemos hecho un desglose (de cada una de las urbanizaciones según islas), del total de las hectáreas promovidas por Sociedades Anónimas, lo que nos da un volumen del 61 % del total de las hectáreas promovidas.

Este cuadro es de especial importancia ya que, aunque haya algunas sociedades anónimas que sean de capital español, y algunas de capital mixto, la referencia más segura sobre la inversión extranjera en urbanizaciones es la de evaluar las sociedades anónimas, compuestas en un 90 % de capital extranjero.

Hay que tener en cuenta que también algunas de las promovidas aparentemente por españoles y como promotores individuales, que no han sido computadas a efectos de promociones por extranjeros, se trata únicamente de testaferros.

Urbanizaciones promovidas por Sociedades Anónimas

	(1) Total Has. promovidas	(2) Total Has. promo- vidas por S.A.	% (2)/(1) Media
Gran Canaria	6.129,21	1.205,60	19 %
Fuerteventura	11.939,80	9.835,30	82 %
Lanzarote	2.267,99	1.510,60	67 %
<i>Total</i>	20.337,00	12.551,50	61,72 %

En el año 1972 se crearon más de 323 sociedades anónimas en el ramo, la mayoría de ellas alemanas. Así pues, el estimar que el 61 % de las urbanizaciones son promovidas y controladas por capital extranjero sería más bien una estimación baja en cuanto a lo existente actualmente; y en cuanto a las 20.000 Has. del próximo futuro puede decirse que la casi totalidad serán promovidas por extranjeros.

Hay también precedentes de sociedades anónimas españolas creadas por Bancos industriales que, por medio de la especulación en Urbanizaciones y terrenos, cubren los posibles déficits consecuencia de errores en inversiones industriales.

La Unión Española de Explosivos de Río Tinto tiene en Lanzarote cantidades muy importantes de terrenos y una de las mayores urbanizaciones aprobadas en las Islas Canarias.

En los últimos meses de 1973 aparece en Fuerteventura una fuerte suma (unos 3.000 millones de pesetas) para comprar terrenos en nombre de Altos Hornos de Vizcaya. Del acero a las playas cálidas, de la producción pesada a la producción del espacio.

Las decenas de intermediarios y comisionistas de la Isla están excitados por el nuevo mercado que se abre, esta vez para los vascos.

Es interesante señalar que todo promotor, parcelador y urbanizador especulador sigue unos pasos que comienzan a ser tipificados en lo que pudiéramos llamar una *fenomenología de urbanizador turístico*, que no acaba sino cuando la urbanización está ocupada por viviendas y utilizada plenamente, y cuando la Administración local se hace cargo de la gestión de los servicios, cosa que ha sucedido en muy pocas urbanizaciones en España desde el año 1956 en que existe la Ley del Suelo.

Exponemos a continuación la lista de las diversas acciones o estadios por los que va pasando el urbanizador en su intento constante de revalorizar la tierra. Especialmente en Fuerteventura es un caso típico este fenómeno, ya que al ser todo desierto no es como en las urbanizaciones de la Costa del Sol, la Costa Brava o la Costa Blanca.

He aquí las diversas etapas de la promoción urbanístico-turística:

Se detectan terrenos ultrabaratados situados cerca del mar.

Se hace opción de compra.

Se busca un nuevo comprador para venderle una parte o todo y encargarse un proyecto técnico para el resto.

Se contrata un arquitecto o un ingeniero para realizar un Plan Parcial de Urbanización.

Se pone nombre a la urbanización.

Se ponen varios gigantescos carteles explicando el nombre de la urbanización y las bellezas que va a ofrecer, una vida nueva, etc.

Se delimitan senderos.

Se mide una y otra vez.

Se levantan planos.

Se regula la escrituración y titularización.

Se hacen levantamientos topográficos.

Comienza la publicidad indirecta: los promotores llegan a la prensa local diciendo que pretenden invertir cientos o miles de millones en la urbanización más bonita y moderna del mundo, que son un grupo financiero muy fuerte y que en cuanto les den el permiso comienzan a construir (cosa que todavía no ha sucedido seriamente en Fuerteventura).

El arquitecto entrega los proyectos.

Se comienza la tramitación en el Ayuntamiento.

Se intenta comenzar a vender trozos y parcelas en la ambigüedad de que hay ya una aprobación inicial por parte del Ayuntamiento a pesar de que ésta sea tan irregular que nunca puede llegar a ser aprobación definitiva por la Comisión Provincial de Urbanismo.

Caso de que la tramitación fuera bien, se comienza a clavar estacas que señalan los números de cada parcela y, en algunos casos, se marcan las parcelas con cal en el suelo.

Se trazan con cal en el suelo las líneas por donde irán las calles de las parcelaciones.

Se ponen piedras alineadas y pintadas de cal como forma más perfeccionada de urbanismo semántico.

Se plantan algunas palmeras junto al cartel, la playa y la carretera para dar sensación de que comienza la urbanización.

Se compacta alguna calle principal de la urbanización poniendo únicamente bordillos. El bordillo es el símbolo máximo de la urbanización en Fuerteventura.

Se construyen uno o dos chalets o bungalows para poder tomar unas fotos con una palmera delante, dando la sensación de que la urbanización existe.

Se echa picón en algunos de los caminos en los que se han puesto bordillos. Esto no se ha hecho en casi ninguno de los casos de Fuerteventura, excepto en P.L.A.L.A.F.U.S.A. y Playa Blanca.

Se construyen un hotel y algún bungalow o apartamento piloto para enseñar a los vuelos charter que vendrán especiales de inversores de Alemania o de Suecia a alojarse en el hotel una semana, ver el territorio y comprar sobre plano a la vista de los apartamentos y bungalows piloto.

Pasan los años y la aprobación llega. Se revende, llegan otros com-

pradores y se estanca el proceso de la urbanización en infraestructura sin que los precios bajen. Los precios siguen subiendo, pero no se invierte. Llegan los problemas originados por la falta de infraestructura y cada hotel resuelve directamente sus problemas; una depuradora, una potabilizadora, un grupo electrógeno para la energía eléctrica y una carretera, mejor o peor pavimentada, de acceso.

Finalmente, pues, vemos que son unas urbanizaciones en las que no se urbaniza, sino que se hace como que se urbaniza. Esta es la situación en que están unas 18.000 hectáreas en la provincia.

En los últimos años han aparecido una gran variedad de fondos de inversión inmobiliaria y promotoras de inmobiliarias turísticas con garantías de interés del 12 %, entre las que cabe destacar Eurovosa, Plus-Renta, Iconsa, Turist Renta y muchas más. La forma casi artesanal que tenía el antiguo promotor de apartamentos, un constructor venido a más, adquiere un volumen industrial y financiero importante. Hay fondos de inversión inmobiliaria que actúan en España y en el extranjero tratando de canalizar ahorro e inversionistas hacia Canarias.

Por otro lado, aparecen organizaciones de gran importancia como RENTA CANARIA.

Es evidente que el boom de la construcción de apartamentos, bungalows, apartahoteles, etc., en las Islas Canarias, corre paralelo a la aparición de las sociedades anónimas extranjeras hacia el año 1968.

Desde entonces a fin de 1973 se ha quintuplicado el número de plazas extra-hoteleras en la provincia de Las Palmas, según se muestra en el cuadro elaborado por el Centro de Investigación Económica y Social de Las Palmas de Gran Canaria.

En dicho cuadro puede observarse cómo hasta el año 67-68 el crecimiento era paulatino y principalmente promovido por españoles y algunos ingleses, nórdicos y alemanes. El principal incremento se producía en las Palmas, en torno a la playa de Las Canteras y los inversores eran españoles, principalmente residentes en Canarias:

PROVINCIA DE LAS PALMAS

Plazas acumuladas paratoteleteras y porcentajes de las diferentes zonas turísticas en la provincia

(1960-1973)

Año	LAS PALMAS		SOR DE G.C.		LANZAROTE		FUERTEVENTURA		TOTAL ACUMULADO	
	Plazas	%	Plazas	%	Plazas	%	Plazas	%	Plazas	%
1960	510	100	—	—	—	—	—	—	510	100
1961	525	100	—	—	—	—	—	—	525	100
1962	882	100	—	—	—	—	—	—	882	100
1963	1.097	100	—	—	—	—	—	—	1.097	100
1964	2.677	97	40	3	—	—	—	—	2.717	100
1965	2.904	77,8	827	22,2	—	—	—	—	3.731	100
1966	4.094	58,5	2.909	41,5	—	—	—	—	7.003	100
1967	5.831	44,4	7.306	55,6	—	—	—	—	13.137	100
1968	7.266	43,0	9.633	57,0	—	—	—	—	16.899	100
1969	9.966	37,7	20.470	67,3	—	—	—	—	30.436	100
1970	13.471	20,8	51.200	79,2	—	—	—	—	64.671	100
1971	15.703	22,2	52.892	74,6	1.760	2,5	500	0,7	70.855	100
1972	17.768	21,7	60.309	73,5	2.260	2,8	1.675	2,0	82.012	100
1973	17.768	17,8	74.816	74,9	4.810	4,8	2.455	2,5	99.849	100
Corregido	19.240	18,6	77.738	74,4	4.810	4,6	2.455	2,4	104.423	100

Fuente: CIES. Las Palmas

Los antiguos apartamentos eran administrados por las comunidades de vecinos, y contratados a través de operadores turísticos extranjeros, y hasta los últimos años tenían casi todos una ocupación bastante elevada durante los meses de invierno.

Pero la aparición de los apartamentos promovidos y vendidos por los fondos de inversión alemán trae, como consecuencia inmediata, la decadencia del alquiler de los apartamentos de Las Palmas (Las Canteras), el crecimiento del Sur de la Isla de Gran Canaria (Maspalomas, etc.).

Muchos de estos edificios de apartamentos, la gran mayoría, funcionan como hoteles.

Los turistas tienen bonos para comidas en restaurantes vecinos, en general una comida diaria, realizando la comida de mediodía en la playa.

La táctica de las agencias de viajes ha ido imponiendo el que el edificio entero sea alquilado a una misma compañía para que los clientes no puedan comparar los precios de los distintos operadores turísticos.

La estrategia de contratación es muy simple: se contratan a mejor precio los apartamentos recién estrenados, abandonándolos una vez que se han deteriorado, al cabo de tres o cuatro años, los edificios más antiguos, que en general eran propiedad de españoles.

No sabemos muy bien por ahora que rentabilidad prometen y otorgan los fondos de inversión alemanes a los inversores, inversores-compradores, de apartamentos en la Provincia de Las Palmas.

Lo que sí sabemos muy bien es que las 104.000 plazas extra-hoteleras existentes en la Provincia de Las Palmas tienen una ocupación anual que no llega al 40 %, según estudios muy perfeccionados por el Centro de Investigación Económica y Social de Las Palmas. Aparece pues, una infrautilización y despilfarro del capital invertido en la construcción.

No se puede dejar de relacionar esta situación de infrautilización de los apartamentos turísticos (en toda España se calculan en más de millón doscientas mil camas, siendo los datos del Censo del 70 que engloba residencias secundarias muchísimo más altos) con el déficit de viviendas que existe en España, y especialmente en Las Palmas, donde la calidad del alojamiento popular es muy baja. A pesar de que en los últimos años se observa una construcción masiva de viviendas para los autóctonos, puede calcularse en 30.000 el número de personas que viven en chabolas o casi chabolas. Esta situación se produce en la misma capital y es visible desde las carreteras.

Muy grave es también el déficit de alcantarillados y aguas sucias vertidas al mar en el centro mismo de Las Palmas, junto al puerto. Pero donde más grave es la situación es en el agua potable, precisamente en verano, cuando no hay apenas turistas extranjeros y es necesaria el agua para los

nacionales. En el verano del 73 se estropeó la planta potabilizadora, teniendo que abastecer a la población con camiones que costaban hasta 60 pesetas el metro cúbico, a pesar de que el Gobierno Civil marcó el precio de 10 pesetas. Esta escasez de agua es más indignante cuando en el sur de la isla existen captaciones que se dedican al abastecimiento turístico de la zona de Maspalomas y se reservan para los turistas en el invierno.