

EL COMPORTAMIENTO ESPACIAL DE LOS TURISTAS

Anotaciones desde Fidji

Joan-Enric Capellà-i -Cervera*
Universidad de las Islas Baleares
Palma – Mallorca - España

Resumen: El presente estudio contribuye al conocimiento del comportamiento espacial de los turistas mediante la realización de observación participativa en estaciones turísticas de nueva creación en Fidji. Aunque Fidji ha tenido un desarrollo turístico durante más de 50 años, su evolución no ha sido gradual y ha venido muy marcada por conflictos socio-políticos. Mientras que las zonas turísticas más desarrolladas están orientadas a segmentos de mercado medios y altos, las nuevas zonas de las Yasawas se orientan a mochileros. Su comportamiento espacial viene condicionado por dos tipos de factores: los endógenos o internos, vienen determinados por la propia motivación pasiva de los turistas, y su percepción de un entorno no planificado ni preparado para ser visitado. Y como factores exógenos o externos al individuo, las Yasawas presentan deficiencias en la gestión, y el determinismo del enclave y la calidad del entorno restringen los movimientos. La observación participativa ha contribuido cualitativamente a la apreciación de un fenómeno abordado frecuentemente por encuestas y entrevistas, y que demuestra su necesaria complementariedad.

PALABRAS CLAVE: comportamiento turístico espacial, turismo de mochila, observación participativa, Fidji.

Abstract: Tourist Spatial Behaviour. Notes from Fiji. This research paper contributes to the understanding of tourist spatial behaviour by use of participant observation in new Fijian resorts. Tourism development in Fiji has been uneven distributed and influenced by socio-political instability since last 50 years. Fijian matured tourist resorts are medium-high market oriented; however the Yasawas archipelago targets those segments that belong to the low market, namely backpacking. Backpackers' spatial behaviour is determined by two types of factors: internal factors are related to their passive motivation and their perception of a non well-planned environment. External factors are related to (1) the lack of efficiency in management processes, (2) place conditions, and (3) the quality of the environment, which restricts the tourist spatial behaviour. Participant observation has qualitatively contributed to a new understanding of the topic, which is frequently approached by use of surveys and interviews. Therefore, combination of techniques seems to be necessary.

KEY WORDS: tourist spatial behaviour, backpackers, participant observation, Fiji.

* Colabora en diferentes tareas de investigación en la Universidad de las Islas Baleares y actualmente finaliza una maestría en gestión turística en la Universidad Victoria de Wellington, Nueva Zelanda. Sus investigaciones versan sobre el comportamiento espacial, los flujos y el desarrollo en turismo. E- mail: je.capella@uib.es y je_capella@yahoo.com.

INTRODUCCIÓN

Como ya lo señalara Hudson (1999), muchos autores consideran que las motivaciones son el principal determinante del comportamiento turístico. Como punto central a las teorías del comportamiento aparece el concepto de *necesidad* cuyo padre, Maslow, desarrolló su teoría de la jerarquía de necesidades en 1943 pero que aún están muy vigente en los principales modelos del comportamiento turístico. Así, las necesidades de los turistas son lo que les motiva a llevar a cabo un determinado tipo de comportamiento. Es precisamente la manifestación espacial de este comportamiento la que constituye el eje vertebral de esta investigación. Debbage (1991) argumentó que el comportamiento de los turistas está determinado por varios factores que responden a la motivación y a la personalidad del turista. Cooper (1981) ya había argumentado estos principios, conjuntamente a los de la disponibilidad de información y a la misma condición de que el "turista" tiene una mentalidad diferente basada en el mejoramiento personal y el enriquecimiento interior.

García-Hernández (2004) se fundamentó en el análisis espacio-temporal propuesto por Dietvorst quien a su vez lo tomó de la escuela sueca de Hägerstrand, concluyendo que dos son los determinantes de la movilidad y el uso turístico del espacio: 1) las características del propio espacio, y 2) las pautas de comportamiento de los visitantes, determinado por las motivaciones, conocimiento previo e imágenes asumidas sobre el destino, y por los procesos de percepción del espacio turístico *in situ*. Debbage (1991), mediante encuestas resumió once características que condicionan el movimiento de los turistas: la duración de la estancia; la localización del alojamiento; el origen del turista; el nivel de movilidad (si alquilan o no transporte); el poder adquisitivo; la educación; la edad; la ocupación; la organización del viaje; y, finalmente, el tamaño del grupo con el que se viaja. De tal modo que hay que considerar que el método condiciona los resultados, por lo que dependiendo del enfoque se obtendrá un tipo de datos u otro. Metodológicamente, la aproximación más frecuente a los estudios del comportamiento espacial de los turistas ha sido los cuestionarios de administración temporal (Debbage 1991; Dietvorst 1995; Fennell 1996). Sin embargo, más recientemente se ha perfilado un nuevo enfoque en el análisis del comportamiento espacial turístico mediante la observación participativa. Olivier (2000) realizó una interesante aproximación al comportamiento espacial de un grupo organizado en Irlanda. Aunque su enfoque se ciñó a las pautas de comportamiento espacial de los turistas dentro del autocar, analizando los cambios de lugar de cada turista y su interacción con el entorno y el resto de turistas, proporcionó una buena base para llevar a cabo la observación participativa en Fidji. La observación participativa es una técnica apropiada para el estudio de casi todos los aspectos de la existencia humana ya que describe lo que ocurre; quién o qué está involucrado; dónde y cuándo los sucesos ocurren; cómo ocurren; y por qué ocurren (Jorgensen 1989). Por otro lado, Seaton (2002) afirmó que la observación participativa ha sido una técnica dilatadamente aplicada en sociología y que

recientemente se ha reafirmado en el campo emergente de la investigación en movimiento social. Aun así, la observación participativa ha tenido poca repercusión en la disciplina turística. Debbage se basó en los trabajos de De Kadt (1979), Lea (1988), Mathieson and Wall (1982) y Turner y Ash (1975) para afirmar que “información más detallada de los factores que afectan a los patrones de la actividad turística podría anticipar tendencias para el desarrollo y minimizar los impactos negativos que comúnmente se asocian a la industria turística internacional” (1991: 252). De tal modo que el objetivo de la presente investigación tiene dos prioridades: 1) aportar nuevo conocimiento sobre el comportamiento espacial de los turistas en *resorts* de nueva creación y ponerlo en contexto con la situación de desarrollo turístico del país; y 2) experimentar sobre la flexibilidad que permite la observación participativa en cuanto al análisis del comportamiento espacial turístico. Ya se puede señalar que mediante la pura observación se pueden describir los fenómenos pero solo intuir qué los motiva. La interlocución minimiza esta debilidad técnica, aunque no proporciona el grado de rigor que lo haría un muestreo de entrevistas o encuestas.

En base a ello se recopiló la información de diferentes formas. En primer lugar, se construyó un diario mediante datos cualitativos recogidos durante el itinerario fruto de la observación del comportamiento de los turistas y de lo que percibía el propio investigador; a su vez, se creó un diálogo e interlocución con los participantes con el objeto de conseguir información cualitativa alineada con el objetivo de la investigación; y finalmente hay que destacar el levantamiento de los planos de los dos *resorts* sobre los que plasmar el comportamiento espacial. Al final del día se reconsideraban las notas tomadas y se las enriquecían con nuevos datos. De tal forma que el investigador adoptó tres modos de participar en el trabajo de campo: primero como viajero tomando notas, segundo escuchando la conversación de la muestra bajo análisis, y tercero como participante social en diferentes actividades desarrolladas durante el itinerario. Toda la información se dejó gestar por término de un mes para posteriormente poder proceder a un estudio más riguroso del fenómeno en cuestión mediante las anotaciones y las fotografías tomadas.

DESARROLLO TURÍSTICO EN FIDJI

El desarrollo turístico en Fidji, aunque empezó ligeramente a principios de siglo veinte, no fue hasta los años sesenta en que se manifestó de forma relevante. Vino precedido por el impulso de factores externos al país sustentados en (1) que el turismo incrementaba la entrada de divisas, (2) tenía un efecto multiplicador sobre el desarrollo de infraestructuras, (3) impactaba positivamente en el desarrollo de otras industrias, (4) Fidji disponía de una localización céntrica en el océano Pacífico y en las rutas aéreas entre los Estados Unidos y Australia - Nueva Zelanda, (5) su clima era óptimo para el desarrollo turístico, (6) y el país disponía de recursos turísticos (playas y otros recursos naturales básicamente) que podrían permitir su comercialización y aportar beneficio económico (Dakuvula 1977). Pearce (1989)

argumentó que mayoritariamente el desarrollo turístico implica una mezcla de diferentes agentes; sector privado, público y organizaciones a diferentes escalas (p.e. el Banco Mundial), cuya relación se establece en términos de colaboración informal o estructurada, competencia o cooperación. En el caso de Fidji, el impulso turístico vino originado en buena medida por la administración colonial del momento. Además, la economía empezó a sufrir de escasez de inversión, pocas oportunidades de nuevo empleo y un declive de la productividad agrícola. Precisamente fue el turismo quien auguraba un alivio de esta situación, cuyo apoyo incondicional procedió inicialmente por parte de los europeos asentados en el país. La consecuente legislación derivó en una expansión de los intereses hoteleros de los europeos locales y en una inversión directa de compañías de Australia, Europa, Nueva Zelanda, Norte América, Japón, Singapur, y Hong Kong (Britton 1987). A finales de los cincuenta aproximadamente un 60% de los turistas llegaban por aire y, el resto, por mar ya que desde los inicios los cruceros han tenido un papel relevante en el turismo en Fidji (Clement 1961).

A finales de los años 1970 Dakuvula (1977) ya argumentó la necesidad de desligar la industria turística de manos externas para ponerla en manos internas y pasar a ser más autosuficientes, bajando los niveles de dependencia exterior del país. Buena muestra de esta voluntad es que en 1973 el Gobierno rechazó un plan de desarrollo turístico que había sido diseñado por consultores extranjeros cuyas propuestas se fundamentaban en el desarrollo de grandes complejos hoteleros de empresas multinacionales. Samy (1980) aportó argumentos que apoyaban la previa premisa mediante su estudio de la mano de obra en los lujosos *resorts* de Fidji. Samy reveló que los beneficios sobre la sociedad local eran mínimos y que los criterios raciales y étnicos predominaban en la contratación de personal laboral, siendo los expatriados y europeos locales los que ostentaban los puestos de gestión y de mejor remuneración. Aunque Britton (1987) confirmó mediante su estudio comparativo de la situación turística en Fidji, las islas Cook y Tonga la dependencia que tenía Fidji del exterior y que el capital privado local jugó un papel secundario en el desarrollo turístico del país, afirmó que las compañías extranjeras aportaron la financiación y encararon los riesgos que conllevaban las nuevas operaciones empresariales. Además, el mercado laboral local era insuficiente para aportar (1) mano de obra cualificada, (2) las requeridas redes de comunicaciones, (3) los contactos empresariales necesarios para la coordinación y organización exitosa de los paquetes e itinerarios turísticos, (4) y la cantidad suficiente, la calidad y la gama de productos de productos manufacturados usados por las empresas turísticas. Además, apoyó sus argumentos favorables a la intervención exterior en el desarrollo turístico de Fidji, argumentando que Fidji en los ochenta ostentaba un ridículo poder de atracción comparado con sus competidores Pacíficos – Australia, Nueva Zelanda y Hawai – por lo que era necesario para un destino turístico pequeño como Fidji llevar a cabo campañas de marketing masivas para atraer un significativo número de turistas. Esta situación implicaba la confianza en las empresas extranjeras para vender el destino en los países más desarrollados. Por lo que a finales de los setenta dos tercios de los sub-sectores dependientes de la actividad turística (alojamiento,

agencias de viajes y operadores turísticos, artesanía y compras turísticas) estaban en manos extranjeras. Aproximadamente un 15% estaba en manos de europeos locales. Otro 15% en manos de indo-fidjianos y un 1% en manos de fidjianos.

Esta situación precedió a la inestabilidad político-económica del país, ya que los grupos inversores de procedencia no indígena crearon diferentes grupos de presión con decisivo poder de decisión en cuestiones políticas. La influencia fue de tal magnitud que Britton (1987) utilizó la palabra “abuso” para definir la influencia generada por los grupos de presión turísticos en Fidji. Ejemplos de tal abuso se basan en la baja tasación turística, o en la construcción de infraestructuras orientadas a la demanda del sector turístico. Por lo que el neo-colonialismo que aún hoy día impera en muchos lugares del planeta se materializó en Fidji mediante el control del sector turístico. La inestabilidad política mencionada – que tenía su principal baza en las divergencias étnicas entre fidjianos y indo-fidjianos (emigrantes de procedencia india traídos al país por los británicos) y también las divergencias entre los fidjianos orientales que habían ostentado el poder sobre la tierra y una nueva clase-media de fidjianos occidentales, quienes en coalición con la oposición consiguieron la mayoría democrática en 1987 (Burns 1995), culminó con dos golpes de Estado en 1987 por parte de los fidjianos, con el dramático descenso en la llegada de turistas como una de las principales consecuencias (Hall 1994; Burns 1995; Conlin y Baum 1995). La recesión de sus mayores mercados y el incremento de las tasas también contribuyeron a crear condiciones desfavorables para la industria turística (Lochart y Chandra 1997). Una de las consecuencias directas de los golpes de Estado fue la inclusión en los planes rectores para el desarrollo del país de un mayor énfasis en la cultura local, el entorno natural y la inserción de la comunidad local en todos los estamentos de la industria turística (Plange 1996).

A finales de los ochenta y principios de los noventa, y precedidos por años en que los ciclones afectaron negativamente al desarrollo turístico del país, los mercados de corto recorrido devinieron relativamente menos importantes en detrimento de visitantes japoneses y europeos (Plange 1996). Éstos últimos, mediante la Unión Europea, establecieron un convenio de colaboración de ayuda para el desarrollo con el Gobierno de Fidji (Sofield 2003). A su vez, durante los noventa, Fidji aun permanecía como un mercado minoritario y empezó a sufrir fuertemente la competencia de Tailandia, Singapur y Bali en la atracción de sus turistas más frecuentes: los australianos. De tal forma que durante los ochenta el turismo contribuyó en un 12%-13% al PIB, y en los noventa el crecimiento solo alcanzó un 15,7%. Aún así, a principios de los noventa el turismo se convirtió en el primer sector de entrada de divisas y se aceptó que ya era el sector dominante de la economía de Fidji, por delante de la comercialización de la caña de azúcar y la confección (Hall 1994).

El número de visitantes en Fidji ha ido creciendo durante la última década a un ritmo medio del 4,03% anual (Fidji Islands Bureau of Statistics 2005) (Tabla 1), aunque hay que considerar

la drástica oscilación negativa ocurrida en el período 2000-2001 debido a otro golpe de estado (Sofield 2003; Campbell 2004).

Tabla 1. Evolución del número de visitantes en Fidji

Año	Número de visitantes	Variación con el año anterior (%)
1995	318.495	-
1996	339.560	6,61
1997	359.441	5,85
1998	371.342	3,31
1999	409.955	10,40
2000	294.070	-28,27
2001	348.014	18,34
2002	397.859	14,32
2003	430.800	8,28
2004	419.459*	-2,63

*Hasta Octubre

Fuente: Fidji Islands Bureau of Statistics 2005

Aunque estas cifras puedan parecer prometedoras, el factor estratégico del *gasto turístico* en contraposición a la *llegada de turistas*, aún no está recogido con demasiada seriedad en el actual Plan de Desarrollo Turístico de Fidji, por lo que aunque sí son conscientes de la necesidad de seguir incrementado la aportación turística al PIB, no vislumbran estrategias para aumentar el gasto turístico por persona sin necesidad de aumentar el número de llegadas, con todas las repercusiones que este cambio podría suscitar.

MARKETING TURÍSTICO ACTUAL EN FIDJI

El origen de los turistas en Fidji está influenciado por dos variables: su accesibilidad, y su pasado colonial como antigua colonia británica. De esta manera, en el año 2003 Australia se colocó claramente como el primer mercado turístico en Fidji (32,93%), seguido de Nueva Zelanda (17,41%), Estados Unidos (13,54%) y el Reino Unido (11,59%), aunque desde los inicios del desarrollo turístico masivo en Fidji siempre los mercados mencionados han sido los más populares (Fidji Islands Bureau of Statistics 2005). Lockhart y Chandra (1997) ya argumentaron que desde los inicios Fidji necesitaba dejar de ser un destino de tránsito, y desarrollar sus propios paquetes turísticos para atraer visitantes australianos y neozelandeses. Esto habría requerido del desarrollo de alojamiento de elevada calidad y servicios de apoyo a las infraestructuras con el objetivo de atraer turistas de mayor estancia. Ya hace tiempo que las estrategias de marketing turístico van orientadas a la diversificación de los mercados para reducir la dependencia del turismo de corto recorrido imperante en Fidji. Otros factores están reforzando esta estrategia, tales como la competencia feroz de otros destinos en el Pacífico, y factores político-económicos internos. De tal modo que el Plan de Desarrollo Turístico 1998-

2005 (VV.AA. 1997) se marcó tres pautas para la estrategia de mercado: 1) concentrarse en los nichos de mercado en los que Fidji tiene una relativa ventaja competitiva; 2) el turismo de tránsito, especialmente dependiente hacia Nueva Zelanda y Australia; y 3) los segmentos de mercado monodestino.

Los motivos de visita de los diferentes mercados que visitan el país están polarizados por el propósito vacacional (77%), siendo la visita de amigos y familiares (6,70%) y los negocios (3,98%) los otros motivos destacables (Fidji Islands Bureau of Statistics 2005). Por lo que queda perfectamente reflejado el carácter vacacional del país. Aún así, el Plan de Desarrollo Turístico vigente contempla expandir el turismo de eventos centrándose en Estados Unidos y Australia/Nueva Zelanda.

La duración de la estancia media en Fidji por motivos vacacionales oscila ligeramente entorno a los 8 días. Si bien no hay demasiadas diferencias significativas entre los principales mercados, hay que resaltar la máxima de 9,3 días de los australianos y la mínima de 7,6 días de los estadounidenses (Fidji Islands Bureau of Statistics 2005). El Plan de Desarrollo Turístico (VV.AA. 1997) contempla aumentar la estancia de los turistas en tránsito mediante la mejora de la calidad del producto y ampliar la gama de ellos.

Aunque las llegadas de visitantes por mar y crucero (8.369 y 20.058 visitantes respectivamente) han aumentado significativamente en tiempos recientes, la mayoría de visitantes en Fidji lo hace por vía aérea (430.800 visitantes en 2003). En tiempos recientes el turismo de crucero perdió importancia en Fidji y, la capital – Suva –, perdió poder de atracción para el mercado de los cruceros mientras que Lautoka sufrió debilidades operacionales. De tal modo que el Plan de Desarrollo Turístico (VV.AA. 1997) planteó la mejora de las infraestructuras para cruceros y la conexión con los cruceros regionales hacia las Yasawas.

En términos de estacionalidad, la variabilidad temporal de la llegada de turistas en Fidji es relativamente sostenida durante todo el año, aumentando sensiblemente de los meses de junio a septiembre y todos los mercados tiene una respuesta similar al fenómeno. De tal modo que no siendo un problema mayor, la estacionalidad no representa ningún obstáculo para el desarrollo turístico y el Gobierno, a su vez, no plantea poner en marcha ninguna estrategia específica para ello.

EXPANSIÓN ESPACIAL DE LOS ASENTAMIENTOS TURÍSTICOS

Ya se ha afirmado que el turismo empezó a ser significativo en los años 1960. Lockhart y Chandra (1997) afirman que los inicios del turismo masivo básicamente se localizaron en la capital del país, Suva, y entorno al otro aeropuerto internacional de Fidji, Nadi. Los establecimientos básicamente se caracterizaron por ser de reducido tamaño y los grandes

complejos hoteleros de iniciativa privada extranjera se ubicaron en Suva y Nadi. Durante la década de los sesenta y setenta hubo dos tipos de factores que dinamizaron la construcción de nuevos complejos turísticos. El factor interno más destacable fue la aprobación de la Ordenanza para la Ayuda Hotelera (1964) que incentivó la construcción de nuevos alojamientos. Por otro lado, el aumento de la demanda de largo y corto recorrido y la construcción de infraestructuras básicas para el desarrollo de nuevos complejos turísticos, fueron los factores externos más representativos. Durante estas décadas, la expansión espacial fue considerable, aunque aún muy focalizada entorno del aeropuerto de Nadi debido al gran número de visitantes en tránsito. También se concentró en la *Coral Coast*, en el suroeste de Viti Levu, y atrajo mayoritariamente turistas australianos y neozelandeses en viaje organizado que querían estar cerca de las mejores playas. Por ello los establecimientos turísticos tendieron a ser de gran capacidad, occidentalizados y sin demasiada conexión con el entorno.

La capital, Suva, se nutrió de establecimientos orientados al turismo de negocios. Finalmente, segmentos discretos de la demanda empezaron a interesarse por centros turísticos de gran calidad que proporcionaban servicios de todo incluido. Estos “resorts” se empezaron a construir primeramente en el grupo de islas exteriores llamado Mamanucas (Figura 1).

La capacidad de los alojamientos subió de 26 habitaciones en los inicios, a 34,9. Pero una inadecuada planificación y coordinación, además de las tasas de inflación, llevaron a una sobrecarga de plazas turísticas y a un aumento de los costos laborales, obligando a los hoteles a ofrecer tarifas escalonadas lo que confluyó en una disminución drástica de la ocupación hotelera. En los años 1980, la creación de nuevos complejos volvió a disminuir la planta hotelera (con contadas excepciones de compañías multinacionales como Sheraton y Regent) siendo la media menor a 20 habitaciones. Se incentivó que los nuevos complejos estuvieran más integrados en el entorno y siguieran los cánones de la arquitectura tradicional. Esto tuvo un especial énfasis en las islas exteriores, donde se empezaron a construir los *bures* – literalmente significa casa y así se denomina al habitáculo tradicional fidjiano (Sofield 2003) –; unidades orientadas para turistas de elevado poder adquisitivo o con intereses especiales para el buceo y la pesca. Estas compañías se focalizaron principalmente en las Mamanucas y ligeramente en las Yasawas, Taveuni, Kadavu, Beqa y Wakaya. Hay que destacar que el Gobierno limitó la construcción de esta nueva tipología de centro turístico para limar las tensiones en el uso de la tierra y los conflictos sociales que el turismo podría traer a las pequeñas comunidades insulares.

Figura 1. Itinerario programado regular de Awesome Adventures



Fuente: Modificado a partir de www.awesomefiji.com

Las restricciones también se trasladaron a la isla mayor, en la que se quiso evitar fenómenos como el ocurrido en la *Coral Coast*, y los nuevos centros – Pacific Harbour, Sigatoka – pasaron a combinar grandes establecimientos hoteleros con otros de menor capacidad, y con los servicios básicos bien planificados.

A mediados de los años 1990 el entorno de Nadi se convirtió en la primera zona turística del país con 1.719 habitaciones, seguida de la *Coral Coast* (1.147), Suva (982), y las Mamanucas (656).

LAS YASAWAS

Fidji cuenta con cientos de islas exteriores de dimensiones generalmente reducidas. Dos grupos de ellas destacan por su situación turística: las Mamanucas y las Yasawas. El primer grupo está formado por islotes e islas de pequeñas dimensiones que son operadas normalmente por un solo *resort*. Están orientadas a un mercado alto y medio-alto, y están frecuentemente operadas por compañías extranjeras. Proporcionan servicios de todo incluido con actividades de aventura acuática básicamente, con posibilidades de deportes acuáticos motorizados. En cambio, las Yasawas responden a un estadio de desarrollo turístico mucho más tardío.

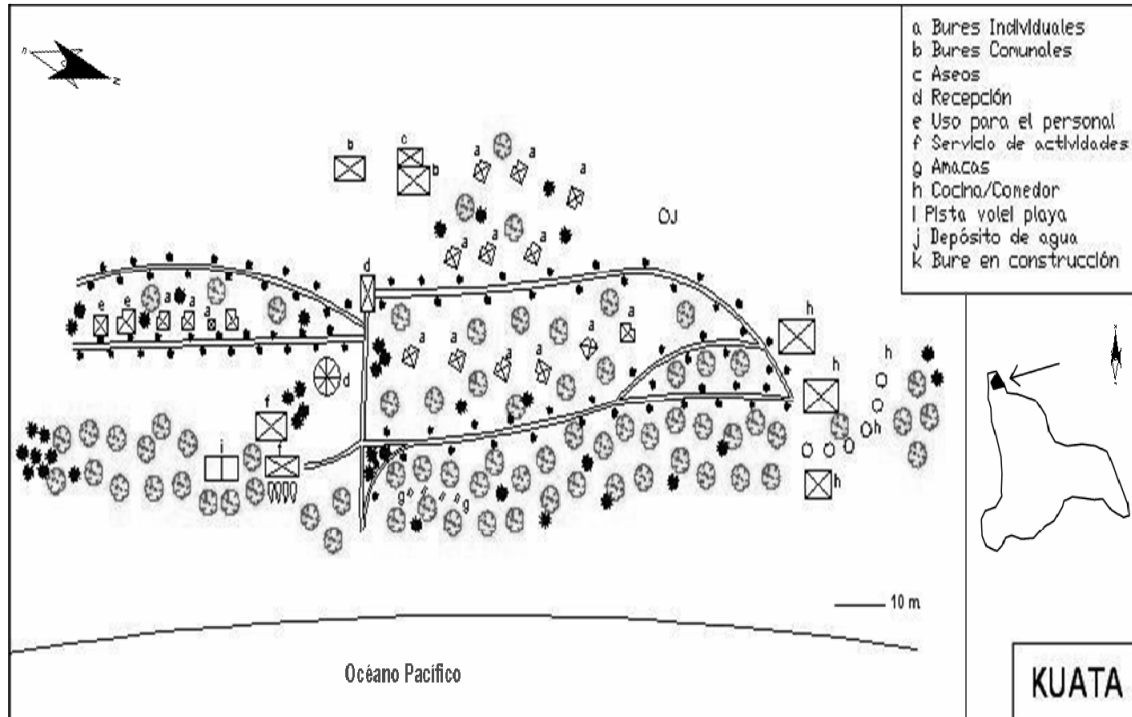
La Yasawas son un grupo de unas 20 islas que se expanden a lo largo de unos 80 Km. A mediados de los años 1990 contaba con 94 habitaciones turísticas lo que significaba un 1,63% del total del país (VV.AA. 1997). Los establecimientos turísticos son de dimensiones reducidas, operados por los habitantes locales y muy bien integrados en el entorno ya que son prácticamente imperceptibles desde la costa. Arquitectónicamente siguen los cánones de los *bures* tradicionales y los pequeños pueblos indígenas de la zona suelen estar totalmente involucrados en la gestión de estos establecimientos. Las actividades que ofrecen no están motorizadas y básicamente ofertan kayaking, pesca, buceo, submarinismo, paseos exploratorios, visitas a poblados indígenas y talleres temáticos de diferente índole.

La calidad de los alojamientos y de los productos y servicios que ofrecen está muy por debajo de la ofertada en las Mamanucas. La Yasawas están orientas a mercados de bajo presupuesto y están especialmente diseñadas para turistas de mochila, con cierto carácter aventurero y que estén más interesados en la experiencia del lugar que en la calidad de un producto estandarizado. La opción más popular y probablemente mejor organizada para visitarlas es mediante *Awesome Adventures Fiji*. La compañía proporciona paquetes de transporte y alojamiento para turistas de mochila y alternativos. Mediante su catamarán realiza itinerarios diarios programados, parcialmente en la Mamanucas, y en las Yasawas (Figura 1). El servicio que ofrece funciona como autobús de línea regular para los habitantes locales de la zona y de transporte regular para los turistas que quieren trasladarse de una isla a otra. La línea regular está conectada con 32 diferentes *resorts* a lo largo de la ruta. Algunos de ellos tienen acuerdos comerciales de especial interés con la compañía, tales como paquetes organizados y ofertas de actividades alternativas.

La observación participativa se realizó como miembro en uno de los paquetes organizados por la compañía. Se permaneció durante cuatro días en dos diferentes *resorts*: una noche en la isla de Kuata y dos en la de Naviti. La primera isla mencionada solo cuenta con un *resort* – *Kuata Natural Resort* – cuya apertura fue a principios de esta década. La isla anteriormente estaba inhabitada debido a la falta de suministro de agua, el cual se realiza actualmente

mediante una tubería sumergida desde la isla de en frente – Waya Lilai – dónde habitan los nativos que gestionan el *resort*. La estación turística cuenta con unas 70 plazas distribuidas mayoritariamente en *bures* individuales y dos *bures* colectivos de mayor tamaño que incluyen camastros individuales.

Figura 2. Plano de la estación turística de Kuata, Isla de Kuata, archipiélago de las Yasawas, Fidji

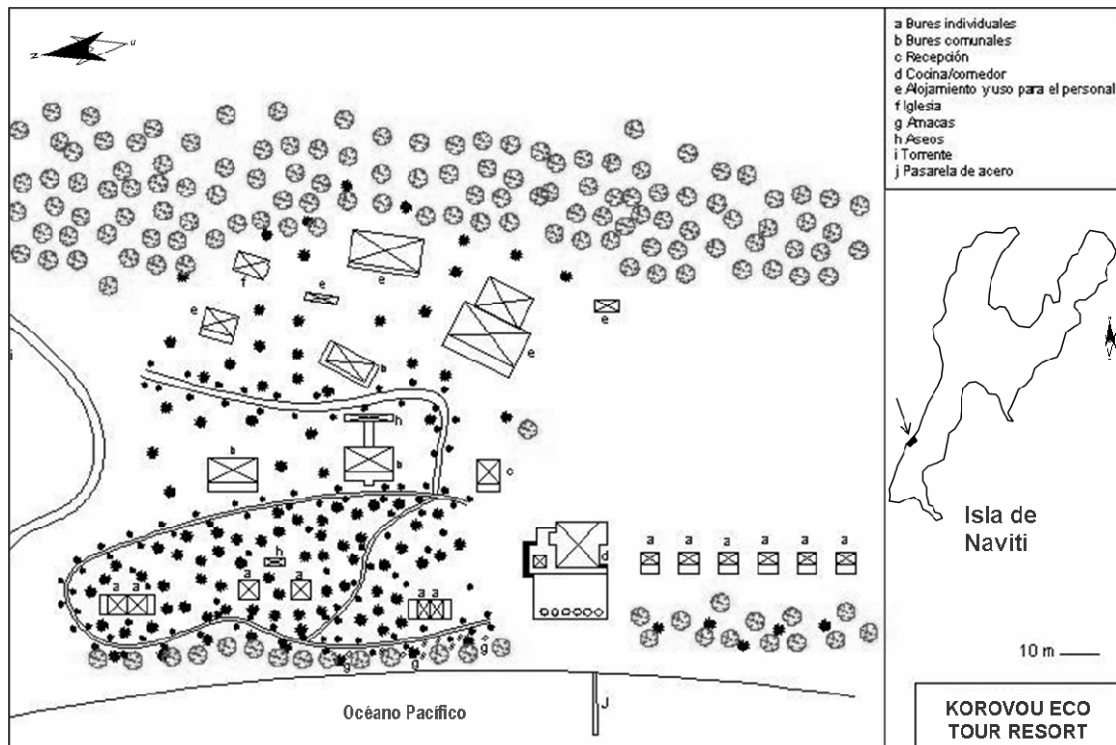


Fuente: Elaboración J.E. Capellà-Cervera

En la Figura 2 puede observarse un plano del *resort* en el que la dispersión de los *bures* es la característica dominante. Éstos están limitados al sur por la cocina y el comedor, y al norte por la recepción y la tienda de actividades. Hay que destacar la construcción de nuevos *bures* al norte de la recepción, algunos de los cuales ya están operativos. La construcción del *resort* sigue los cánones arquitectónicos tradicionales de los *bures* aunque están equipados con agua corriente, baño y duchas. La satisfacción de los *bures* sólo alcanza la de un lugar que reúne los requisitos mínimos para pasar una noche, y los materiales utilizados en el interior son de baja calidad.

En la isla de Naviti hay ocho *resorts*, de los cuales *Korovou Eco-tour Resort* fue el escogido. La misma estación turística ya incluye las viviendas de los trabajadores y de sus familias (Figura 3).

Figura 3. Plano de la estación turística de Korovou Eco Tour Resort, Isla de Naviti, archipiélago de las Yasawas, Fidji



Fuente: Elaboración J.E. Capellà-Cervera

También está totalmente gestionada por los nativos del lugar tomando parte activa todos los integrantes de las familias. La capacidad de alojamiento es de unas 60 plazas y la apertura también fue a principios de la década. La integración arquitectónica del *resort* con su entorno sigue en la misma tónica que la línea general y los *bures* individuales caracterizan el establecimiento aunque también cuenta con dos unidades de alojamiento colectivo. Aunque los *bures* están mejor equipados que en Kuata y los materiales de construcción son mejores, Korovou ya diferencia su producto y ofrece dos tipos de alojamiento: los *bures* mencionados para el turista de menor poder adquisitivo y *lodges* mejor equipados y contruidos con materiales de mejor calidad. Éstos han sido contruidos más recientemente y las previsiones del *resort* son de extenderse en diferentes facetas: Primero construir una línea de villas, con lo que consolidarán aún más la diferenciación de su producto. Segundo, quieren construir una piscina, un elemento inusual en estos *resorts*. Y tercero, se prevé construir un pequeño puerto para facilitar la llegada de los turistas. Con estas líneas de actuación, los gestores de Korovou prevén captar una mayor cuota de mercado y mediante la diferenciación se orientan a públicos con diferentes presupuestos y diferentes gustos.

EL COMPORTAMIENTO ESPACIAL DE LOS TURISTAS EN LAS YASAWAS

Previamente ya se ha comentado que los mercados de Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y el Reino Unido son los que más frecuentan Fidji. En las Yasawas esta pauta continua

al pie de la letra, aunque la apreciación es que hay muchos más turistas del Reino Unido que de los restantes países. Lo que sí se puede afirmar rotundamente es que la gran mayoría provienen de países de habla inglesa y algunos turistas aislados pertenecen a otros países. Durante la estancia se conoció la presencia de algunos turistas procedentes de Brasil, Italia, Israel, Suecia y España. Prácticamente la totalidad de los turistas en las Yasawas pertenecen al segmento de población joven (en los veinte y los treinta) con predominancia de grupos de amigos y parejas.

Del segmento más popular, la población británica, muchos respondían a un patrón similar: antes de viajar a Fidji habían pasado meses o casi un año viajando especialmente por Australia, aunque también Nueva Zelanda, y dedicaban a Fidji el último período de tiempo que tenían antes de regresar a sus países de origen. Hay que mencionar que este patrón también fue frecuentemente seguido por turistas de otras nacionalidades. En muchos casos predominaba la improvisación en la organización del viaje, por lo que el itinerario variaba dependiendo del grado de satisfacción del momento y de las limitaciones personales de cada uno de ellos.

Plog (1973) ya argumentó que los turistas probablemente no visitan muchos lugares alejados de los centros turísticos vacacionales – *resorts* – cuando el motivo principal es el relajamiento y tomar el sol (Debbage 1991). Esta premisa que fue lanzada hace treinta años es corroborada por el presente estudio: los turistas en las Yasawas pasan prácticamente la totalidad del tiempo en el mismo *resort*. Teniendo en cuenta las dimensiones de algunas de las islas, tampoco ofrecen mucho por visitar, pero Kuata y Naviti permitían espacio suficiente como para explorarlas. De esta manera la pasividad se erige en la principal característica del comportamiento de los turistas en estos ambientes. Básicamente se pudieron constatar cuatro tipos de comportamiento que responderían a cuatro tipologías de turistas. Aunque de forma cualitativa, son citadas por volumen de individuos:

1. Un segmento del mercado invierte la práctica totalidad del día tomando el sol.
2. Un segundo segmento, aunque escapa ligeramente del sol, prefiere la sombra y dedica su tiempo a la lectura y a tumbarse relajadamente.
3. Un tercer segmento son algo más activos, ya que aunque no salen demasiado del *resort*, se apuntan a muchas actividades de las proporcionadas por el personal del *resort*.
4. Finalmente, se encuentra el segmento más dinámico, ya que buscan lugares más exóticos y salen del *resort* en distancias considerables.

Interactuando con algunos turistas en el destino se les preguntó que les había motivado visitar las islas y la respuesta fue rotunda: el no hacer nada. De tal forma que la motivación era únicamente relajarse y dejarse llevar por el tiempo. Esta motivación toma más sentido si se combina con el patrón del itinerario que anteriormente se ha citado, por el que muchos turistas

son itinerantes por muchos meses. De tal modo, que después de un largo período de tiempo de gira, tienen la necesidad de relajarse y no desplazarse demasiado. Así comprobamos que el marco de las teorías del comportamiento cobra mucho sentido en este estudio.

Esta explicación sería más bien válida para los segmentos 1 y 2 identificados, que en definitiva cubren la mayoría de la muestra. En el caso del segmento 3, las parejas son más proclives a realizar actividades en forma conjunta y, de los grupos de amigos, el sector femenino también mostró más entusiasmo para aprender y participar de nuevas actividades. El segmento 4 responde a un grupo minoritario, normalmente de turistas que invierten poco tiempo en el país y que tiene ánimo de descubrir y ver cuanto más mejor.

Seguidamente se analizan diferentes factores externos o exógenos que limitan la movilidad turística. En primera instancia existen limitaciones debidas a la *gestión del resort*. Para realizar las actividades más atractivas ofrecidas en los *resorts* – bucear en lugares apartados y en perfecto estado de conservación natural, visitas a pueblos indígenas, submarinismo, kayaking, paseos al alba, realización de artesanía y pesca – se requería abonar una cuota extra, por lo que muchos de los mochileros que de por sí ya viajan bajo presupuesto, no estaban dispuestos a pagar. Esta situación hacía que las ratios de participación en estas actividades fueran bastante bajas. En Kuata se participó de la caminata al alba y aunque la caminata matutina ya genera un esfuerzo de levantarse a las seis de la mañana cuando se está de vacaciones -cuyo sacrificio ya es una limitación en sí- solo una quincena participó de ella teniendo en cuenta que la ocupación del *resort* era del 100%. Lo mismo ocurrió con el kayaking visitando la isla y el *resort* de enfrente, ya que solo otra quincena de turistas tomaron parte activa de la excursión. El submarinismo debido a su alto costo era contratado por muy pocos turistas, pero en cambio el buceo reunía muchos más interesados.

Aún así, había otra tipología de actividades gratuitas que aunque menos atractivas tampoco levantaban muchas expectativas; manualidades, voleibol playa, explicaciones de medicina indígena y servicio de misa del domingo. Mientras que el voleibol no superó nunca la decena de participantes, las otras tres actividades volvieron a reunir cuotas cercanas a la quincena de turistas. Así, el no hacer nada queda aún más patente una vez observada la ratio de participación en las actividades llevadas a cabo por el personal del *resort*. Hay que mencionar más allá de la anécdota, que en el voleibol los nativos también forman parte activa del juego, creando competición entre “Fidji y el resto del mundo” (tal y como ellos lo llaman). Ahora bien, mientras que en Kuata los mismos nativos se encargaban de equilibrar al 50% la participación de turistas y nativos en el juego, en Korovou la actividad parecía más bien destinada al disfrute del personal del *resort* que no a los turistas, ya que no tenían contemplación alguna en dejar los turistas fuera del juego o incluso jugar 100% nativos y los turistas expectantes. Esta situación, generó algunas risas comprometidas entre los mismos turistas, y el efecto de

rechazo que poco a poco se apoderó de la situación, hizo mermar la participación turística, hasta el punto que ya no se quiere volver a participar de la misma actividad.

Otra situación que limita ligeramente la presencia de turistas en la poca zona practicable existente, es que debido al aislamiento que proporcionan estas islas el personal frecuentemente debe trasladarse en pequeños botes para traer suministros o para trasportar a los turistas de llegada o partida que conecten con el catamarán regular. De tal modo, que las embarcaciones son amarradas ni más ni menos que enfrente de la recepción del *resort*, precisamente donde se localizan los turistas que toman el sol y que intentan remojarse un poco. Por lo que el espacio para transitar dentro del agua queda aún más reducido. Además de la poca atención que los gestores ponen en este fenómeno, hay que mencionar el condicionamiento que genera la misma playa, ya que especialmente en marea baja sólo existen unos pocos corredores que permiten la conexión para entrar y salir de la playa. Esta situación aún se agrava más al tener en cuenta la geomorfología del lugar y que se analiza a continuación.

Un segundo tipo de limitación viene impuesta por el enclave en el que está localizado el *resort*. Aunque ambos *resorts* ofrecen la posibilidad de acceder a playas arenosas de satisfacción media que están localizadas a una distancia de entre 10 y 20 minutos andando y atravesando la isla a la otra costa, las playas que dan la bienvenida al turista y se utilizan de recepción a la entrada de los *resorts* dejan mucho que desear. Hay que recordar el origen coralino de la zona, por lo que la presencia de roca en las inmediaciones de la playa es una constante. En el caso de Kuata, la playa permite bañarse solo en pequeñas franjas en que la roca permite el paso al arenal, por lo que de los pocos turistas que toman un baño, solo se remojan sentados en la orilla ya que la playa no permite mucho más. En el caso de Korovou la situación es mucho peor. La playa es totalmente impracticable por lo que uno casi no puede ni remojarse los pies. Además de la impracticabilidad, el paisaje resultante no es la imagen paradisíaca que todos los folletos venden, y especialmente en marea baja, la costa adquiere una imagen de suelo rocoso mezclado con especies vegetales muy lejos de la belleza coralina que puede encontrarse si uno llega a adentrarse bastantes metros en la playa mediante una pasarela de piedra construida sobre la misma roca. Precisamente estas limitaciones son las que empujan a los gestores a construir una piscina, elemento poco frecuente en estos *resorts*. Otra de las características del enclave, es la composición de la arena de sus playas. En cuanto a granulometría, ésta es de grano grueso con la consecuencia que los paseos sobre la playa se minimizan al máximo debido al dolor que generan en los pies aburguesados y poco acostumbrados de la mayoría de turistas. Pero a parte de la granulometría, la alta frecuencia de restos vegetales y de restos litoclasticos de tamaño grava o superior, añade más dificultad al libre movimiento sobre las playas.

Un tercer elemento que limita la movilidad es la calidad del entorno. Como ya se ha mencionado previamente, la apertura de estos *resorts* es muy reciente. Se están desarrollando y tomando experiencia con el paso de los años. Tiene una ocupación garantizada a lo largo del año, lo que les empuja a ampliar su planta de alojamiento. Esta situación, combinada con la gestión realizada por los mismos nativos de escasa formación profesional en el sector, confluye en una total despreocupación por la calidad del entorno. De tal forma que es frecuente la suciedad flotando en las inmediaciones de la playa y sobre la arena. Incluso en el caso de Kuata, el cable submarino que aporta agua al *resort* aflora en el *offshore* de la playa, conjuntamente a otro cable de uso no reconocido. Otra manifestación de la despreocupación por el entorno son las inmediaciones terrestres del *resort*. Estas áreas son las utilizadas frecuentemente por el personal para llevar a cabo tareas diversas como las de reparación de mobiliario, o recolección y tratamiento de alimentos silvestres. La consecuencia es un desorden nada atractivo a los ojos de los turistas occidentales que dominan el mercado de visitantes en Fidji.

CONCLUSIONES

Fidji ha tenido una evolución turística poco común aunque dilatada en el tiempo. Desde los años sesenta el turismo masivo empezó a hacer impronta en el lugar y ha ido creciendo a intervalos regulares hasta nuestros días. Su pasado colonial y las diferencias raciales entre fidjianos nativos, indio-fidjianos (indios traídos por los británicos) y europeos, ha ido marcando las pautas sobre las que se ha sustentado el desarrollo turístico del país. Un desarrollo que destaca por la anisotropía y heterogeneidad de sus productos. Mientras que las estaciones turísticas desarrolladas por capital extranjero han tendido a un segmento de mercado medio y alto, las desarrolladas por los nativos han tendido a un segmento más bien bajo, y estas son las que predominan en las Yasawas.

Las Yasawas son el espacio que más se ha desarrollado turísticamente en los últimos años. El golpe de estado de principios del presente siglo ha dejado huella en ello, y por ahora es un espacio en el que los nativos se han erigido como los gestores empresariales para desarrollar el turismo. Su baja calificación profesional, experiencia y formación confluyen en el desarrollo de espacios en los que la calidad y la atención al cliente entendida al modo occidental, son las grandes ausentes. La idiosincrasia que produce la gestión de los nativos caracterizada por estaciones turísticas orientadas mayoritariamente a los mochileros, de pequeñas dimensiones, y muy bien integradas en el paisaje tropical, genera atracción a ciertos segmentos de mercado. Éstos, han sido perfilados en el análisis como grupos de población joven y de bajo presupuesto, mayormente de habla inglesa, que están en una dilatada ruta itinerante por Asia y el Pacífico de varios meses, y en los que Fidji les brinda la guinda a un viaje de aventura y mochila. Toda esta situación es la que condiciona el comportamiento espacial de los turistas en estas estaciones turísticas, y que se materializa en una baja

participación en las actividades promocionadas por los mismos *resorts*, y a su vez, en un desinterés absoluto por conocer el lugar y aprender de él. Las Yasawas son mayoritariamente utilizadas por mochileros que están en la estación final de un largo recorrido antes de volver a occidente, y en general persiguen relajarse y no hacer nada. Coincidiendo con las tesis del comportamiento espacial en turismo, la investigación ha corroborado que hay dos tipos de factores que condicionan el comportamiento espacial: como factores endógenos hay que destacar la motivación de los turistas a favor de un comportamiento pasivo, y su percepción de un entorno no preparado para ser explorado al no haber rutas ni guías para hacerlo. Como factores exógenos, la deficiente gestión del espacio, el determinismo geográfico que genera el enclave de la estación turística, y la misma calidad del entorno, son los tres factores externos al turista que determinan su comportamiento espacial.

Las implicaciones del comportamiento de los turistas de bajo presupuesto y poco interés en formar parte de actividades y estar sólo recostados al sol o relajarse, son de diferente índole. Económicamente repercute de forma pormenorizada sobre los gestores locales. Precisamente esta situación ya pretende ser abordada por algunas estaciones turísticas como Korovou, segmentando su oferta y diferenciando su calidad. Aunque para captar segmentos de mercado de mayor presupuesto, hay que compensar con calidad de servicios y del entorno, y atención preferencial, cuestiones que se erigen como los principales inconvenientes de la gestión empresarial de las Yasawas. Por otro lado, el tener un mercado que busca mayoritariamente relajarse al sol y descansar bajo los palmerales, facilita mucho la gestión y representa una inversión mínima en infraestructura y servicios. A su vez, la ubicación de estaciones turísticas en frente de playas poco practicables e incluso desagradables para el ojo del turista occidental, impedirá su desarrollo y aumento de calidad ya que los segmentos de mercado perseguidos preferirán las Mamanucas o Viti Levu.

Finalmente, pasar desapercibido mientras se realiza observación mediante el mimetismo del comportamiento de los turistas en un determinado lugar, primero proporciona una valoración y apreciación de primera mano de la situación que es una contribución imprescindible para su análisis científico. En segunda instancia, la observación participativa ha permitido analizar en bruto y sin contaminar el grupo de muestreo escogido, en otras palabras, el comportamiento de los grupos de individuos observados, sin el sesgo que siempre proporcionan las entrevistas y las encuestas. La inclusión de estas últimas, siempre como una segunda fase de la investigación, aportaría mucha luz al estudio del fenómeno y ayudarían a esclarecer dudas que se presentan durante el período de investigación.

Agradecimiento: El autor quiere agradecer a Carles Capellà i Cervera su especial contribución técnica en la diseño de los planos de las estaciones turísticas de Kuata y Korovou y también al Dr. Miguel Seguí Llinás por sus comentarios sobre un primer borrador de este artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**Burns, P.**

1995 *Sustaining tourism under political adversity: the case of Fiji*. En M.V. Conlin y T. Baum (eds.) *Island tourism. Management principles and practice*. John Wiley & Sons, West Sussex, pp. 259-273

Britton, S.

1987 *Tourism in Pacific-Island states. Constraints and opportunities*. En S. Britton y W.C. Clarke (eds.) *Ambiguous alternative. Tourism in small developing countries*. University of the South Pacific, Fidji, pp. 113-139

Campbell, J.

2004 *Future growth prospects in terms of visitor arrivals for the Fiji tourism industry over the next ten years*. Ponencia presentada en 2004 *Fiji Tourism Forum: Fiji Tourism is for all*. Accesible en [http:// www.bulafiji.com/doc/pdf/JohnCambell.pdf](http://www.bulafiji.com/doc/pdf/JohnCambell.pdf)

Clement, H.G.

1961 *The future of tourism in the Pacific and Far East*. U.S. Department of Commerce, Washington

Conlin, M .V. y Baum, T.

1995 *Island tourism: an introduction*. En M.V. Conlin y T. Baum (eds.) *Island Tourism. Management Principles and Practice*. John Wiley & Sons, West Sussex, pp. 3-14

Cooper, C. P.

1981 *Spatial and temporal patterns of tourist behaviour*. *Regional Studies*, 15 (5), pp. 359-71

Dakuvula, J.

1977 *Disappointing returns of tourism in Fidji*. En B.H. Farrell (ed.) *The Social and Economic Impact of Tourism on Pacific Communities*. Center for South Pacific Studies, Santa Cruz, pp. 60-63

De Kadt, E.

1979 *Tourism: passport to development?* Oxford University Press, London

Debbage, K.G.

1991 *Spatial behavior in a Bahamian resort*. *Annals of Tourism Research*, 18, pp. 251-68.}

Dietvorst, A.G.J.

1995 *Tourist behaviour and the importance of time-space analysis*. En G.J. Ashworth and A.G.J. Dietvorst (eds) *Tourism and Spatial Transformations. Implications for Policy and Planning*. CAB International, Oxon

Fennell, D. A.

1996 *A tourist space-time budget in the Shetland Islands*. *Annals of Tourism Research*, 23 (4):811-29.

Fidji Islands Bureau of Statistics

2005 Disponible en [http:// www.statsFidji.gov.fj/](http://www.statsFidji.gov.fj/) [consultado el 27 de Mayo de 2005]

García Hernández, M.

2003 *Turismo y conjuntos monumentales*. Tirant lo Blanch, Valencia

Hall, C. M.

1994 *Tourism in the Pacific Rim. Development, impacts and markets*. Longman Cheshire, Melbourne

Hudson, S.

1999 *Consumer behavior related to tourism*. En A. Pizam and Y. Mansfeld (eds) *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. The Harworth Hospitality Press, New York, pp. 7-32

Jorgensen, D.L.

1989 *Participant observation. A methodology for human studies*. Applied Social Research Methods Series, Vol. 15. Sage publications, Newbury Park

Lea, J.

1988 *Tourism and development in the third world*. Routledge, New York

Lockhart, D.G. y Chandra, R.

1997 *Fiji: crossroads of the South Pacific*. En D.G. Lockhart y D. Drakakis-Smith (eds) *Island tourism. Trends and Prospects*. Pinter, London, 302-332

Maslow, S.H.

1943 *A theory of human motivation*. *Psychological Review*, 50, pp. 370-96

Mathieson, A. y Wall, G.

1982 *Tourism economic, physical and social impacts*. Longman, Harlow

Olivier, T.

2000 *Watch this space: observing patterns of tourist behaviour on a cultural tour*. En Robinson, M.; Long, P; Evans, N; Sharpley, R.; Swarbrooke, J. (eds) *Motivations, behaviour and tourist types*. Great Britain, Sunderland, pp. 321-330

Pearce, D. G.

1989 *Tourist development*. Longman Scientific & Technical, Essex

Plange, N.

1996 *Fiji*. En C.M. Hall y S.J. Page (eds) *Tourism in the Pacific: Issues and Cases*. International Thomson Business Press, London, pp. 205-218

Plog, S.C.

1973 *Why destination areas rise and fall in popularity*. *Cornell H.R.A. Quarterly*, Noviembre, pp. 13-16

Samy, J.

1980 *Crumbs from the table? The workers' share in tourism*. En F. Rajotte and R. Crocombe (eds) *Pacific tourism. As islanders see it*. University of the South Pacific, Fidji

Seaton, A.V.

2002 *Observing conducted tours: the ethnographic context in tourist research*. *Journal of Vacation Marketing* 8 (4):309-319

Sofield, T.H.B.

2003 *Empowerment for sustainable tourism development*. Pergamon, Oxford

Turner, L. y Ash, J.

1975 The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery. Constable, London

VV.AA.

1997 Fiji tourism development plan. Government of Fiji, Suva

Recibido el 20 de octubre de 2005

Correcciones recibidas el 02 de noviembre de 2005

Aceptado el 10 de noviembre de 2005

Arbitrado anónimamente